

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	08.04.2022
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	http://www.stavke.sk/?page_id=3913

Manažérske zhrnutie:

Vzdelávanie členov klubu v oblasti tvorby a posielanie emailov, jeho využívanie, získavanie tipov, návodov a jeho implementácia do vzdelávacieho procesu.

Krátka anotácia:

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

Kľúčové slová:

- e-mail
- builder
- responzívne e-maily
- súbor HTML
- CMS
- CTR

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

Téma stretnutia: Tvorba a posielanie emailov.

Hlavné body:

- Písanie a odosielanie emailov.
- Uloženie rozpísaného emailu.
- Zobrazenie alebo otvorenie konceptu emailu.
- Zmena predvoleného priečinka pre odoslané emaily.

Analýza súčasného stavu v implementácii aktivizujúcich metód vyučovania:

- členovia klubu zhodnotili aktuálny stav implementácie aktivizujúcich metód vyučovania pri rozvíjaní počítačovej gramotnosti.

Zhrnutie priebehu stretnutia:

Úlohou stretnutia bolo oboznámiť členov klubu o tvorbe a posielaní e-mailov, o spôsoboch, ako riešiť dizajn email marketingu, čo je vlastne na mieru vytvorená grafika alebo HTML kód. Ak ale na takéto riešenie nemáme zdroje a nie sme technicky zdatný, využili sme aj voľne dostupné šablóny, ktoré sme si do istej miery prispôbili. Pri tvorbe e-mailu sme využili aj online nástroje (builders), pomocou ktorých sme jednoduchým spôsobom email vyskladali podľa seba alebo editovali už vytvorené šablóny.

Vysvetlili sme si, na čo si dať pri tvorbe e-mailu a výbere nástroja pozor a tiež, že pri tvorbe emailov sa častejšie používa HTML kód, ktorý zaručí lepšie optimalizované a responzívne e-maily. Ak sme

použili jeden z template buildrov, pri expote sme zvolili práve súbor HTML. Tento HTML kód sme potom vložili do svojho CMS alebo emailingového systému.

Členovia klubu sa tiež naučili na stránke iCloud.com písať a odosielať emaily, ukladať si koncepty emailov na neskôr alebo zmeniť predvolený priečinok na ukladanie odoslaných emailov.

Diskusia a výmena skúseností:

V tejto časti pedagógovia diskutovali o danej téme a konštatovali, že ak chceme emailovú komunikáciu zlepšiť, je potrebné zdokonalenie vizuálnej stránky pomocou email šablón. Atraktívny dizajn vie nepochybne zaujať a nie len to. Dobre zvládnutý dizajn, ktorý je funkčný a užívateľsky priateľský, vie výrazne zvýšiť počet preklikov na stránku (CTR – click through rate).

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 „Systémy na správu, dizajnovanie emailov“.

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	08.04.2022
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	28.04.2022
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	http://www.stavke.sk/?page_id=3913

11. Manažérske zhrnutie:

Vzdelávanie členov klubu v oblasti originálnych spôsobov priblíženia učiva na danú tému: „Video marketing I.“ pri využívaní digitálnych technológií a rozvoja informatického myslenia, získavanie digitálnych zručností a ich implementáciu do vzdelávacieho procesu.

Krátka anotácia:

- Vymedzenie pojmu video marketing
- Využitie IKT
- Diskusia a výmena skúseností medzi členmi klubu – praktické rady a tipy

Kľúčové slová:

- video marketing
- metriky
- publikum
- YouTube

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

Téma stretnutia: Video marketing I.

Hlavné body:

- Definícia video marketingu
- Ako funguje video marketing
- Príklady video marketingu
- Výhody video marketingu
- Výzvy video marketingu
- Osvedčené postupy pre video marketing

Zhrnutie priebehu stretnutia:

Úlohou stretnutia bolo pochopiť, že video marketing predstavuje pre značky emocionálne pútavý spôsob, ako sa spojiť so zákazníkmi a upútať ich pozornosť v digitálne preplnenom svete. Ide o marketingovú techniku, pri ktorej sa vytvára a zdieľa hodnotný, relevantný a konzistentný obsah za účelom zaujať a získať si jasne určené publikum a to všetko s cieľom dosiahnuť takú reakciu zákazníka, ktorá prinesie zisk. Kľúčovým slovným spojením je hodnotný obsah. Vysvetlili sme si, že ide vlastne o marketingovú stratégiu, pri ktorej značka vytvára videá, ktoré nejakým spôsobom propagujú spoločnosť, podporujú predaj, zvyšujú povedomie o produktoch alebo službách alebo oslovujú zákazníkov. Video marketing je založený na údajoch, takže je potrebné monitorovať rôzne metriky a sledovať zapojenie zákazníkov. Strategický video marketing zohľadňuje ciele a metriky značky, ako aj polohu zákazníkov v predajnom lieviku. Pre efektívne zacielenie na publikum je nevyhnutné určiť, kde budú videá umiestnené a v akom kontexte sa zobrazia. Pokroky v dynamickom videu a priame partnerstvá medzi značkami zlepšia prispôsobenie videa, zacielenie na publikum a používateľskú skúsenosť. Ak chceme

vytvoriť svoju video marketingovú stratégiu, členovia klubu pochopili, že je nutné si vyčleniť nejaký rozpočet na video – prinajmenšom slušné vybavenie, dobrý softvér na strih a aj čas na jeho vytvorenie. Rozprávanie príbehov je dôležité vo videu. Nestačí jednoducho rozprávať svoje príbehy, ale aj pri tom zaujať publikum. Pre marketingové videá nie je stanovená dĺžka, ale všeobecné pravidlo hovorí, že kratšie je lepšie. Je potrebné zverejňovať videá na web, odovzdať na YouTube vlastnený spoločnosťou Google a na všetkých kanáloch sociálnych médií. Potom je nutné propagovať a sledovať metriky a štatistiky, aby sa zistilo, ktoré videá sú najlepšie a prečo. Ukázali sme si, ako pozdvihneme osvedčené postupy video marketingu. Je potrebné pracovať na tom, aby boli efektívnejšie. Je to základný kameň marketingového úsilia značky.

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 video marketing je všade na internete. Video pomáha spojiť sa s publikom . Dnes je veľká časť marketingového úsilia spoločnosti navrhnutá tak, aby pomohla vybudovať dôveru. Video je most, ktorý spája to, čo hovoríme, s tým, kým skutočne sme, a umožňuje zákazníkom nahliadnuť za oponu a spoznať značku. Video je zlatá baňa SEO , ktorá pomáha budovať spätné odkazy na určenú stránku, zvyšuje lajky a zdieľania, zvyšuje návštevnosť danej stránky a zvyšuje uchovávanie informácií . Ak zákazníci len niečo počujú, je pravdepodobné, že o tri dni neskôr si zachovajú asi 10 % týchto informácií. Naopak, ak to, čo počujú, sprevádzajú relevantné snímky, zachovajú si v priemere 65 % týchto informácií o tri dni neskôr. Potenciálni zákazníci tiež milujú video, čo znamená, že dobrý video marketing môže prilákať nových návštevníkov. Štyrikrát toľko zákazníkov by si radšej pozrelo produktové video , ako by si prečítalo popis produktu. Po zhliadnutí videa majú zákazníci o 64 – 85 % vyššiu pravdepodobnosť, že uskutočnia nákup .

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 kooperovať so spolužiakmi, ale nemajú problém nájsť informácie na internete.

Záver a odporúčania:

Stretnutie prebiehalo v súlade s rámcovým programom. Členovia klubu pochopili, že video marketing sa dá použiť na všetko od budovania vzťahu so zákazníkmi až po propagáciu značky, služieb alebo produktov. Okrem toho môže video marketing slúžiť ako médium na prezentovanie návodov, propagovanie odporúčaní zákazníkov, živé vysielanie udalostí a poskytovanie vírusového (zábavného) obsahu.

Je potrebné zabezpečiť žiakom možnosti získať potrebné digitálne zručnosti a skúsenosti nevyhnutné pre vyvíjajúce sa spoločenské a pracovné prostredie 21. storočia.

13.	Vypracoval (meno, priezvisko)	Ing. Mária Goňková
14.	Dátum	28.04.2022
15.	Podpis	
16.	Schválil (meno, priezvisko)	Ing. Eva Liptáková
17.	Dátum	
18.	Podpis	

Príloha: Fotodokumentácia s online stretnutia pedagogického klubu