

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, 040 01 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	06.11.2020
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:

- Oboznámenie s činnosťou klubu.
- Konkretizácia súčasného stavu vyučovania, nedostatky vo vyučovaní.
- Možnosť implementácie online marketingu do ŠkVP.
- Výmena skúseností k odbornému textu.
- Problém aplikácie myšlienkových operácií pri odbornom texte
- Využitie IKT pri práci s odborným textom
- Diskusia medzi pedagógmi

Kľúčové slová:

- porozumenie odborného ekonomického textu
- modelové situácie,
- blokové vyučovanie, krúžky, ekonomické predmety

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

Témy stretnutia:

- náplň práce klubu
- terminológia, pojmy a skratky
- online a offline reklama – kedy sa ktorá hodí
- prehľad online marketingových nástrojov

Analýza súčasného stavu:

- členovia klubu sa zhodli v tom, že na bežných vyučovacích hodinách ekonomických predmetov je minimum času na prácu s online záležitosťami pri podnikaní,
- navrhujú preniesť túto problematiku do extra hodín nového predmetu digitálny marketing.

Úlohou prvého stretnutia bolo oboznámiť členov klubu so základnými pojmami týkajúcimi sa online marketingu. Online marketing alebo tiež internetový marketing sú všetky činnosti na internete, ktoré vedú k predaju výrobku, alebo služby za pomoci dostupných nástrojov.

Slovné spojenie online sa používa pre aktivity na internete. Offline zase pre aktivity v reálnom živote. Členovia sa oboznámili s výhodami online marketingu oproti offline marketingu a tiež s jeho základnými nástrojmi – SEO, linkbuilding, PPC, sociálne siete, email marketing, PR.

Diskusia a výmena skúseností:

- členovia diskutovali o kritériách výberu vhodných odborných textov pre predmet digitálny marketing s možnosťou využitia IKT

13. **Závery a odporúčania:**

Stretnutie prebiehalo v súlade s rámcovým programom. Je potrebné rozšíriť spomínané vedomosti a schopnosti žiakov a zároveň zvýšiť záujem žiakov o podnikanie.

Členovia konštatovali, že predmet digitálny marketing má motivačný charakter, ktorý je potrebné udržať. Členovia klubu sa zhodli, že je veľmi dôležitá medzipredmetová kooperácia, odovzdávanie odborných skúseností, na ktoré poskytuje priestor činnosť klubu.

14.	Vypracoval (meno, priezvisko)	Ing. Mária Goňková
15.	Dátum	06.11.2020
16.	Podpis	
17.	Schválil (meno, priezvisko)	Ing. Eva Liptáková
18.	Dátum	09.11.2020
19.	Podpis	

Príloha:

Prezenčná listina 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	09.11.2020
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- sociálne siete
- Diskusia a výmena skúseností medzi členmi klubu – praktické rady a tipy

Kľúčové slová:

- stratégia marketingu na sociálnych sieťach
- aktivizujúce metódy
- prípadové štúdie úspešných kampaní
- heuristika
- diskusia
- projektové vyučovanie
- skupinová práca
- brainstorming

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

Témy stretnutia:

- Úspešnosť online kampaní a ich meranie
- Vytváranie user persón a cieľových skupín
- Stratégia ako prvý krok pri tvorbe kreatívnej kampane
- Kde hľadať inšpiráciu (tips & tricks)
- Prečo je plánovanie a nastavovanie cieľov dôležité

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, prepájať teoretické vedomosti s praktickými úlohami, akceptovať názory spolužiakov.

Úlohou stretnutia bolo oboznámiť členov klubu s prezentáciou rôznych možností meraní, stratégií, case studies. Venovali sa pojmom, postupom a tvorbe online marketingových kampaní s využitím všetkých dostupných nástrojov. Ukázali si príklady a odporúčané nástroje.

Dobre pripravená case study umožňuje na reálnych príkladoch demonštrovať, ako svojim zákazníkom pomáhať uskutočňovať stanovené ciele. Potenciálnych zákazníkov potom vďaka nim premeniť na skutočných zákazníkov.

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 návrhu, realizácie a vyhodnocovania reklamných marketingových kampaní, pričom je potrebné aplikovať aktivizujúce metódy vyučovania.

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 heuristiku, diskusiu, projektové vyučovanie, skupinovú prácu a brainstorming.

13. Závěry a odporúčania:

Stretnutie prebiehalo v súlade s rámcovým programom.

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	09.11.2020
16.	Podpis	
17.	Schválil (meno, priezvisko)	Ing. Eva Liptáková
18.	Dátum	10.11.2020
19.	Podpis	

Príloha:

Prezenčná listina zo stretnutia pedagogického klubu