

## 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	08. 12. 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	<a href="http://www.skolapodnikania.sk">www.skolapodnikania.sk</a>

### 11. Manažérske zhrnutie:

**klúčové slová:** propagácia firmy, networking, news letter

**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 – IKT zručnosti.

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

Téma stretnutia: „Propagácia firmy“

### Hlavné body:

- **propagácia firmy ako nástroj marketingovej komunikácie**
- vytvorenie si profilu v službe „**Moja firma na Googli**“ - bezplatný vzdelávací program SMB Academy – praktické návody pre rast biznisu, dohľadateľný online, ako predávať online, expandovať do zahraničia a efektívne spolupracovať.
- **digitálna stratégia** – správna identifikácia cieľovej skupiny, marketingový model “STDC” (**SEE-THINK-DO-CARE**), ktorý pokrýva 4 nákupné fázy zákazníka (od prvotného kontaktu až po nákupnú starostlivosť).
- **bezplatné aj platené formy propagácie**
- **základné digitálne kanály** - vyhľadávanie, reklama v Obsahovej sieti, emailing, reklama na sociálnych sieťach a obsahový marketing
- **podpora spoločnosti Microsoft**
- **ako zapojiť zákazníkov a zamestnancov do propagácie** – odporúčania, zamestnanecké súťaže
- **Networking** - wireless zosielovanie spoločností, hľadanie nových kontaktov
- **Newsletter** komunikačný nástroj so subscribermi – informačné bulletiny

### Zhrnutie priebehu stretnutia:

Propagácia firmy je pre jej správny chod veľmi dôležitá. Pokiaľ s týmto procesom nemá podnikateľ dostatok skúseností, môže sa stať, že propagácia nebude dostatočne efektívna. Na zasadnutí sme rozoberali ako propagovať spoločnosť, hoci aj našu školu, aby bol tento komunikačný nástroj efektívny.

### 13. Závery a odporúčania:

Cieľom učiteľov zo zasadnutia klubu bolo, aby sa oboznámili s jednou z dôležitých a nevyhnutných nástrojov marketingu a tým je propagácia firmy. Učitelia sa naučili pracovať s digitálnymi nástrojmi slúžiacimi na online podporu propagácie firmy ako je práca v Canve, tvorenie dotazníkov v MS forms, video upútavka, tvorba vizitiek, súťaží... Využitie týchto znalostí pomáha pri propagácii školy, jej výsledkov ako aj medzipredmetovo pri úspechoch cvičných firiem žiakov.

V súčasnosti totiž na trhu predáva najmä správny marketing a dobre cielená reklama. Všetko funguje na presne stanovených algoritmoch a tak nejako aj samotní zákazníci do týchto algoritmov zapadajú. Práve preto pokiaľ podnikateľ nemá dostatočne pútavú reklamu, docieli asi len polovicu možného úspechu.

Marketingové stratégie sa vo všeobecnosti zameriavajú predovšetkým na propagáciu produktov, služieb, či firiem. Ich úlohou je dostať ich do povedomia potenciálnych zákazníkov. Reklama je dnes už súčasťou takmer každej časti života a pre médiá sú väčšinou aj hlavným zdrojom príjmu. Digitálny marketing je v súčasnosti veľmi preferovaný, čo sa odvíja najmä od toho, že na internete trávime nespočetné množstvo hodín denne.

PR sa taktiež zameriava aj na propagáciu, avšak v tejto forme marketingu je veľmi dôležité získať pozitívne postoje k určitému produktu, službe, firme. PR agent má na starosti vzťahy s verejnosťou a zaoberá sa o mienku väčšiny na danú firmu, či jej produkty.

Propagácia býva väčšinou problém najmä u menších spoločností, ktoré na túto oblasť nemajú dostatok financií. Nezáleží na veľkosti spoločnosti, pretože propagácia dokáže pomôcť akejkolvek spoločnosti a priniesť jej množstvo úžitku.

14. Vypracoval (meno, priezvisko)	Ing. Renáta Henešová
15. Dátum	08. 12. 2022
16. Podpis	
17. Schválil (meno, priezvisko)	✓ RNDr. Pavol Michalák
18. Dátum	09. 12. 2022
19. Podpis	

**Príloha:** Prezenčná listina zo stretnutia pedagogického klubu