

novelystop v tržno la ustanovljati prva feja. Takrat je tudi anovil eno od prvih tiji. Založbo Rokus.



Foto: Dragana Čempner

neje in to deluje še danes, alnih gradiv.

**ADIVA SO
A 2009**

o je država ukinila potrjevanje učbeniških skladov. To je bilo italne gradiva. Rokusove prve abljali leta 2009, leta 2011 pa žine za prve tri razrede. »Takrat iji v prvi triadi resno uporabljali ki je bila del t. i. blended learninga. Danes to serijo v različnih ot 70 odstotkih slovenskih šol, 80 odstotkov učiteljev,« so dovednih pet za četrti in peti žus za naravoslovne predmete

tem dnevu, predstavljajo že gitalnih gradiv, izziRokus, ki tega, da so dajša besedila rabniki lahko skrajšajo za ajo in zmanjšujejo črke, jih tike in menjajo barvo ozadja, številne interaktivne naloge i, kjer lahko spremlja njihov

O IZKORISTILI

zapamtili kot slabo leto, jim je dobro izkoristili. »Ko je bila v eta odločitev vlade, da se s

ponedeljkom zaprejo vrta in šole, smo se nemudoma odločili, da še isti dan odpremo dostop do naših digitalnih gradiv. Število registriranih uporabnikov se je povečalo s slabih 10.000 na 80.000. Mnogi, tako učitelji kot starši, so si prvič vzeli čas in podrobno pregledali vsebino naših digitalnih gradiv. Bili so presenečeni in navdušeni nad kakovostjo multi-medijskih elementov, interaktivnosti in konceptom. Leta in leta truda, kako čim boljše predstaviti in približati e-učbenike učiteljem, so bila poplačana,« pravi jo.

Dodatno so aprila 2020 naredili še eno, učiteljem in predvsem starejšem prijazno potezo. Pripravili so spletno stran za prost dostop in tiskanje PDF-oblike delovnih zvezkov. Objavili so vsebine za zadnje tretjino šolskega leta in pri tem zabeležili več kot 100.000 prenosov delovnih zvezkov preko 8000 različnih uporabnikov.

MODRA AKADEMIJA

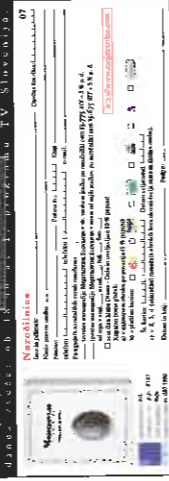
Kot pravi jo, so potrebe in želje učencev in učiteljev njihovo vodilo in osnova za razvoj novih izdelkov. Z leti in s tesnim sodelovanjem z učitelji so prišli do zaključka, da so učitelji strokovno dobro usposobljeni, formalna izobrazba pa jim ne nudi dovolj znanja o mehkih veščinah, zato so pred tremi leti o tem med učitelji naredili obsežno raziskavo. Izkazalo se je, da se želijo dodatno izobraževati na področju komunikacije, motivacije učencev, reševanja konfliktov, boljše organiziranosti, dela z učenci s posebnimi potrebami, z nadejnimi učenci ... Tako je nastala Modra akademija, izobraževalni portal za pedagoške delavce. »In če smo pred dvema letoma, ko smo postavljali Modro akademijo, iskali teme, ki so blizu širokemu spektru pedagoških delavcev, danes poznamo že zelo specifične potrebe vzgojiteljev, učiteljev, ravnateljev in otrok. V zadnjem letu smo se veliko naučili, med drugim tudi to, da se lahko zelo uspešno izobražujemo iz domačega fotelja. Zato se je tudi Modra akademija razširila na več

Matilda Prosenč • **SLAMNIKARICA**
Amaterska predstava monodrama: Slavnost je v čen
Z. aprila 1999, ob 77. letu pravnih letovanja Mirčade bjo
Jurčičeva ulica 6, Maribor.

Mojsčtrovine
S L O V E N I J E
Srečanja s sodobnimi izobrazitelji



Amaterska monodrama: Slavnost je v čen
Z. aprila 1999, ob 77. letu pravnih letovanja Mirčade bjo
Jurčičeva ulica 6, Maribor.



Naravnost
Naravnost je...
Naravnost je...
Naravnost je...



Ena od njihovih najbolj prepoznavnih monografij so Mojsčtrovine Slovenije iz leta 1999. To je bil eden od večjih projektov Rokusa, saj je knjiga izšla v petih jezikih, tudi v japonsčini. Istoinenska razstava mojstric in mojstrov slovenskega tradicionalnega in sodobnega oblikovanja je potovala od Los Angelesa in Tokia pa do Dunaja.



V tridesetih letih delovanja so prejeli številne nagrade. Nekaj posebnega so bile zanje nagrade za najboljšo slovensko knjigo, ki jih podeljuje Slovenski knjižni sejem, razveselili pa so se tudi vsake nagrade Evropskega združenja Šolskih založnikov (EEPG), ki jih je bilo skupaj kar 11.

Najbolj so ponosni na ugledno zlato mednarodno nagrado Best European Learning Materials Award (BELMA) v kategoriji digitalnih učnih gradiv za Biologijo 8 iRokus+, ki jo je leta 2014 prepoznala mednarodna žirija na frankfurtskem knjižnem sejmu. »Gradivo smo razvili v sodelovanju z National Geographicom, ki je ponese naš Sloves tudi v svet,« pravi jo.

stebrov, ki so namenjeni posameznim ciljnim skupinam, in na več različnih oblik izobraževanja, od večurnih delavnic, tečajev in spletnih predavanj,« vzemo.

»KLASIČNE MARKETINŠKE METODE NE DELUJEJO«

Po njihovih besedah klasično oglaševanje pri učnem gradivu ne pride v poštev. »Pri učitelju pride do odločitvenega trenutka za menjavo gradiva, ko preuči njegov koncept. Seveda potrebuje tudi dodatno razlago, ki jo dobi na seminarju ali ob obisku promoterja. Pri učnih gradivih velja nemapi-sano pravilo, da slabega gradiva s še tako prodornim marketingom ne moreš prodati. Učitelji so namreč zelo kritični uporabniki. Do enakih zaključkov smo prišli pri promoviranju digitalnih gradiv. Tiskani katalogi in seminarji za učitelje nam niso prinesli novih uporabnikov. Začeli smo s promocijo ena na ena, s t. i. mikroseminarji, kar pomeni predstavitev za posamezno predmetno skupino učiteljev na eni šoli, kjer so vsi sodelujoči aktivno vključeni,« pove Dejakova.

Izven področja šolskih gradiv pa v oglaševanju sledijo svetovnim trendom. »Tudi založniki se v zadnjem času vedno bolj poslužujejo digitalnega oglaševanja in videomarketinga. Pri večjih, predvsem korporativnih akcijah, se povezujejo tudi z oglaševalskimi agencijami, ki nam s svojim širokim znanjem in bogatimi izkušnjami na različnih trgih pomagajo dodatno utrditi naše blagovne znamke in jih javnosti približati na pozitiven in zanimiv način,« pravi sogovornica. Kot dodaja, je za promocijo založbe zelo pomembno tudi to, da so prepoznavi po družbeno koristnih projektih: »Organiziramo številne dobrodelne natečaje, dražbe in dogodke. Na različne načine pomagamo socialno ogroženim družinam, tako z brezplačnimi učbeniški gradivi in pripomočki kot tudi s sredstvi za financiranje obšolskih dejav-



Foto: Erazem Parvizinja

V založniški panogi je konkurenca veliko, a Mariša Dejak, direktorica Rokusa Klett, pravi, da lahko skoraj z gotovostjo zatrdi, da so drznejši, pogumnejši in bolj inovativni od konkurence – tudi zaradi podpore nemških lastnikov.

nosti. Med pandemijo smo s slovenskimi podjetji uspešno organizirali akcijo zbiranja sredstev in učencem iz socialno ogroženih družin podarili 178 novih računalnikov. Naše pomembno vodilo je tudi vključevanje ranljivih skupin v širšo družbo in ozaveščanje javnosti. Že več let sodelujemo z Društvom Downov sindrom in z zdajami o Downovem sindromu prispevamo k lažjemu in učinkovitejšemu vključevanju teh oseb v slovensko družbo. Skratka, ves čas smo v toku družbenega dogajanja, ves čas se prilagajamo trenutku,«

Aktivni so tudi na družbenih omrežjih – založba Rokus Klett ima svoj uradni profil na Facebooku in z njim povezan profil na Instagramu. Profili na Facebooku imata tudi blagovni znamki Modra akademija, ki je namenjena strokovnemu in osebnostnemu razvoju pedagoških delavcev, in revija National Geographic Slovenija. Vse profile uporabljajo za komunikacijo s širšo javnostjo in izbranimi ciljimi skupinami, iz leta v leto se tudi povečuje število sledilcev na teh kanalih. Poleg objav na t. i. viru novic se poslužujejo tudi plačanega oglaševanja, ki jim pomaga pri večjem dosegu ciljne skupine, kadar imajo kakšen poseben dogodek, spletno predavanje ali posebno prodajno ponudbo. Sodelovali so tudi z vplivneži, kar ohranjajo kot del marketinške strategije tudi v prihodnje – poleg znanih Slovenk in Slovencev, ki jim pomagajo pri izbranih prodajnih akcijah za širšo javnost, veliko sodelujejo tudi z učiteljicami in učitelji, ki so njihovi ambasadorji na šolah. V založbi Rokus Klett pogovor sklenejo s prepričanjem, da bo prihodnost izobraževanja in s tem tudi njihove založbe digitalna. »Če so danes digitalna gradiva podpora tiskanim, bo zelo kmalu prav nasprotno. Digitalna gradiva pa se bodo tudi zelo spremenila, govorili bomo o novih digitalnih učnih okoljih, ki bodo otrokom in učiteljem ponujala različne učne strategije in izkušnje in bodo zelo prilagojena posameznikom,« so prepričani.