

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	17.02.2022
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:

klúčové slová: identita firmy (corporate identity CI), jasná filozofia a hodnoty firmy, konkurencieschopnosť, rebrand

krátka anotácia:

Zasadnutie pedagogického klubu sa zameriava na oboznámenie a využitie inovatívnych metód vo vyučovacom prostredí v prepojení na prax s cieľom rozvoja kľúčových kompetencií u žiakov, ako sú ich komunikačné zručnosti, naučiť ich komunikovať smerom von, k budúcim zákazníkom a dodávateľom, no zároveň aj smerom dnu, k zamestnancom z pohľadu budúceho podnikateľa.

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

Témou stretnutia sú: „Identita firmy a umiestnenie podnikania.“

„Zmena corporate identity otvára dvere tam, kde by sa firma so starým dizajnom nedostala.“

„Pre obchod sú kľúčové tri veci: lokalita, lokalita a lokalita.“

Hlavné body:

- Firemná identita – vizuálne aspekty: logo, firemné farby, dizajn tlačovín, webu, komunikácia na sociálnych sieťach. Popisuje, aké sú hodnoty firmy, čo reprezentuje, koho sa snaží osloviť.
- Problém podceňovania firemnej identity - nejednotný obraz o podniku a ich filozofii, zlé vizuálne logo bez vzájomného prepojenia, nástup konkurencie – zväčšovanie
- Čas na zmenu CI – rozšírenie na e-shop, stará vizuálna prezentácia – oslovenie profesionálnych agentúr – logo v súlade s hodnotami podnikania
<https://www.podnikajte.sk/marketing/firemna-identita-skusenosti>
- umiestnenie podnikania
- korporátne komunikácia, korporátne správanie
<https://www.megalogo.sk/blog/firemna-identita-stabilne-zazemie-a-vztah-so-zakaznikom>

Pedagógovia na svojom zasadnutí diskutovali na danú tému firemnej identity a umiestnenia podnikania, hľadali k nej užitočné informácie, spôsoby ako v tejto téme zaujať žiakov.

Pri začatí podnikania väčšina podnikateľov podceňuje vytvorenie identity podnikania a výber správnej lokality, pričom sa jedná o mimoriadne dôležité faktory. Komunikácia firmy smerom von, tzn. so zákazníkom, sa uskutočňuje najmä prostredníctvom mena, loga, motta a firemných farieb. Prostredníctvom týchto prvkov chce firma vzbudiť u zákazníka záujem a naznačiť svoje poslanie. Umiestnenie má veľký vplyv na náklady a výnosy.

Vhodné umiestnenie podnikania môže rozhodnúť o jeho úspechu resp. neúspechu.

13. Závěry a odporúčania:

Učítelia na záver zhodnotili, že je dôležité na začiatku podnikania si presne zdefinovať poslanie firmy, neodbočovať od filozofie firmy, pretože to odráža celú jej podstatu, jej hodnoty v oblasti podnikania a vonkajšieho pôsobenia na zákazníkov, ktorých si chce firma udržať a budovať si tak dobré meno spoločnosti, o ktorej hovoria len v superlatívoch. V zásade pri firemnej identite ide o zmyslovo vnímateľné vyjadrenie „ducha“ firmy a jej budúceho smerovania voči sebe, svojim cieľom, víziám a svojmu okoliu.

Správne zdefinovaná a následne aj vytvorená firemná identita vplýva na všetky stránky podnikania. Je prepojená s emóciami či potrebami zákazníka. Každý zamestnanec a v podstate každý, kto hrá nejakú rolu v danom podnikaní, prispieva svojou troškou k budovaniu firemnej tváre a v neposlednom rade ide o profesionalitu firmy. Ide o konzistentnosť online i offline komunikácie. Konzistentná firemná identita prináša rôzne benefity v podobe ľahšej identifikovateľnosti a zapamätateľnosti cieľovým publikom, vzbudzuje pocit dôvery u zákazníkov, predstavuje obrovskú konkurenčnú výhodu.

„Pokiaľ ľudia veria, že spolu s firmou zdieľajú isté hodnoty, ostanú tejto značke lojálni.“

(Starbucks CEO Howard Schultz)

14. Vypracoval (meno, priezvisko)	Ing. Renáta Henešová
15. Dátum	17.02.2022
16. Podpis	
17. Schválil (meno, priezvisko)	RNDr. Pavel Michalík
18. Dátum	18.02.2022
19. Podpis	

Príloha:

Prezenčná listina zo stretnutia pedagogického klubu