

## 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	10.09.2021
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	

## 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:

- Úvod do sociálnych sietí.
- Využitie IKT- interaktívne prostredia prostredníctvom počítačových zariadení (Laptop, desktop, tablet, smartfón, atď.).
- Diskusia a výmena skúseností medzi členmi klubu – praktické rady a tipy

### Kľúčové slová:

- sociálna sieť
- komunitný web
- ochrana osobných údajov
- cenzúra
- ACTA
- SOPA
- Profil
- web 2.0

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

**Témy stretnutia:** Úvod a sociálne siete

### Hlavné body:

- Čo sú to sociálne siete / sociálne médiá?
- spoločné identifikátory sociálnych sietí
- online identita
- marketing sociálnych sietí
- druhy sociálnych sietí

### Zhrnutie priebehu stretnutia:

Úlohou stretnutia bolo vytvoriť interaktívne prostredia rozvíjajúce rôzne formy komunikácie ľudí prostredníctvom počítačových zariadení. Členovia klubu sa snažili uľahčiť vytváranie a zdieľanie informácií, myšlienok, kariérnych záujmov a iné formy prejavov prostredníctvom virtuálnych komunít. Naučili sa ju vytvárať na základe existujúcich niekoľkých spoločných vlastností a funkcionalít, vďaka ktorým zaručene sa identifikuje sociálnu sieť, aj keď sa tak neprofiluje.

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

Práca pedagóga sa orientuje na samostatný, kreatívny prístup k možnostiam sociálnych sietí cez interaktívne internetové aplikácie.

**Diskusia a výmena skúseností:**

V tejto časti pedagógovia diskutovali o danej téme, zhodli sa na tom, že sociálne médiá tak oproti tradičným médiám dávajú užívateľom viac voľnosti a možností výberu – užívateľská základňa sociálnych sietí preto utešene narastá a s ním aj dôležitosť komunikácie na nich. A keďže sociálne siete pracujú s užívateľmi v dialógu a na základe tohto dôverného dialógu zoskupujú veľké objemy dát o každom z nich. Tí sa vypĺňaním svojich profilov, zdieľaním záujmov, komunikáciou a vyjadrovaním svojho názoru vyprofilujú na veľmi konkrétne definované publiká. Takto si užívatelia vytvoria svoju online identitu. V ďalšej časti nasledovala diskusia členov klubu o aplikovateľnosti získaných poznatkov do vyučovacieho procesu.

**13. Závěry a odporúčania:**

Stretnutie prebiehalo v súlade s rámcovým programom. Členovia klubu boli uvedení do sveta sociálnych sietí, ktoré môžu byť orientované súkromne alebo pracovne. Rozmanitosť samotných sociálnych sietí a služieb je už tak veľká, že sa často na prvý pohľad vymykajú ich samotnej definícii. Nevýhodou sociálnych sietí je fakt, že používatelia nemusia do svojho profilu vložiť pravdivé informácie., keď internet je hybnou silou sveta, existuje množstvo druhov sociálnych sietí, Vyučovacie hodiny viesť tak, aby žiaci rozvíjali logické a abstraktné myslenie, aby účinne spolupracovali v tíme pri posudzovaní a aktívnom riešení problémových situácií, kreatívnej tvorby vlastných mediálnych obsahov a tiež pochopili, že keď firmy cez sociálne siete viac komunikujú so svojimi potenciálnymi zákazníkmi, tak vytvárajú svoju online identitu, s ktorou sa užívateľ môže stotožniť.

14.	Vypracoval (meno, priezvisko)	Ing. Mária Goňková
15.	Dátum	10.09.2021
16.	Podpis	
17.	Schválil (meno, priezvisko)	Ing. Eva Liptáková
18.	Dátum	
19.	Podpis	

**Príloha:**

Fotodokumentácia zo stretnutia 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	23.09.2021
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	<a href="http://www.stavke.sk/?page_id=3913">http://www.stavke.sk/?page_id=3913</a>

### Manažérske zhrnutie:

Vzdelávanie členov klubu v oblasti najvýznamnejších sociálnych sietí - YouTube, LinkedIn, Facebook a Instagram – ich využitie, získavanie digitálnych zručností a ich implementácia do vzdelávacieho procesu.

### Krátka anotácia:

- Špecifiká a využitie najvýznamnejších sociálnych sietí
- Analýza v súčasnosti implementovaných stratégií a metód vo vyučovaní
- Využitie IKT
- Diskusia a výmena skúseností medzi členmi klubu – praktické rady a tipy

### Kľúčové slová:

- YouTube
- LinkedIn
- Facebook
- Instagram

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

**Téma stretnutia:** Špecifiká a využitie najvýznamnejších sociálnych sietí + YouTube a LinkedIn. Facebook, Instagram.

### Hlavné body:

- Špecifiká sietí YouTube, LinkedIn, Facebook a Instagram.
- Sociálne siete a ich reklamné formáty

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

- členovia klubu sa zhodli v tom, že **Youtube** je druhá najväčšia sociálna sieť s počtom aktívnych používateľov blížiacim sa k dvom miliardám, **LinkedIn** je obchodne-orientovaná internetová sociálna sieť založená v decembri 2002 a spustená v máji 2003. Využíva sa hlavne pre vytváranie profesionálnych sietí. **Facebook** je sociálna sieť s najväčším počtom aktívnych užívateľov (viac ako 2 miliardy), veľmi presným profilom svojich užívateľov a vďaka tomu aj veľmi presnými možnosťami cielenia reklamy na svojich užívateľov. **Instagram** je sociálna sieť, ktorá sa úzko zamerala na tvorbu a zdieľanie obrázkov či videí svojich užívateľov. Instagram bol odkúpený spoločnosťou Facebook a patrí tak do jej portfólia.
- členovia klubu tiež zhodnotili aktuálny stav implementácie aktivizujúcich metód vyučovania pri rozvíjaní počítačovej gramotnosti.

### Zhrnutie priebehu stretnutia:

Úlohou stretnutia bolo oboznámiť členov klubu o špecifikáciách a účeloch využitia **Youtube, LinkedIn, Facebook a Instagram**, podľa ktorých, sa môžeme rozhodnúť, pre tú ktorú sociálnu sieť. Detailne sme sa venovali reklamným formátom:

- video platformy **Youtube**, ktoré sú skvelým nástrojom na zvyšovanie povedomia o značke,
- ako užívateľ pri aktivite na **LinkedIne** musíme jasne vytýčiť ciele, nehľadať sociálne väzby, či priateľov, ale kariérne rozvíjať, budovať osobnú značku a hľadať obchodné príležitosti v oblasti, v ktorej pôsobí firma. V prípade, že chceme na platformu pridávať akýkoľvek obsah, musíme najprv myslieť na motiváciu, správanie sa užívateľov a dôvody, prečo platformu vôbec využije,
- **Facebook** reklamy majú množstvo formátov (obrázková reklama, video reklama, personalizované zobrazovanie kolekcii produktového katalógu, Karuselová reklama – do 10 obrázkov či videí s individuálnymi linkami, Slideshow– pohyblivá prezentácia, Instat Experience-reklama optimalizovaná pre mobilné zariadenia s možnosťou interaktívneho fullscreen zobrazenia, Lead Generation Ads, ktoré pomáhajú zbierať informácie od ľudí, ktorý sa zaujímajú o biznis, Ponuky/offers – spôsob ako zdieľať s používateľmi zľavy, Boost príspevkov, Event responses Ads– Promovanie udalostí a záujem o udalosť, Page likes reklamy,
- **Instagram** - jeho reklamné formáty tvoria reklamné príspevky vo feede (fotoformát, videoformát) , karuselové reklamy, a mimoriadne efektívne reklamy v instagramových stories (fotky a videoformát).

Členovia klubu konštatovali, že video formát reklamy v online prostredí má pred sebou ešte mnoho úspechov.

## 12. Diskusia a výmena skúseností:

V tejto časti pedagógovia diskutovali o danej téme, opísali, prečo je potrebné využívať

sociálne siete. Konštatovali, že LinkedIn je veľmi efektívnou platformou pre nadväzovanie nových obchodných partnerov. V prípade, že je naším cieľom brand awareness (odkomunikovanie značky), je LinkedIn ideálnou platformou. Jeho prínos pre spoločnosti spočíva najmä v zvýšení povedomia o značke. Instagram je veľmi dynamické sociálne médium s veľmi presne zadefinovaných rozdelením a kategorizáciou svojho obsahu pomocou tzv. hashtagov. Tvorba a šírenie vizuálneho obsahu je veľmi jednoduché a rýchle a nie je ohraničené obmedzeným dosahu príspevkov tak, ako je to v prípade Facebooku.

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.

### 13. **Záver a odporúčania:**

Stretnutie prebiehalo v súlade s rámcovým programom „Špecifiká a využitie najvýznamnejších sociálnych sietí + YouTube a LinkedIn. Facebook, Instagram.“ 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.

Mať profil na **Youtube, LinkedIn, Facebooku a Instagrame**, ešte neznamená, že skutočne dokážeme využívať ich potenciál. Platformy sa neustále vyvíjajú a poskytujú nám čoraz viac možností pre osobný, či firemný rozvoj. Preto je dôležité vnímať ich potenciál a využiť ho pre prospech firmy.

14.	Vypracoval (meno, priezvisko)	Ing. Mária Goňková
15.	Dátum	23.09.2021
16.	Podpis	
17.	Schválil (meno, priezvisko)	Ing. Eva Liptáková
18.	Dátum	
19.	Podpis	

### **Príloha:**

Fotodokumentácia zo stretnutia online pedagogického klubu