

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	06.04.2021
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, 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:

- content gap analýzer
- Skyscraper stratégia
- Middleman metóda

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

Téma stretnutia: SOE V.

Hlavné body:

- Ako spraviť content gap analýzu.
- Ako napísať hodnotný článok na blog na základe dát.
- Ako funguje middleman linkbuildingová stratégia.
- Ako nakupovať spätné odkazy z veľkých médií a zvyšovať autoritu domény.
- Čo robiť, keď začnú na web smerovať nekvalitné spamové odkazy.
- Aké nástroje a rozšírenia potrebujeme k SEO a ako sa s nimi pracuje.
- 10 tipov a trikov, ktoré by mal poznať každý, kto sa chce venovať SEO dlhodobo.

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 tvorbe obsahu content gap analýze. Prešli sme si Skyscraper stratégiu pri tvorení hodnotného obsahu pre používateľov a vyhľadávače. Ukázali sme si, ako vďaka metóde linkbuildingu zvanej middleman získať kvalitné spätné odkazy na svoj web. Naučili sme sa, ako sa chrániť proti odkazovým spamom a linkbuildingovým útokom zo strany konkurencie. Všetky tieto techniky, metódy a postupy sme si ukázali a vysvetlili na praktických príkladoch z praxe.

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 je potrebné pracovať s nástrojmi, pojmami, postupmi a technológiami. Konštatovali, že pripraviť efektívnu SEO stratégiu nie je to len o získavaní dát, ale aj o správnom vyhodnotení a nastavení stratégie, ktorá bude fungovať v praxi. SEO je naozaj komplexná oblasť online marketingu, kde len vedieť základné poučky nestačí.

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. **Záver a odporúčania:**

Stretnutie prebiehalo v súlade s rámcovým programom „Pokročilé SOE stratégie a tipy“. 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	06.04.2021
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	22.04.2021
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

Manažérske zhrnutie:

Vzdelávanie členov klubu v oblasti originálnych spôsobov priblíženia učiva na danú tému pri využívaní digitálnych technológií a implementácia do vzdelávacieho procesu.

Krátka anotácia:

- Online inzercia v reklamnej sieti Google
- Využitie IKT- využitie platformy Google Ads
- Diskusia a výmena skúseností medzi členmi klubu – praktické rady a tipy

Kľúčové slová:

- Google AdWords
- Sklik
- Etarget
- Facebook Ads
- AdSense

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

Témy stretnutia: PPC kampane I.

Hlavné body:

- **Ako funguje kampaň v Ads**
- **Založenie a základné nastavenie účtu – Google AdWords**
- **Google Ads pre Vyhľadávaciu sieť**
- **Google Ads pre Obsahovú sieť**
- **Meranie v službe Google Ads**
- **Videoreklama v službe Google Ads**
- **Shopping ads**

Zhrnutie priebehu stretnutia:

Úlohou stretnutia bolo pochopiť, čo je Google Ads (v minulosti Adwords), ktorý umožňuje online inzerciu v reklamnej sieti Google. PPC systémy sú novodobým trendom online marketingu, ktorý otvára konkurenčný priestor i podnikom, ktoré nemajú tak veľké príležitosti preraziť na trhu či už z dôvodu špecifického segmentu, na ktorý cieľia, alebo z finančného hľadiska. Skratka PPC inými slovami Pay per click, znamená, že za uverejnenú reklamu platí každý v momente, keď klikne na inzerát. Tieto reklamy fungujú na princípe aukcie – čím vyššia cena, ktorú ste ochotní platiť za klik, tým vyššia pravdepodobnosť, že sa vaša inzercia zobrazí ako prvá v poradí. Existuje však ešte druhá zložka PPC systémov, a to tzv. Obsahovej siete. V nich si možno PPC systém predstaviť ako sprostredkovateľa, ktorý médiám (webovým stránkam) umožňuje zarábať na ich reklamnom priestore a obstarávateľom umožňuje šíriť ich reklamné oznámenie medzi bežných užívateľov internetu. Webové stránky teda ponúkajú systému svoj priestor a ten k nim (na oplátku) posiela

reklamy zadávateľov.

Analýza súčasného stavu v implementácii aktivizujúcich metód vyučovania:

Členovia klubu konštatovali, že inovatívne nápady 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 PPC systémy sú jednou z najpoužívanejších oblastí výkonnostného marketingu a tiež (na pojmy a ich prelínanie) najkomplikovanejšie.

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.

12. Závery a odporúčania:

Stretnutie prebiehalo v súlade s rámcovým programom „PPC systémy, predstavenie Google Ads“. Členovia klubu boli uvedení do sveta Google Adwords, ktorý je reklamným systémom prevádzkovaný svetovo najpoužívanejším vyhľadávačom Google . Bol spustený už v roku 2000. Google AdWords umožňuje inzerciu vo vyhľadávači Google, partnerských vyhľadávačoch a kontextovú reklamu v obsahovej reklamnej sieti , ktorá zahŕňa desaťtisíce partnerských webov po celom svete. Najvýznamnejším serverom obsahovej siete Google je YouTube .

Zhodli sa na tom, že vyučovacie hodiny organizovať tak, aby sa dal priestor žiakom na prácu v skupinách, kde sa rozvíja ich schopnosť argumentovať v prospech svojho stanoviska. Zabezpečiť žiakom možnosti získať potrebné digitálne zručnosti a skúsenosti nevyhnutné pre vyvíjajúce sa spoločenské a pracovné prostredie. Vyučovacie hodiny postaviť na skutočných prípadových štúdiách a bežných obchodných situáciách, aby si žiaci mohli vyvíjať know-how v oblasti marketingu a služieb, ktoré môžu neskôr uplatniť v praxi.

13.	Vypracoval (meno, priezvisko)	Ing. Mária Goňková
14.	Dátum	22.04.2021
15.	Podpis	
16.	Schválil (meno, priezvisko)	Ing. Eva Liptáková
17.	Dátum	
18.	Podpis	

Príloha: Fotodokumentácia zo stretnutia online pedagogického klubu

