

Správa o činnosti pedagogického klubu

Prioritná os:	Vzdelávanie
Špecifický cieľ:	1.1.1 Zvýšiť inkluzívnosť a rovnaký prístup ku kvalitnému vzdelávaniu a zlepšiť výsledky a kompetencie detí a žiakov
Prijímateľ:	Gymnázium Terézie Vansovej, 17. novembra 6, 064 01 Stará Ľubovňa
Názov projektu:	Rozvojom gramotností k pokroku vo vzdelávaní
Kód ITMS projektu:	312011V381
Názov pedagogického klubu:	2.2.4 Klub učiteľov FG GTV SL Číslo rozpočtovej položky 5.6.4
Dátum stretnutia pedagogického klubu	30.5.2022
Miesto stretnutia pedagogického klubu	Gymnázium Terézie Vansovej, 17. novembra 6, St. Ľubovňa
Meno koordinátora pedagogického klubu	PhDr. Rastislav Knapik
Odkaz na webové sídlo zverejnenej správy	www.gymntvsl.edupage.org

MANAŽÉRSKE ZHRNUTIE:

klúčové slová – peniaze, príjem, sociálne siete

krátka anotácia – príjem zo sociálnych sietí

HLAVNÉ BODY, TÉMY STRETNUTIA, ZHRNUTIE PRIEBEHU STRETNUTIA:

- Otvorenie porady,
- Zhodnotilo sa predchádzajúce stretnutie a plnenie plánu stretnutí.
- Témou stretnutia klubu bolo vysvetliť okolnosti a najdôležitejšie usmernenia týkajúcich sa tohto procesu
- Množstvo ľudí si v súčasnosti kladie otázku, ako zarobiť na sociálnych sieťach, koľko zarábajú „influenceri“, je možné mať ako hlavnú zárobkovú činnosť takúto prácu?
- Čo musím vedieť pred tým, ak sa rozhodnem zarábať v tomto odvetví?

1. Sociálne siete

Medzi populárne siete patrí – Facebook, Instagram, Tik Tok, YouTube atď.

2. Reálny zárobok

Najviditeľnejším spôsobom, ako zarábajú influenceri peniaze, sú už spomínané sponzorované príspevky na Instagrame. Najdôležitejším faktorom pri stanovovaní ich ceny je počet sledovateľov.

Aktuálne orientačné ceny za jeden príspevok na Instagrame podľa počtu sledovateľov:

0 – 10k = 0 Eur (barter) – 250 eur,

10k – 50k = 150 eur – 400 eur, známejšie osoby aj 500 – 600 eur

50k – 100k = 300 eur – 700 eur, známejšie osoby aj 1000 – 1200 eur

100k – 500k = 500 eur – 3500 eur, tiež záleží, či je influencer známa tvár

Zdroj: Content Agency

Nie vždy však platí, že čím viac sledovateľov influencer má, tým väčší zásah bude mať na svojich sledovateľov. Štatistiky mnohých, už zrealizovaných, spoluprác totiž ukázali, že aj influenceri s menším počtom sledovateľov, a teda menším honorárom, priniesli viac návštev webu či eshopu značky, mali vyššiu mieru prekliku či cez personalizovaný promokód vygenerovali viac nákupov. „Aj preto dnes uvedomelejší a skúsenejší klienti a značky počúvajú pri honorovaní influencerov na ER (engagement rate),“ vysvetľuje Malaga. Ide o ukazovateľ, ktorý definuje, aká je miera interakcie užívateľov voči danému influencerovi a obsahu, ktorý vytvára a publikuje na svojom účte. Dá sa zistiť cez mnohé platené aj neplatené aplikácie, no druhá možnosť má isté limity.

3. Zážitky

Veľmi žiadané u influencerov je aj sponzorovanie výletov. „Zo skúsenosti vieme, že práve takýto typ obsahu je medzi sledovateľmi veľmi populárny, keďže je autentický. Influenceri tam tiež často získavajú aj hodnotné informácie o značke, ktoré potom vedia využiť pri tvorbe ďalšieho obsahu,“ vysvetľuje Malaga. Niektorí influenceri požadujú okrem cesty, ubytovania či iných benefitov na výlete, aj honorár. Jeho taxa sa v našich končinách pohybuje od 200 do 500 eur.

- V dnešnej dobe je táto možnosť veľmi zaujímavá ako zárobková činnosť alebo ako výmenný obchod (nejaký post za produkt napr.), hlavný dôvod pre túto činnosť je, že človek si môže vybrať oblasť, ktorá ho zaujíma a napĺňa a môže sa jej venovať
- Diskusia – účastníci klubu v diskusii rozoberali problematiku sociálnych sietí, reálneho zárobku, výmennému obchodu, atď.
- Záver

ZÁVERY A ODPORÚČANIA:

- Poukázať na možnosť zárobku zo sociálnych sietí
- Diskutovať o možnostiach pri takejto zárobkovej činnosti
- Využívať v čo najväčšej miere medzipredmetové vzťahy

Vypracoval (meno, priezvisko)	Mgr. Juraj Fidermák
Dátum	30.05.2022
Podpis	
Schválil (meno, priezvisko)	Mgr. Hurtošová Ivana
Dátum	01.06.2022
Podpis	

Príloha:

Prezenčná listina zo stretnutia pedagogického klubu