

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	28.12.2020
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:

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

Krátka anotácia:

- Nastavenie firemnej identity
- Prieskum trhu a konkurencie v rámci externých faktorov
- Využitie IKT- tvorba brand booku, bitmanova grafika
- Diskusia a výmena skúseností medzi členmi klubu – praktické rady a tipy

Kľúčové slová:

- naming (brand)
- aktivizujúce metódy prieskumu trhu
- heuristika
- kreatívny brainstorming
- brand book
- vizuálna identita loga

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

Témy stretnutia: Brand a logo

Hlavné body:

- Čo je to brand a prečo je branding pre firmy dôležitý?
- Budovanie brandu v digitálnom prostredí
- Psychológia budovania značky
- Ako dokáže značka ovplyvniť nákupné správanie
- Heuristiky, mentálne skratky a vnímanie značiek
- Kolektívna psychológia – vplyv kultúry brand
- Tipy ako vybudovať úspešný brand
- Logo ako symbol firmy
- Vizuálna identita loga
- Význam loga – kľúčové faktory
- Aktuálne trendy v logodizajne

Zhrnutie priebehu stretnutia:

Úlohou stretnutia bolo pochopiť, čo je brand, logo vs brand fiktívnej firmy. Vytvoriť dokonalý názov pre brand, je dôležité, aby sme sa o danej firme dozvedeli čo najviac. Každý člen vyrozprával príbeh svojej fiktívnej firmy, na čo sa zamerá a prečo. Vymyslieť dobrý názov vyžaduje najskôr urobiť dôkladný prieskum konkurencie v danom segmente, čo sa aj členovia klubu so svojou počítačovou gramotnosťou – napr. surfovanie po internete snažili vykonať, aby brand ich fiktívnej firmy bol originálny, funkčný, výstižný, kreatívny, zvučný, zapamätateľný, aby sa dal použiť vo viacerých jazykoch. Potom nasledoval kreatívny brainstorming na základe možností tvorby názvu

značky so zreteľom na použitie názvu na rôznych platformách a dostupnosť vhodnej príslušnej domény. Firma potrebuje tiež logo, symbol, ktorý vyjadruje to, kým firma je, čo robí a čo chce, aby si potenciálni zákazníci okamžite pri brande vybavili práve túto fiktívnu firmu. Takže skôr než si členovia klubu vytvorili dizajn loga bitmanovou grafikou, vytvorili si stratégiu, ktorej sa držia, napríklad aj kvôli dobrej adaptabilite pri rôznych použitíach – aby bolo logo dobre použiteľné aj na webe, na sociálnych sieťach, na letáku, brožúre, vizitke či obale produktu.

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 prvým náčrtom loga predchádza dôkladný prieskum, naštudovanie problematiky a konkurencie a predovšetkým detailné zoznámenie sa s firemnou značkou. Iba platenou reklamou sa nevybuduje značka, komunikáciou výlučne na Facebooku zasa dostatočne sa nepodporí predaj. Výsledky prichádzajú pri správnej kombinácii marketingových aktivít, či už je to vylepšenie webu, SEO, PPC reklama, pútavé video alebo prezentácia značky na sociálnych sieťach.

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.

13. Závbery a odporúčania:

Stretnutie prebiehalo v súlade s rámcovým programom. Členovia klubu boli uvedení do sveta návrhu originálneho a výstižného názvu a dobrého loga, ktoré má vzbudzovať dôveru a spájať sa s danou značkou. Odporúčam sa venovať prieskumu trhu v navrhovaných segmentoch a konkurencie v praxi pre dosiahnutie želaného vzhľadu loga fiktívnej firmy.

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

14.	Vypracoval (meno, priezvisko)	Ing. Mária Goňková
15.	Dátum	28.12.2020
16.	Podpis	
17.	Schválil (meno, priezvisko)	Ing. Eva Liptáková
18.	Dátum	29.12.2020
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	29.12.2020
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:

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 úspešnej značky
- Využitie IKT- tvorba značky webového obsahu
- Diskusia a výmena skúseností medzi členmi klubu – praktické rady a tipy

Kľúčové slová:

- abstrakcia, deskripcia, asociácia
- personalizácia
- komprimácia
- marketingový výskum
- ochranná známka

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

Témy stretnutia: Vytvorenie značky

Hlavné body:

- Tvorba brandových kampaní
- Ako merať úspešnosť brandových kampaní
- Ukážky a inšpirácie úspešných brandov
- Možností vytvárania značky

Zhrnutie priebehu stretnutia:

Úlohou stretnutia bolo vytvoriť originálny a výstižný názov fiktívnej firmy ako základ úspešného biznisu. Členovia klubu sa snažili vytvoriť značku, ktorá by vyznávala hodnoty, víziu a napĺňala vytýčené ciele fiktívnej firmy. Naučili sa ju vytvárať na základe abstrakcie, deskripcie, asociácie, personalizácie a komprimácie s patričnou vizualizáciou.

Analýza súčasného stavu v implementácii aktivizujúcich metód vyučovania:

Práca pedagóga sa orientuje na samostatný, kreatívny prístup k možnostiam, ako sa na tvorbu názvu značky pozeráť, pohotovosťou v praktickej oblasti, výberu efektívnych riešení v procese návrhu značky.

Diskusia a výmena skúseností:

V tejto časti pedagógovia diskutovali o danej téme, zhodli sa na tom, že aby brand dostal dušu a aby mal autentický charakter, musí sa vybudovať od základov a že má byť unikátny, jednoducho

vysloviteľný, zapamätateľný, univerzálny, dostupný, ochrániteľný a s jedinečnou, unikátnou, funkčnou a oku lahodiacou vizualizáciou.

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 brandových kampaní a vytvárania značky fiktívnej firmy s využitím digitálnych technológií. 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.

14.	Vypracoval (meno, priezvisko)	Ing. Mária Goňková
15.	Dátum	29.12.2020
16.	Podpis	
17.	Schválil (meno, priezvisko)	Ing. Eva Liptáková
18.	Dátum	30.12.2020
19.	Podpis	

Príloha:

Prezenčná listina zo stretnutia pedagogického klubu