

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	03.03.2022
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: logo, slogan, farby – vizuálna prezentácia podniku, self marketing

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 – komunikačné zručnosti, soft skills, sebaaprezentácia.

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

Témou stretnutia sú: „Prezentácia firmy voči okoliu.“

„Slogany by mali znieť ako vety, ktoré ľudia používajú. Akonáhle zostavíte niečo, čo znie umelo, neprirodzene a nikto také slová nepoužíva, tak to nikto do seba nevstrebe. Nikto tomu neuverí.“

(Jakub Horák)

Hlavné body:

- Logo firmy 10 pravidiel
 - Farebnosť – niektoré farby nie sú pri tlači kompatibilné a preto na to treba myslieť vopred
 - Zapamätateľnosť – logo by malo byť výrazne, zapamätateľné a jednoduché
 - Odlišnosť – logo sa nesmie podobáť na iné logá, minimálne nie v rovnakom odvetví
 - Použitelnosť – malo by byť použiteľné v každom prostredí aj formáte
 - Čitateľnosť – musí byť čitateľné aj na malých reklamných predmetoch (napr. pero)
 - Hodnota – tvorba loga musí odzrkadľovať hodnoty danej firmy, výrobku alebo služby
 - V jednoduchosti je krása – zložité logo môže zmiašť a byť nepochopené
 - Variabilita – Malo by byť použiteľné aj so sloganom, v čiernobielych prevedeniach alebo v iných tvaroch
 - Text – malé nadpisy nebudú čitateľné pri zmenšení loga
 - Dvojzmyselnosť – logo by malo obsahovať aspoň jeden skrytý význam, ale pozor na podobnosť znakom násilia a hanlivosti.
- Logo a jeho druhy – typografické, obrázkové, kombinované
- SLOGAN – dôležitosť, konkurečná výhoda

5 tipov ako vymyslieť slogan pre firmu | NAKAZA Blog

Pedagógovia na svojom zasadnutí diskutovali na danú tému prezentácie firmy voči okoliu, hľadali k nej užitočné informácie, spôsoby ako v tejto téme zaujať žiakov. Nájdené materiály sú využiteľné najmä v predmetoch odbornej praxe ako je podnikanie a cvičná firma.

Logo predstavuje absolútny základ vizuality značky. Je dôležitou súčasťou propagačného štýlu firmy a je identifikovateľné naprieč všetkými vizuálnymi prvkami značky. Umožňuje podniku odlíšiť sa od konkurencie a vytvoriť v mysli zákazníkov, obchodných partnerov i verejnosti myšlienkovú skratku spojenú s danou značkou, produktovou kategóriou alebo špecifickým pocitom.

Efektívny slogan je stručný, zapamätateľný a výstižný. Mal by opisovať samotnú podstatu prezentovaného výrobku, či služby. Najlepšie slogany sa časom stávajú synonymami pre produkty.

„Branding je metóda aktívneho formovania značky, ktorá má za cieľ upútať pozornosť ideálneho zákazníka a urobiť z neho kupujúceho a verného zákazníka.“ Inými slovami, ak chce byť podnikateľ ako značka vidieť, je potrebné dať o sebe vedieť a práve branding je jedným zo spôsobov, ktoré k tomuto cieľu vedú dopomôcť.

13. Závěry a odporúčania:

Učitelia na záver zhodnotili, že je dôležité viesť žiakov ku kreativite, tvorivosti i komplexnosti chápania podnikania a prezentovania svojej činnosti, produktov a služieb navonok voči okoliu pomocou správne zvoleného loga a sloganu, pretože mnohých ľudí upúta značka produktu po stránke vizuálnej. Avšak vizualita značky je omnoho komplexnejšia a skúsený dizajnér vie, že logo nestačí. Logo je totiž základňou pre vizuálnu identitu, ktorá predstavuje rozsiahly systém farieb, fontov a symbolov, ktoré prezentujú značku značku firmy navonok. Kto sa chce dostať do vedenia a byť konkurencieschopným, musí vyhovieť očakávaniam trhu, musí priniesť výsledky, nesmie premeškať príležitostí, robiť veci inak, vyvíjať sa, znášať riziká a nebáť sa správne prezentovať. Cieľom učiteľov je naučiť žiakov vlastnému sebareprezentovaniu, používať vhodné komunikačné zručnosti, prebudíť svoju tvorivosť a kreativitu, vedieť vyjadriť svoje hodnoty, práve to prináša konkurenčnú výhodu presadiť sa nielen v podnikaní, ale aj v reálnom živote.

14. Vypracoval (meno, priezvisko)	Ing. Renáta Henešová
15. Dátum	03.03.2022
16. Podpis	
17. Schválil (meno, priezvisko)	RNDr. Pavel Michalík
18. Dátum	04.03.2022
19. Podpis	

Príloha:

Prezenčná listina zo stretnutia pedagogického klubu