

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	10.06.2022
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 vo vytváraní a využívaní inovatívnych metód, nástrojov a pomôcok s cieľom rozvoja kritického a kreatívneho myslenia žiakov a študentov pri práci s digitálnymi technológiami.

Krátka anotácia:

- Faktory zohľadňujúce vytvorenie vlogu
- Využitie IKT- tvorba vlogu na YouTube
- Diskusia a výmena skúseností medzi členmi klubu – praktické rady a tipy

Kľúčové slová:

- video streamer
- vlog
- vlogovanie
- vlogger a blogger
- YouTube

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

Témy stretnutia: Video marketing IV.

Hlavné body:

- Čo je to Vlog?
- Čo znamená vlogovanie.
- Ako vytvoriť Vlog.

Zhrnutie priebehu stretnutia:

Úlohou stretnutia bolo zvýšiť vlogovaním odberateľov, ako spôsob s nimi komunikovať. Termín vlog používajú aj video streameri, ktoré nepoužívajú blog, ale uverejňujú naplánované aktualizácie inými prostriedkami, ako je YouTube a Facebook, a tie sa tiež považujú za vlogy. Pojem „vlog“ pochádza z „videoblogu“ alebo „videozáznamu“, čo je presne to, čo je. Vlog je jednoducho blog, ktorého médiom je namiesto napísaných slov video. Vlog je zvyčajne osobné video natočené danou osobou. Ďalším dôležitým aspektom vlogov je pravidelnosť. Pre vlogovacie kanály YouTube je bežné nahrávať videá týždenne alebo dokonca každý deň. Rovnako ako blogeri, ktorí píšu blogy, sa od vloggera zvyčajne očakáva, že bude pravidelne vydávať nový obsah. Najjednoduchší spôsob sledovania vlogu je osobné video vytvorené z prvej ruky pre internet. Členovia klubu sa snažili vytvoriť vlog. Prvým krokom bolo určiť, kam blogovať a na ktorej webovej stránke použiť svoj blogový obsah. Určili sme YouTube, ktorá podporuje aj textové a obrázkové príspevky a je zadarmo. Je absolútne nevyhnutné mať aj nahrávacie zariadenie, ako je webová kamera alebo špeciálna videokamera (alebo dokonca iPhone), ktorá nie je pripojená k počítaču, rovnako ako mikrofón t.j.

niečo, čo môže pomôcť produkovať vysokokvalitný obsah. Navyše je potrebný softvér na úpravu videa potrebný na post-nahrávanie a pred publikovaním. Zahŕňa to nielen tradičné programy na úpravu videa, ale aj akýkoľvek softvér na konverziu videa, ktorý môže pomôcť získať neupravený obsah v editačnom softvéri.

Analýza súčasného stavu v implementácii aktivizujúcich metód vyučovania:

Práca pedagóga sa orientuje na samostatný, kreatívny prístup k možnostiam, ako sa na tvorbu vlogu pozerať, pohotovosťou v praktickej oblasti, výberu efektívnych riešení v procese vlogovania.

Diskusia a výmena skúseností:

V tejto časti pedagógovia diskutovali o danej téme, zhodli sa na tom, že vlogy sú blogy založené na videu a že vlog znamená video blog alebo videozáznam a odkazuje na typ blogu, kde je väčšina alebo celý obsah vo forme videa. Príspevky služby Vlog pozostávajú z vytvárania videa alebo udalosti, nahrávania na internet a publikovania v príspevku na vlastnom blogu. V ďalšej časti nasledovala diskusia členov klubu o aplikovateľnosti získaných poznatkov do vyučovacieho procesu.

13. Závery a odporúčania:

Stretnutie prebiehalo v súlade s rámcovým programom. Členovia klubu boli uvedení do sveta tvorby vlogu ako webovej prezentácie, ktorá využíva namiesto textového obsahu krátke videopríspevky. Vlogy sú v súčasnej dobe na vzostupe, atraktívny videoobsah je účinnejší než textový príspevok na blogu. Najznámejším miestom pre vlogovanie je kanál [youtube.com](https://www.youtube.com). Vyučovacie hodiny viesť tak, aby žiaci rozvíjali logické a abstraktné myslenie, aby účinne spolupracovali v tíme pri posudzovaní a aktívnom riešení problémových situácií a kreatívnej tvorby.

14.	Vypracoval (meno, priezvisko)	Ing. Mária Goňková
15.	Dátum	10.06.2022
16.	Podpis	
17.	Schválil (meno, priezvisko)	Ing. Eva Liptáková
18.	Dátum	
19.	Podpis	

Príloha:

Fotodokumentácia z online stretnutia 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	23.06.2022
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:

Krátka anotácia:

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

Kľúčové slová:

- YouTube Analytics
- kanál Analytics
- iPhone
- Android
- Tubular Intelligence
- BuzzSumo
- Social Blade
- Popsters

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

Téma stretnutia: Video marketing V. - YouTube analytics.

Hlavné body:

- Ako zobrazíť analýzy na YouTube.
- Ako zobrazíť analytiku YouTube v mobile.
- Ako zobrazíť službu YouTube Analytics pre iné kanály.
- Nástroje YouTube Analytics.

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, ktorý závisí aj od práce učiteľa a tiež, že mnohí žiaci majú problémy, ak je potrebné sformulovať svoj názor, pracovať v skupine a kooperovať so spolužiakmi.

Zhrnutie priebehu stretnutia:

Úlohou stretnutia bolo oboznámiť členov klubu s analýzou na YouTube a podľa zadaného postupu zobrazíť službu YouTube Analytics. Prihlásili sme sa do svojho už skôr založeného účtu na YouTube. Klikli sme na **ikonu svojho profilu** v pravom hornom rohu a potom sme vybrali **Štúdio YouTube**. Niektoré súhrnné metriky sme videli priamo na informačnom paneli kanála. Ak sme chceli

ísť podrobnejšie, klikli sme na položku **Prejsť na kanál Analytics** alebo vybrali položku **Analytics** z ponuky na ľavej strane. Následne sme prepínali medzi možnosťami **Prehľad, Dosah, Zapojenie, Publikum** a **Výnosy** v závislosti od informácií, ktoré sme hľadali. Ak sme chceli získať podrobnejší prehľad analýzy kanála, ako aj metrík pre jednotlivé videá, vybrali sme položku **Rozšírený režim v pravom hornom rohu**. V rozšírenom režime sme klikli **na Porovnať** v pravom hornom rohu napr. výkonnosť prvých 24-hodinových videí a výkonnosť jednotlivých videí s celkovými štatistikami kanála.

Pre používanie analytiky YouTube na svojom mobilnom zariadení, musíme si stiahnuť aplikáciu Štúdio YouTube. Ak ho ešte v telefóne nemáme, stiahneme si príslušnú verziu pre iPhone alebo Android a použijeme predchádzajúci postup.

Tiež sme si ukázali príklady ako zobrazíť službu YouTube Analytics pre iné kanály pomocou bezplatných aplikácií alebo aplikácií založených na odberoch a ako aj tieto informácie využiť vo svoj prospech.

Členovia klubu konštatovali, že online (digitálny) marketing je v neustálom procese, preto bude potrebné inovovať a prispôbovať obsah tematického plánu vyučovacieho predmetu digitálny marketing a tiež, že práca pedagóga by sa mala orientovať na samostatný, kreatívny prístup k riešeniu daných tém, pohotovosťou v praktickej oblasti, riešenia problémových situácií a výberu efektívnych riešení v procese sledovania analýzy YouTube, čo je dôležitou súčasťou každej marketingovej stratégie YouTube, pričom je potrebné aplikovať aktivizujúce metódy vyučovania k tvorbe videí, ktoré motivujú YouTuberov, aby pokračovali v pozeraní. Ukázali sme si príklady a odporúčané nástroje - [Tubular Intelligence](#), [BuzzSumo](#), [Social Blade](#), [Popsters](#).

Diskusia a výmena skúseností:

V tejto časti pedagógovia diskutovali o danej téme, opísali svoje skúsenosti, identifikovali problémy a nedostatky. V ďalšej časti nasledovala diskusia členov klubu o tom, aké aktivizujúce metódy vyučovania sa využijú na vyučovacích hodinách predmetu digitálny marketing. Každý člen opísal svoje skúsenosti s využívaním aktivizujúcich metód. Uviedol aplikáciu, ktorých stratégií a metód dosiahol u žiakov najlepšie a naopak najhoršie výsledky. Členovia klubu si vymenili skúsenosti ohľadom skupinového vyučovania a projektového vyučovania. V závere diskusie poukázali na potrebu nájdenia optimálnej miery využívania aktivizujúcich metód vyučovania a ako najvhodnejšie vybrali diskusiu, projektové vyučovanie, skupinovú prácu a brainstorming.

13. Závěry a odporúčania:

Stretnutie prebiehalo v súlade s rámcovým programom - YouTube analytics, hodnotenie úspešnosti školského roka a zhrnutie práce klubu.

Je potrebná metodická príručka pre učiteľov s príkladmi úloh pre žiakov, ako uplatniť postupnosť v používaní textov, schém a praktického vyučovania.

Vyučovacie hodiny 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, akceptovať názory spolužiakov a argumentovať v prospech svojho stanoviska. Vytvoriť databázu vhodných úloh a stratégií, ktoré prispievajú k rozvoju digitálnej gramotnosti.

Po vzájomnej dohode v budúcnosti vymedziť v akej miere a akým spôsobom bude v jednotlivých témach na hodinách digitálneho marketingu prebiehať výuka.

14.	Vypracoval (meno, priezvisko)	Ing. Mária Goňková
15.	Dátum	23.06.2022
16.	Podpis	
17.	Schválil (meno, priezvisko)	Ing. Eva Liptáková
18.	Dátum	
19.	Podpis	

Príloha:

Fotodokumentácia z online stretnutia klubu