

## 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	Finančná gramotnosť
7. Dátum stretnutia pedagogického klubu	05. 12. 2022
8. Miesto stretnutia pedagogického klubu	Budova školy-miestnosť odbornej prípravy
9. Meno koordinátora pedagogického klubu	Ing. Zuzana Necpálová
10. Odkaz na webové sídlo zverejnenej správy	<a href="http://www.skolapodnikania.sk">www.skolapodnikania.sk</a>

### 11. Manažérske zhrnutie:

**klúčové slová:** logo, kvíz

**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 – kreativnosť, tvorivosť.

- **Hlavné body, témy stretnutia, zhrnutie priebehu stretnutia:**

Téma stretnutia: „Logo kvíz“

**Hlavné body:**

- **Význam slova logo** - grafická značka alebo emblém používaný komerčnými spoločnosťami, inými organizáciami alebo jednotlivcami s cieľom odlišiť produkt alebo službu od konkurencie. Môže obsahovať názov spoločnosti, alebo môže mať čisto grafickú podobu bez písmen.
- **Značka (brand)** – podvedomé vnímanie loga na reklamných materiáloch a výrobkoch firmy
- **Stváranie značky/ font písma** (ako značka vyzerá) - cez typické fonty je možné získať aj asociácie s nimi spojené
- **Rebranding**
- **Manuál značky**
- **Logotyp** - čisto typografický, teda textový prvok, zatiaľ čo logo v sebe už má nejaký symbol (piktogram). Dôležité je dodržiavať tzv. vizuálnu konzistenciu – teda používať rovnaké logo. Tomu pomáhajú pravidlá korporátnej identity, teda grafický manuál.
- Písmo (font) značky
- **Naming** – / ochranná známka – Úrad priemyselného vlastníctva v BB

Existuje niekoľko spôsobov, ako možno dôjsť k nápadom na nový názov:

- Hra s existujúcimi slovami (Electro World, Annonce)
- Akronymy (Čedok, Besip)
- Skratky (ODS, ČVUT)
- Metafory – odkazy k asociáciám (Palladium, Amazon)
- Odkaz k zakladateľom (Baňa, Erhartova cukráreň)
- Inštitucionálna forma (Národná galéria, Česká sporiteľňa)
- Zviazané s lokalitou (Vodňanské kurča, Emirates Airlines)
- Preklad z cudzieho jazyka (Kenvelo, Contigo)

Pri posúdení nápadov je možné riadiť sa týmito kritériami:

- Je ľahko zapamätateľný?
- Odlišuje vás dostatočne od konkurencie?
- Dokážu ho ľudia vysloviť?
- Vzťahuje sa k vášmu segmentu?
- Vyvoláva chcené asociácie?
- Nebude vás v budúcnosti obmedzovať?
- Máte voľnú doménu?
- Bude možné získať ochrannú známku?
- **Mood board** (koláž značky)

- **Corporate identity** – Steve Jobs/Apple, Mc Donalds, Nokia, Coca – Cola, Pepsi, VW, Mercedes, Ferrari,
- **Maskot** – dodáva značke ľudskú tvár a emóciu – maskot líška Stavebná sporiteľňa, Raiffeisen bank – Ralf, Sova – ČSOB, ...
- **Rebranding**
- **Na koho značka pôsobí** – segment cieľovej skupiny, ambasador značky, influenceri, komunita, cieľová skupina...
- **Analýza trhu ( kde značka pôsobí)** Buzz monitoring, Dizajn thinking, Desk research, Focus group, Hĺbkové rozhovory, Human-centered design (HCD), Kontaktné miesta (touchpoints), Kvalitatívny výskum, Kvantitatívny výskum, SWOT analýza
- **Meranie značky:** Key performance indicator (KPI), Lojalita zákazníkov, Net promoter score (NPS), Povedomie o značke (brand awareness)
- **História log jednotlivých značiek**
- **Tvorenie logo kvízov cez forms.office.com**  
Ako vymyslieť dobrý názov a logo značky? (ecommercebridge.sk)

#### Zhrnutie priebehu stretnutia:

Logo patrí medzi základ stvárnenia značky. Dobre navrhnuté logo pomáha rýchlejšie si zapamätať, vybaviť a nájsť (identifikovať) značku (zákazník totiž nemusí čítať názov značky, logo vníma podvedome). Pridávanie log na výrobky alebo reklamné materiály sa označuje ako branding .

Prevedenie log môžeme rozdeliť do niekoľkých základných skupín: čisto textové logá a grafické logá buď s abstraktným, alebo reálnym symbolom (piktogramom). Okrem názvu značky je možné zaregistrovať ochrannú známku aj na grafické stvárnenie značky, teda na logo. Grafické stvárnenie zásadne pomáha v odlíšiteľnosti názvov značiek , ktoré znie podobne alebo sa napríklad zle vyslovujú.

#### 12. Závery a odporúčania:

Cieľom učiteľov zo zasadnutia klubu bolo, aby sa oboznámili s dôležitosťou tvorby správneho loga pre firmu, pretože logo nie je len kus dizajnu. Logo je uvedenie abstraktnej myšlienky do vizuálneho života. Je ústredným komunikačným prvkom, ktorý sprevádza značku celým jej životom, vizuálne ju odlišuje od konkurencie a pomáha vytvárať myšlienkové skratky či cenné asociácie v mysliach spotrebiteľov. Digitalizácia sveta a čoraz väčší dôraz na komunikáciu značiek v online prostredí nám otvára nové možnosti aj v kreatíve logodizajnu. Animované logá sú preto logickým krokom vpred, ako vnieť nový esprit, atraktivitu a zároveň i príbeh značky už do samotného loga. Učitelia sa naučili ako robiť rôzne druhy kvízu cez forms. office.com s medzipredmetovým prepojením na predmet cvičnej firmy.

13. Vypracoval (meno, priezvisko)	Ing. Zuzana Necpálová
14. Dátum	05. 12. 2022
15. Podpis	
16. Schválil (meno, priezvisko)	PaedDr. Pavol Mrini
17. Dátum	05. 12. 2022
18. Podpis	

Príloha: Prezenčná listina zo stretnutia pedagogického klubu