

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	Súkromná stredná odborná škola podnikania
4. Názov projektu	Zvýšenie kvality odborného vzdelávania a prípravy na Súkromnej strednej odbornej škole podnikania Zvolen
5. Kód projektu ITMS2014+	312011Z833
6. Názov pedagogického klubu	Život EKOfirmy
7. Dátum stretnutia pedagogického klubu	13.05.2021
8. Miesto stretnutia pedagogického klubu	Budova školy-miestnosť odbornej prípravy
9. Meno koordinátora pedagogického klubu	Ing. Renáta Henešová
10. Odkaz na webové sídlo zverejnenej správy	www.skolapodnikania.sk

11. Manažérske zhrnutie:

kľúčové slová: produkt, produktový rad, produktový mix, značka, balenie, bezpečnosť a kvalita produktov, inovatívnosť firiem, ...

krátka anotácia:

Pedagogický klub sa na svojom zasadnutí zaoberá oboznámením sa a využitím inovatívnych metód prepojením teoretických vedomostí na príkladoch s aplikáciou v praxi. Cieľom je podporiť u žiaka schopnosť zozbierať informácie a prezentovať ich na základe praktických príkladov.

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

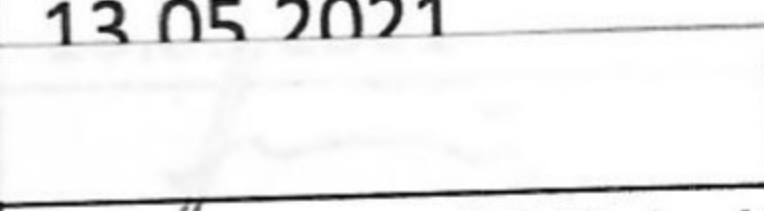
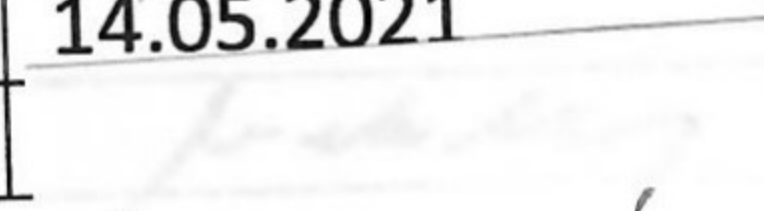
Témou stretnutia je „Produktová politika“, ktorej cieľom je diskusia členov klubu zameranej na oblasť marketingového mixu a sociálno- ekonomických aspektov produktovej politiky.

Hlavné body:

- Definícia produktu – ponuka na trhu: statky, služby, osoby, myšlienky, kultúrne vyžitie – uspokojovanie ľudských potrieb
- 5 úrovní produktu: užitočnosť, základná funkcia produktu, očakávaný idealizovaný produkt, potenciálny produkt, inovatívny produkt
- Produktová hierarchia
- Klasifikácia výrobkov
- Rozhodovanie o výrobkovej rade a výrobkovom mixe, modernizácia, atraktivnosť, vyradenie produktu z VR
- Značka = meno, názov, znak, vytváraný prejav alebo ich kombinácia, imidž firmy - zmyslom je odlíšenie produktov alebo služieb predajcu resp. skupiny predajcov od tovaru konkurenčných predajcov.
- 6 odlišných úrovní informácií o značke:
 1. Charakteristika – vyvoláva v pamäti asociácie spojené s charakteristickými rysmi značkového výrobku
 2. Prínosy – výhody ktoré zákazníkovi plynú z vlastností značky (výrobku)
 3. Systém hodnôt
 4. Kultúrne hodnoty
 5. Osobnosť
 6. Užívateľ = užívateľ výrobku sa stane ten, kto uznáva systém hodnôt, kultúrne hodnoty a osobnosť výrobku
- Balenie, značenie výrobkov
- Riadenie produktového portfólia v kríze
- Inovativnosť firiem ako faktor konkurencieschopnosti produktov
- Bezpečnosť a kvalita produktov z pohľadu spotrebiteľa a výrobcu
- Integrovaná produktová politika v trvalo udržateľnej spotrebe

13. Závery a odporúčania:

Učitelia si na zasadnutí vymenili praktické poznatky o produktoch, ktoré ponúka náš súčasný trh. Zhodli sa pri výmene svojich skúseností, že je dôležité prepájanie teórie s ukázkou praktických príkladov, pretože žiaci si skôr osvoja teoretické vedomosti, vyučovací proces je pre nich záživnejší, funguje spätná väzba – interakcia medzi žiakom a učiteľom.

14. Vypracoval (meno, priezvisko)	Ing. Renáta Henešová
15. Dátum	13.05.2021
16. Podpis	
17. Schválil (meno, priezvisko)	RNDr. Pavel Michalík
18. Dátum	14.05.2021
19. Podpis	

Príloha:

Prezenčná listina zo stretnutia pedagogického klubu