

Správa očinnosti pedagogického klubu

1. Prioritná os	Vzdelávanie
2. Špecifický cieľ	1.2.1 Zvýšiť kvalitu odborného vzdelávania a prípravy reflektujúc potreby trhu práce
3. Prijímateľ	Obchodná akadémia Liptovský Mikuláš
4. Názov projektu	Zvýšenie kvality odborného vzdelávania a prípravy na Obchodnej akadémii Liptovský Mikuláš
5. Kód projektu ITMS2014+	312011AGY1
6. Názov pedagogického klubu	Klub finančnej gramotnosti
7. Dátum stretnutia pedagogického klubu	24.11.2020
8. Miesto stretnutia pedagogického klubu	Učebňa pre vyučovanie odborných predmetov
9. Meno koordinátora pedagogického klubu	Ing. Lenka Moravíková Fiačanová
10. Odkaz na webové sídlo zverejnenej správy	www.oalm.edupage.org

11. Manažérske zhrnutie:

Krátka anotácia:

Šieste stretnutie klubu bolo zamerané na úspešné podnikateľské projekty – bolo pokračovaním piateho zasadania klubu zo dňa 10.11.2020, vyhodnotením splnenia niektorých jeho úloh (s termínom do 24.11.2020) a prezentácie výsledkov týchto úloh. Ďalšou veľkou témou zasadnutia klubu bola zmena formy praktických maturitných skúšok v odbore Ekonomické lýceum z doterajšej prezentácie vylosovanej ekonomickej témy na prezentáciu obhajoby podnikateľského plánu samostatne vypracovaného študentom.

Kľúčové slová:

Dobrá prax, úspešná firma, úspech, digitálny marketing, úspešní podnikatelia Liptova, praktická maturitná skúška, podnikateľský plán

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

Hlavné body:

1. Vyhodnotenie splnenia úlohy z predchádzajúceho zasadnutia klubu: „*Pripraviť návrhy tém a didaktických metód z oblasti marketingu, o ktoré učitelia rozšíria vyučovanie odborných ekonomických predmetov.*“
2. Vyhodnotenie splnenia úlohy z predchádzajúceho zasadnutia klubu: „*Žiaci I.A a I.B triedy vypracujú pod vedením učiteľky Ing. Kataríny Šolcovej zadanie s názvom Úspešní podnikatelia Liptova.*“
3. Zmena formy praktickej maturitnej skúšky z odborných predmetov v štúdiom odbore Ekonomické lýceum

K bodu 1:

- Ing. Martina Šed'ová sa rozhodla pridať k tématickému celku Odbyt, ktorý bude preberať na predmete Podniková ekonomika v triede III.A odbor Ekonomické lýceum, látku Komunikácia na internete. Podklady k nej si vypracuje na základe spracovanej témy od Ing. M.Kubáňa (úloha č. 4 z predchádzajúceho zasadnutia Klubu), ako aj z ďalších publikácií: Tvorba zarábajúceho webu (2019, kolektív autorov, Affiliate sieť Dognet) a Současné trendy Online Marketingu očima předních expertů (2014, kolektív autorov, ComputerPress, Brno). Ako didaktickú metódu ku tématickému celku odbyt si pripravila sériu ukážok komunikácie rôznych firiem z internetu, ktoré budú žiaci priradovať k jednotlivým prvkom komunikačného mixu (reklama, podpora predaja, priamy marketing práca s verejnosťou, osobný predaj).
- Ing. Katarína Šolcová si k tématickému celku Činnosti podniku – odbytová činnosť firmy z predmetu Podniková ekonomika 1. ročník, ktorý bude preberať v triedach I.A a I.B, pripravila kreatívne didaktické metódy – skupinovú prácu (tvorba reklamy na zadanú tému, a to vo forme textového inzerátu, obrázkového maniera aj videoklipu), samostatnú prácu (vyhľadávanie rôznych typov reklám a ukážok práce s verejnosťou firiem na sociálnych sieťach), daný tématický celok plánuje rozšíriť o tzv. content alebo affiliate marketing

(nový trend tvorby obsahovo hodnotných článkov na internete, ktoré priamo nepropagujú konkrétnu firmu alebo konkrétny výrobok, ale vytvorením čitateľsky prítťažlivej rubriky dokážu vysoko efektívne umiestniť odkazy na konkrétne produkty do svojich článkov, čo v súčasnosti na zákazníkov zaberá oveľa viac ako klasická reklama), samozrejme s obtiažnosťou s prihliadnutím na vedomostnú úroveň študentov prvého ročníka.

Ďalej na predmete Hospodárske výpočty a štatistika u študentov II. ročníka odboru Obchodná akadémia by chcela doplniť učivo o problematiku marketingového výskumu, konkrétne tvorbu dohľadníka a štatistické vyhodnotenie jeho výsledkov.

- Ing. Lenka Moravíková Fiačanová vysvetlila, že obsah predmetov Účtovníctvo, Cvičenia v účtovníctve, ktoré prioritne vyučuje, sa nedá príliš prepojiť s obsahom disciplíny Marketingu. Do tématického plánu tretieho ročníka zaradí Účtovanie nákladov na reklamu na sociálnych sieťach a na internete. Ako vedúca odbornej praxe študentov zároveň iniciatívne prišla s návrhom organizovania besied študentov OALM s manažérmi úspešných podnikateľských subjektov z Liptovského Mikuláša a okolia. Ako prvého dohodla konateľa firmy Tomirtech, s.r.o., PhDr. Jána Tomčíka, ktorý prisľúbil účasť na besede so študentami našej školy ihneď, ako to dovoľí epidemiologická situácia.
- Ing. Michal Kubáň navrhol zaradiť do vyučovania predmetov Cvičenia v cvičnej firme a Ekonomické cvičenia v cvičnej firme aj tvorbu internetovej stránky študentami (potrebné zručnosti k tomu žiaci dostali na predmetoch Informatika, Aplikovaná informatika a Digitálna kancelária), ďalej o zadávanie reklamy na Facebooku a Instagrame (zdroje informácií k tomuto budú zo zakúpeného videokurzu od Marie Venclíčkovéj), ako aj vyhodnocovanie úspešnosti stránky a úspešnosti online reklamy pomocou Google analytics. Minimálne financie potrebné na takúto webovú prezentáciu by cvičným firmám poskytla škola, zo zdrojov ktoré získala ako príjemca poukázaných 2% dane z príjmov.

K bodu 2:

Žiaci prvého ročníka ako najúspešnejších podnikateľov Liptovského Mikuláša vytipovali týchto 7 firiem:

- CBA Verex, s.r.o. (obchod, majitelia bratia Mikušiakovcia a p. Frackowiak)



- LUKRI, s.r.o. (autodoprava, majiteľ p. Kristel)



- FLINE (nábytkárska živnosť p. Floreka)



- Včela-Lippek, k.s. (pekárne a cukrárne, majiteľ p. Moravčík)



- MK Alarm, s.r.o., (bezpečnostné technológie, majiteľ p. Kostolný)



- KZLM-TILIA (kožiarstvo, majiteľ p. Šiarnik)



- Tomirtech, s.r.o. (tesnenia, dopravníkové pásy, majiteľ p. Tomčík)



K bodu 3:

Naša škola má dva štúdijské odbory: Ekonomické lýceum a Obchodná akadémia. Prvý odbor je ponímaný ako príprava na vysokú školu, nerozvíja len čisto odborné zručnosti a kompetencie, ale aj tzv. „soft skills“ (*všeobecný prehľad, schopnosť prezentovať svoje poznatky, rečnit' na verejnosti a pod.*). Druhý z odborov je zameraný viac odborným (ekonomicko-účetnícko-administratívne-informatickým) smerom, vychováva najmä odborníkov do praxe. Ich rozdielne zameranie sa prejavuje aj pri *praktickej maturitnej skúške z odborných predmetov*. Kým maturanti odboru obchodná akadémia absolvujú 4 hodinový komplexný test z účtovníctva, administratívy a korešpondencie a informatiky, ich kolegovia z ekonomického lýcea absolvujú iba skrátenejší, 2 hodinový test z týchto predmetov, avšak majú pridanú prezentačnú časť *praktickej maturitnej skúšky*, kde pri interaktívnej tabuli formou prezentácie (po viachodinovej príprave) vyložia obsah vylosovanej ekonomickej témy, so zameraním na praktickú aplikáciu poznatkov (využit' majú svoje skúsenosti z predmetu Ekonomické cvičenia v cvičnej firme, svoju absolvovanú odbornú hospodársku prax, prípadne môžu použiť konkrétne príklady firiem zo Slovenska a sveta).

V súvislosti s diskutovanými zmenami – prehĺbenie vyučovania marketingu a finančnej gramotnosti na našej škole – padol na minulom zasadnutí Klubu finančnej gramotnosti (dňa 10.11.2020, návrh podala Ing. Lenka Moravíková Fiačanová) aj návrh na zmenu formy *praktickej maturitnej skúšky* pre odbor Ekonomické lýceum. Prerokovanie tohto návrhu členovia klubu nechali na dnešné zasadnutie, dňa 24.11.2020. Návrh bol prijatý a podrobne rozdiskutovaný. Bol prijatý spôsob preverenia komplexných ekonomických a marketingových znalostí študenta formou tvorby vlastného podnikateľského plánu na predmet podnikania, vymyslený žiakom. Študent by podnikateľský plán vytváral počas 3. a 4. ročníka štúdia. Praktická maturitná skúška by z odborných predmetov by sa potom konala ako obhajoba tohto plánu pred komisiou formou prezentácie. Druhá časť *praktickej maturitnej skúšky* – dvojhodinový komplexný príklad z účtovníctva, administratívy a korešpondencie a informatiky – by ostala nezmenená. Prvý rok, kedy by sa konala takáto forma *maturitnej skúšky*, by bol školský rok 2021/2022. Návrh musí byť ešte odsúhlasit' predmetová komisia ekonomických predmetov a vedenie školy.

13. Závery a odporúčania:

Členovia klubu pozitívne zhodnotili výsledky zadaných úloh z minulého zasadania klubu. Rozšírené vyučovanie marketingu a online marketingu bude prebiehať už v tomto školskom roku. Členovia sa zhodli na tom, že kompetencie absolventov v oblasti marketingu im pomôžu presadiť sa na trhu práce a taktiež napomôžu zvýšiť odbornú prestíž našej školy.

Prítomní taktiež vykonali vcelku radikálny zásah do maturitných skúšok – príprava podnikateľských plánov študentami ekonomického lýcea zmení tvár ich štúdia v treťom a štvrtom ročníku, avšak bude to želaná zmena smerom k presunu ťažiska od technokratických k marketingovým, digitálnym a trhovo orientovaným kompetenciám, ktoré lepšie využijú v súčasnom dynamicky sa meniacom svete.

14. Vypracoval (meno, priezvisko)	Ing. Michal Kubáň
15. Dátum	24.11.2020
16. Podpis	
17. Schválil (meno, priezvisko)	Ing. Lenka Moravíková Fiačanová
18. Dátum	24.11.2020
19. Podpis	

Prílohy:

1.) **Prezenčná listina** zo stretnutia pedagogického klubu

2.) brožúra **Úspešní podnikatelia Liptova.pdf** (práca žiakov prvého ročníka, výstup úlohy č. 2 zo zasadania Klubu finančnej gramotnosti zo dňa 10.11.2020. Druhý výstup – rovnomenná nástenka na prvom poschodí školy, sme zachytili na fotografiách, ktoré budú priložené k štvrťročnej správe o práci Klubu)