

Správa o činnosti pedagogického klubu

1. Prioritná os	Vzdelávanie
2. Špecifický cieľ	1.2.1 Zvýšiť kvalitu odborného vzdelávania a prípravy reflektujúcej potreby trhu práce
3. Prijímateľ	Stredná priemyselná škola stavebná a geodetická v Košiciach, Lermontovova 1, 04001 Košice - mestská časť Staré Mesto
4. Názov projektu	Digitálni stavbári a geodeti
5. Kód projektu ITMS2014+	312011AKZ2
6. Názov pedagogického klubu	Online marketing
7. Dátum stretnutia pedagogického klubu	22.2.2021
8. Miesto stretnutia pedagogického klubu	Stredná priemyselná škola stavebná a geodetická v Košiciach, Lermontovova 1, 04001 Košice - mestská časť Staré Mesto
9. Meno koordinátora pedagogického klubu	Ing. Mária Goňková
10. Odkaz na webové sídlo zverejnenej správy	http://www.stavke.sk/?page_id=3913

11. Manažérske zhrnutie:

Vzdelávanie členov klubu s cieľom zdieľania skúseností a formovanie aktívnych zručností v oblasti spracovania informácií získaných z digitálnych zdrojov.

Krátka anotácia:

- Čo je SEO?
- Využitie IKT- dynamické prvky webu a aplikácie
- Diskusia a výmena skúseností medzi členmi klubu – praktické rady a tipy

Kľúčové slová:

- vyhľadávače
- kľúčové slová
- SEO parametre

12. Hlavné body, témy stretnutia, zhrnutie priebehu stretnutia:

Témy stretnutia: SEO I.

Hlavné body:

- Čo je to SEO - minulosť a budúcnosť
- Ako Google určuje pozície webov
- Ako fungovalo SEO kedysi
- Aktualizácie vyhľadávača Google
- Ako sa zbaviť penalizácie
- SEO je dlhodobá záležitosť
- Analýza kľúčových slov

Zhrnutie priebehu stretnutia:

Úlohou stretnutia bolo oboznámiť sa so SEO (skratka z anglického Search Engine Optimization), po slovensky optimalizácia pre vyhľadávače. Vyhľadávač je vo všeobecnosti program, ktorý hľadá dokumenty, ktoré obsahujú vyhľadávané kľúčové slovo alebo frázy a zobrazí vo výsledkoch vyhľadávania dokumenty, ktoré obsahujú dané kľúčové slovo alebo frázu

Zamerali sme sa na to, ako firma si môže zlepšiť svoju viditeľnosť vo vyhľadávači a ako si môže zvýšiť návštevnosť svojho webu. Ozrejmili sme si ako fungujú vyhľadávače, podľa čoho sa radia jednotlivé výsledky vo výsledkoch vyhľadávania, vysvetlili si niečo o algoritmoch a ich aktualizáciách, pretože dnes je slovo vyhľadávač prakticky synonymom pre internetové vyhľadávače ako napríklad Google, Bing alebo Yahoo. Avšak tieto vyhľadávače sú oveľa sofistikovanejšie a používajú vlastné algoritmy a spôsoby vyhodnocovania relevantnosti výsledkov.

V druhej časti sme sa venovali marketingu pre vyhľadávače, ako spolu súvisia platené a neplatené výsledky a v závere, ktorý bol viac praktický, sme sa zamerali na analýzu kľúčových slov, na to ako poznatky z analýzy kľúčových slov zapracovať na web, teda ako spraviť on site optimalizáciu. Taktiež sme sa venovali budovaniu spätných odkazov.

Ak sa podľa SEO parametrov upravujú/optimalizujú webové stránky, vtedy hovoríme o tzv. ON-PAGE SEO. Ak ide o optimalizovanie mimo webových stránok, čiže napr. o tvorbu URL odkazov na Váš web, ktoré by boli umiestnené na iných weboch, vtedy hovoríme o tzv. OFF-PAGE SEO.

Analýza súčasného stavu v implementácii aktivizujúcich metód vyučovania:

Motivácia pedagógov a žiakov pracovať s internetovými vyhľadávačmi. Pozornosť pedagogickým pracovníkom, rozvoju a podpore ich kompetencií, zručností a skúseností s digitálnymi technológiami.


Diskusia a výmena skúseností:

Členovia klubu si vyskúšali priame a uskutočniteľné kroky pri práci s vyhľadávačmi na internete. Komunikácia na Facebooku je jednou z kľúčových oblastí online marketingových aktivít každej firmy alebo značky. Zhodli sa na tom, že dobré SEO vyžaduje veľa práce a trpezlivosti. Ide o dlhodobú činnosť.

Tiež diskutovali o aplikovateľnosti získaných poznatkov do vyučovacieho procesu.

13. Závěry a odporúčania:

Stretnutie prebiehalo v súlade s rámcovým programom. Vyučovacie hodiny viesť k formovaniu aktívnych zručností v oblasti spracovania informácií získaných z digitálnych zdrojov.

14.	Vypracoval (meno, priezvisko)	Ing. Mária Goňková
15.	Dátum	22.02.2021
16.	Podpis	
17.	Schválil (meno, priezvisko)	Ing. Eva Liptáková
18.	Dátum	25.02.2021
19.	Podpis	

Príloha:

Fotodokumentácia s online stretnutia klubu

Klub ONLINE MARKETING dňa 22.2.2021 od 11:00 hod. do 14:00 hod.

Stredná priemyselná škola staveb x Meet - qce-xrzv-fyi

meet.google.com/qce-xrzv-fyi

Máte udelené slovo

13:50

Prezentácia (Vy)

SOE - PowerPoint

VLOŽIŤ NÁVRH PRECHODY ANIMÁCIE PREZENTÁCIA REVÍZIA ZOBRAZIŤ

Čo sú kľúčové slová?

- sú slová, ktoré ľudia píšu do Google-u, keď chcú niečo nájsť.

Príklady:

- „návrh stavby“
- „zhotoviteľ Košice“
- „seo konzultant bratislava“

Kliknite sem a zadajte poznámky.

Podrobnosti schôdzky

Máte udelené slovo

13:50 22.2.2021

Klub ONLINE MARKETING dňa 22.2.2021

Stredná priemyselná škola staveb x Meet - qce-xrzv-fyi

meet.google.com/qce-xrzv-fyi

Máte udelené slovo

13:59

Prezentácia (Vy)

SOE - PowerPoint

VLOŽIŤ NÁVRH PRECHODY ANIMÁCIE PREZENTÁCIA REVÍZIA ZOBRAZIŤ

Kľúčové slová sa delia do troch hlavných kategórií:

- ▶ **head** (hlava),
- ▶ **body** (telo),
- ▶ **long tail** (dlhý chvost)

Kliknite sem a zadajte poznámky.

Podrobnosti schôdzky

Máte udelené s 22. februára 2021 pondelok

13:59 22.2.2021

Správa o činnosti pedagogického klubu

1. Prioritná os	Vzdelávanie
2. Špecifický cieľ	1.2.1 Zvýšiť kvalitu odborného vzdelávania a prípravy reflektujúcej potreby trhu práce
3. Prijímateľ	Stredná priemyselná škola stavebná a geodetická v Košiciach, Lermontovova 1, 04001 Košice - mestská časť Staré Mesto
4. Názov projektu	Digitálni stavbári a geodeti
5. Kód projektu ITMS2014+	312011AKZ2
6. Názov pedagogického klubu	Online marketing
7. Dátum stretnutia pedagogického klubu	23.2.2021
8. Miesto stretnutia pedagogického klubu	Stredná priemyselná škola stavebná a geodetická v Košiciach, Lermontovova 1, 04001 Košice - mestská časť Staré Mesto
9. Meno koordinátora pedagogického klubu	Ing. Mária Goňková
10. Odkaz na webové sídlo zverejnenej správy	http://www.stavke.sk/?page_id=3913

11. Manažérske zhrnutie:

Vzdelávanie členov klubu v oblasti originálnych spôsobov priblíženia učiva na danú tému pri využívaní digitálnych technológií a rozvoja infromatického myslenia, získavanie digitálnych zručností a ich implementáciu do vzdelávacieho procesu.

Krátka anotácia:

- Využitie IKT
- Diskusia a výmena skúseností medzi členmi klubu – praktické rady a tipy

Kľúčové slová:

- Linkbuilding
- Facebooku, Instagrame, Youtube, Google+, Twitteri, Pintereste
- anchor text
- Black Hat SEO

12. Hlavné body, témy stretnutia, zhrnutie priebehu stretnutia:

Témy stretnutia: SOE II.

Hlavné body:

- Čo je linkbuilding?
- Možnosti linkbuildingu
- Sociálne siete
- Anchor text
- Blog
- Nepovolené stratégie
- Analýza linkbuildingu

Zhrnutie priebehu stretnutia:

Úlohou stretnutia bolo pochopiť, čo je Linkbuilding ako dôležitý nástroj SEO optimalizácie. Vysvetlili sme si, že ide vlastne o budovanie zaujímavého a pútavého webového obsahu (článkov, videí, popisov,..), na ktorý budú návštevníci nového webu intenzívne odkazovať z vlastnej iniciatívy. Spätné odkazy tak vznikajú prirodzenou cestou. Linkbaiting sa dá nazvať aj metódou linkbuildingu. Spätné odkazy pomocou linkbaitingu sa získavajú, ak sa na vytvorenom webe nachádza:

- kvalitný a pútavý obsah,
- kontroverzný obsah,
- užitočný obsah,
- tajné informácie,
- zaujímavé rozhovory,

- hot témy,
- vtipný obsah a pod.

Zdôraznilo sa, že cieľom linkbuildingu je zvyšovanie počtu odkazov, ktoré privedú návštevníkov na firemnú web stránku. Rovnako vylepšujú aj umiestnenie vo vyhľadávani. Nezáleží na tom, koľko má firma odkazov pokiaľ nie sú relevantné. Najkvalitnejšie odkazy sú tie, ktoré sa nachádzajú na stránkach s dobrým hodnotením a podobným zameraním ako web stránka vlastnej firmy.

Analýza súčasného stavu v implementácii aktivizujúcich metód vyučovania:

Členovia klubu konštatovali, že inovatívne metódy rozvíjajú vzdelávanie v oblasti využívania digitálnych technológií vo vyučovacom procese i v každodennej praxi.

Diskusia a výmena skúseností:

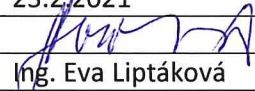

V tejto časti pedagógovia diskutovali o danej téme, zhodli sa na tom, že Linkbuilding je dlhodobá činnosť, ktorej sa treba pravidelne venovať, aby boli výsledky kvalitné a viditeľné. Dá sa nazvať aj referenciami v online svete. Kedysi sa firmy nezameriavali na kvalitu ale kvantitu spätných odkazov. Dnes je to však inak.

V ďalšej časti nasledovala diskusia členov klubu o tom, aké inovatívne metódy a digitálne technológie sa využijú na vyučovacích hodinách predmetu digitálny marketing. Zhodnotili aktuálny stav implementácie aktivizujúcich metód vyučovania pri rozvíjaní počítačovej gramotnosti, ktorý závisí aj od práce učiteľa a tiež, že mnohí žiaci majú problémy pracovať v skupine a kooperovať so spolužiakmi, ale nemajú problém nájsť informácie na internete.

13. Závery a odporúčania:

Stretnutie prebiehalo v súlade s rámcovým programom. Členovia klubu pochopili, že keď má firma vytvorený profil na Facebooku, Instagrame, Youtube, Google+, Twitteri, Pintereste atď., tak časom príde na to, že všetky profily spravovať nestíha a okrem toho si uvedomí, že jej cieľová skupina sa na danej sociálnej sieti nemusí vôbec nachádzať. Správne sociálne médium by sa malo vyberať podľa danej cieľovej skupiny a zamerania podnikania firmy. Ak sa vyberie správny kanál, tak je dôležité vytvoriť zaujímavý a pútavý obsah, ktorý priláka a udrží návštevníkov na webe budúcej firmy.

Vyučovacie hodiny organizovať tak, aby žiaci boli aktívnym prvkom vyučovacej hodiny Zabezpečiť žiakom možnosti získať potrebné digitálne zručnosti a skúsenosti nevyhnutné pre vyvíjajúce sa spoločenské a pracovné prostredie 21. storočia.

14.	Vypracoval (meno, priezvisko)	Ing. Mária Goňková
15.	Dátum	23.2.2021
16.	Podpis	
17.	Schválil (meno, priezvisko)	Ing. Eva Liptáková
18.	Dátum	25.2.2021
19.	Podpis	

Príloha: Fotodokumentácia s online stretnutia pedagogického klubu

Klub ONLINE MARKETING dňa 23.2.2021 od 14:00 do 17:00

