

## Správa o činnosti pedagogického klubu

1. Prioritná os	Vzdelávanie
2. Špecifický cieľ	1.2.1 Zvýšiť kvalitu odborného vzdelávania a prípravy reflektujúc 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	04.02.2022
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	<a href="http://www.stavke.sk/?page_id=3913">http://www.stavke.sk/?page_id=3913</a>

### Manažérske zhrnutie:

Vzdelávanie členov klubu v oblasti email marketing, jeho využívanie, získavanie tipov, návodov a jeho implementácia do vzdelávacieho procesu.

### Krátka anotácia:

- Vymedzenie pojmu email marketing
- Analýza v súčasnosti implementovaných stratégií a metód vo vyučovaní
- Využitie IKT
- Diskusia a výmena skúseností medzi členmi klubu – praktické rady a tipy

### Kľúčové slová:

- email marketing
- newsletter
- mainstream
- open rate

## 11. Hlavné body, témy stretnutia, zhrnutie priebehu stretnutia:

**Téma stretnutia:** Úvod a email marketing

### Hlavné body:

- Čo je to e-mail marketing?
- Prečo začať s e-mail marketingom?
- Email marketing – návody, tipy a triky.

### Analýza súčasného stavu v implementácii aktivizujúcich metód vyučovania:

- členovia klubu zhodnotili úspešnosť aktuálneho stavu implementácie aktivizujúcich metód vyučovania pri rozvíjaní počítačovej gramotnosti v predchádzajúcom školskom polroku.

### Zhrnutie priebehu stretnutia:

Úlohou stretnutia bolo oboznámiť členov klubu o fungovaní email marketingu, ktorý je dôležitou súčasťou online podnikania. Ide o formu priameho marketingu, ktorá využíva elektronickú poštu ako spôsob komunikácie so zákazníkom. Najčastejšie má za cieľ informovať o novinkách, zlepšovať vzťahy, budovať dôveru a vzbudiť záujem o produkty alebo služby. Výrazne môže podporiť snahy o opakovanú objednávku u už existujúcich zákazníkov.

Členovia klubu sa tiež naučili definovať mieru otvorenia e-mailu, vysvetlili sme si ako ju vypočítať a ako túto metriku zvýšiť.

Spomenuli sme si, že miera otvorených e-mailov je miera, ktorá udáva percento otvorených e-mailov pre konkrétnu e-mailovú marketingovú kampaň. Miera otvorených e-mailov zvyčajne ukazuje, ako dobre sme dokázali upútať pozornosť odberateľa riadkom predmetu alebo či sa e-mail dostal do doručenej pošty alebo do priečinka spam.

Členovia klubu pochopili, že reklamný mail, ktorý sa posiela zákazníkovi, musí zodpovedať jeho záujmom a to je možné len vtedy, ak dostatočne poznáme a rozumieme svojmu cieľovému publiku. Každý z odberateľov newslettera je odlišný, preto je chybou posilať každému odberateľovi úplne totožný email.

### Diskusia a výmena skúseností:

V tejto časti pedagógovia diskutovali o danej téme a konštatovali, že e-mail marketing patrí medzi lacné a rýchle spôsoby komunikácie so zákazníkmi. Členovia konštatovali, že správne nastavená stratégia v kombinácii s dobrým spracovaním e-mailu prináša množstvo benefitov a to:

- propagácia služieb a produktov za pomerne nízke náklady,
- rozvíjanie vzťahov s potenciálnymi klientmi,
- efektívne pripomenutie sa ľuďom, ktorých sme oslovili v minulosti,
- šetrí čas, úsilie i náklady, v porovnaní s mainstreamovými marketingovými kanálmi,
- presné vyhodnotenie a analytika (open rate, nákupy, kliky, atď.),
- E-mail marketing môžete v porovnaní s inými kanálmi veľmi ľahko personalizovať a urobiť viac osobný.

V ďalšej časti nasledovala diskusia členov klubu o tom, aké aktivizujúce metódy vyučovania sa využijú na vyučovacích hodinách predmetu digitálny marketing. V závere diskusie poukázali na potrebu nájdenia optimálnej miery využívania aktivizujúcich metód vyučovania.

## 12. Závěry a odporúčania:

Stretnutie prebiehalo v súlade s rámcovým programom t.j. uskutočnilo sa zhodnotenie úspešnosti školského polroka a úvod do email marketingu. Vyučovacie hodiny je potrebné organizovať tak, aby žiaci boli aktívnym prvkom vyučovacej hodiny. Aplikovať stratégie a metódy vyučovania, ktoré umožnia žiakom byť aktívnymi. Dať priestor žiakom na prácu v skupinách, kde sa rozvíja ich schopnosť kooperovať a akceptovať sa navzájom.

13.	Vypracoval (meno, priezvisko)	Ing. Mária Goňková
14.	Dátum	04.02.2022
15.	Podpis	
16.	Schválil (meno, priezvisko)	Ing. Eva Liptáková
17.	Dátum	
18.	Podpis	

**Príloha:**

Fotodokumentácia zo stretnutia online pedagogického klubu

## Správa o činnosti pedagogického klubu

1. Prioritná os	Vzdelávanie
2. Špecifický cieľ	1.2.1 Zvýšiť kvalitu odborného vzdelávania a prípravy reflektujúc 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	17.02.2022
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	<a href="http://www.stavke.sk/?page_id=3913">http://www.stavke.sk/?page_id=3913</a>

### 11. Manažérske zhrnutie:

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

#### Krátka anotácia:

- Vymedzenie pojmov stratégie a metódy vo vyučovacom procese
- Analýza v súčasnosti implementovaných stratégií a metód vo vyučovaní
- Využitie IKT
- Diskusia a výmena skúseností medzi členmi klubu – praktické rady a tipy

#### Kľúčové slová:

- GDPR
- E-mail marketing
- web

- **Hlavné body, témy stretnutia, zhrnutie priebehu stretnutia:**

**Téma stretnutia:** GDPR pre e-mail marketing a web.

**Hlavné body:**

- Pravidlá ochrany osobných údajov.
- Čo znamená GDPR pre e-mailový marketing ?
- Vplyv GDPR na mieru zapojenia a prekliknutia.
- Transparentnosť e-mailových marketingových kampaní.

**Analýza súčasného stavu v implementácii aktivizujúcich metód vyučovania:**

- členovia klubu sa zhodli v tom, že aktuálne trendy a tendencie vývoja digitálneho marketingu podnecujú neustály vývoj didaktickej techniky a metodológie, zhodnotili aktuálny stav implementácie aktivizujúcich metód vyučovania pri rozvíjaní počítačovej gramotnosti.

**Zhrnutie priebehu stretnutia:**

Úlohou stretnutia bolo oboznámiť členov klubu o všeobecných nariadeniach o ochrane údajov (GDPR) Európskej únie, čo je vlastne rozsiahly zákon o ochrane osobných údajov, ktorý zjednocuje nariadenia o ochrane osobných údajov všetkých členských štátov EÚ. Podľa predchádzajúcej normy – smernice o ochrane údajov – mal každý členský štát svoje vlastné zákony o ochrane osobných údajov upravujúce zhromažďovanie, analýzu, používanie a uchovávanie osobných údajov používateľov. Zdôraznili sme, že cieľom GDPR je lepšia ochrana osobných údajov občanov EÚ. Pre spoločnosti, ktoré sa spoliehajú na e-mailové marketingové kampane, zákon znamená úpravu stratégie tak, aby bola v súlade s GDPR. Ukázali sme si návod, ako sa to môže urobiť a zároveň udržať úspech vo svojich marketingových kampaniach.

Naučili sme sa, že GDPR je vo svojej podstate o ochrane údajov. Obsahuje ustanovenia, ktoré oprávňujú používateľov, pokiaľ ide o zhromažďovanie a nakladanie s ich vlastnými údajmi. Medzi tieto ustanovenia patrí právo na súhlas so zhromažďovaním údajov, právo pochopiť, ako a prečo sa tieto údaje používajú, a právo požiadať za určitých okolností o vymazanie týchto údajov. Zahŕňa aj ustanovenia vyžadujúce včasné nahlásenie akéhokoľvek porušenia ochrany údajov spolu s úplným zaúčtovaním toho, ktoré osobné údaje mohli byť ohrozené.

Členovia klubu konštatovali, že online (digitálny) marketing je v neustálom procese, preto je potrebné inovovať a prispôbovať obsah tematického plánu vyučovacieho predmetu digitálny marketing.

**Diskusia a výmena skúseností:**

V tejto časti pedagógovia diskutovali o danej téme, opísali, prečo spoločnosti sa napríklad musia ubezpečiť, že ich kontakty poskytnú výslovný súhlas predtým, ako im budú posielať e-maily a že si to vyžaduje prísnejší proces predplatného, ktorý by mal zahŕňať funkciu dvojitého prihlásenia a jednoduchého odhlásenia a vylúčiť nedobrovoľné alebo povinné prihlásenia. Pochopili, že dvojité prihlásenie potvrdzuje, že používatelia majú záujem o prijímanie e-mailov, odstraňovanie akýchkoľvek podvodných alebo náhodných požiadaviek (napríklad, ak používateľ nezruší začiarknutie automaticky začiarknutého políčka odberu). Ak spotrebiteľ poskytne svoju e-mailovú adresu na odber, bude musieť zadať svoj e-mail a druhýkrát s ním súhlasiť. Požiadavka dvojitého súhlasu funguje ako bezpečnostná sieť pre každú firmu, ktorá posielala propagačné e-maily. Každý, kto sa prihlási na odber určitých e-mailov, by mal mať možnosť tak urobiť slobodne a nemal by sa cítiť podplatený, aby to urobil pre konkrétny produkt alebo službu. Tiež by mal mať možnosť kedykoľvek sa odhlásiť z e-mailového zoznamu bez následkov.

V ďalšej časti nasledovala diskusia členov klubu o tom, aké aktivizujúce metódy vyučovania sa využijú na vyučovacích hodinách predmetu digitálny marketing. V závere diskusie poukázali na potrebu nájdania optimálnej miery využívania aktivizujúcich metód vyučovania.

12. **Záver a odporúčania:**

Stretnutie prebiehalo v súlade s rámcovým programom „Dôležitosť, aké súhlasy získavať, ako informovať užívateľa.“. Vyučovacie hodiny je potrebné organizovať tak, aby žiaci boli aktívnym prvkom vyučovacej hodiny. Aplikovať stratégie a metódy vyučovania, ktoré umožnia žiakom byť aktívnymi. Dať priestor žiakom na prácu v skupinách, kde sa rozvíja ich schopnosť kooperovať a akceptovať sa navzájom.

13.	Vypracoval (meno, priezvisko)	Ing. Mária Goňková
14.	Dátum	17.02.2022
15.	Podpis	
16.	Schválil (meno, priezvisko)	Ing. Eva Liptáková
17.	Dátum	
18.	Podpis	

**Príloha:** Fotodokumentácia zo stretnutia online pedagogického klubu