EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

# VSTUPNÍ ČÁST

## Název komplexní úlohy/projektu

Propagace a její využití v marketingové praxi

## Kód úlohy

63-u-4/AH87

# Využitelnost komplexní úlohy

## Kategorie dosaženého vzdělání

M (EQF úroveň 4)

## Skupiny oborů

63 - Ekonomika a administrativa

## Vazba na vzdělávací modul(y)

Propagace a její využití v marketingové praxi

## Škola

Střední škola Klíč - SPoSŠ, Pražská, Česká Lípa

## Klíčové kompetence

Kompetence k řešení problémů, Komunikativní kompetence

## Datum vytvoření

27. 01. 2020 10:50

## Délka/časová náročnost - Odborné vzdělávání

## Délka/časová náročnost - Všeobecné vzdělávání

8

## Poznámka k délce úlohy

## Ročník(y)

3. ročník

## Řešení úlohy

skupinové

## Doporučený počet žáků

4

## Charakteristika/anotace

Komplexní úloha si klade za cíl pomocí prezentace, dílčích úkolů a samostatné práce naučit žáky komplexně popsat propagaci, rozlišit druhy a funkci reklamy, orientovat se v problematice propagační strategie, vysvětlí propagační mix a

vyhodnotit složky marketingové komunikace. Žák pracuje se získanými teoretickými znalostmi a praktickými dovednostmi z modulu „Propagace.“

Komplexní úloha je rozdělena do dílčích částí, které jsou uvedeny ve formuláři komplexní úlohy. Zadání jsou uvedeny v jednotlivých přílohách.

# JÁDRO ÚLOHY

## Očekávané výsledky učení

Žák:

1. orientuje se v marketingové komunikaci
2. diskutuje o reklamních médiích
3. popíše propagační mix
4. vysvětlí funkci a druhy reklamy

## Specifikace hlavních učebních činností žáků/aktivit projektu vč. doporučeného časového rozvrhu

**1. orientuje se v marketingové komunikaci**

- vysvětlí pojem sdělení
- rozčlení propagační strategie
- vyjmenuje fáze komunikačního modelu AIDA
- definuje informační šumy
- vysvětlí význam propagace v rámci marketingového mixu
- vysvětlí schéma obecného komunikačního modelu
- sestaví komunikační model pro konkrétní výrobek

Doporučený časový rozvrh činí 3 vyučovacích hodiny.

**2. diskutuje o reklamních médiích**

- vyjmenuje zákony upravující oblast médií
- charakterizuje jednotlivé druhy médií

Doporučený časový rozvrh činí 2 vyučovací hodiny.

**3. popíše propagační mix**

- zpracuje vzorový propagační mix výrobku
- vysvětlí jednotlivé části propagačního mixu

Doporučený časový rozvrh činí 2 vyučovací hodiny.

**4. vysvětlí funkci a druhy reklamy**

- charakterizuje reklamu
- vysvětlí funkci a druhy reklamy
- správně interpretuje získané informace ze Zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy

Doporučený časový rozvrh činí 1 vyučovací hodina.

## Metodická doporučení

Komplexní úloha může být využita v teoretické výuce i v odborném výcviku uvedených oborů vzdělání a je rozdělena do dílčích částí.

**1. dílčí část – prezentace „A - teoretický základ“**

- prezentace zahrnuje komplexně problematiku výrobku
- žáci se zapojují a opakují si teoretické poznatky získané v modulu „Propagace“
- učitel doplňuje jednotlivé pojmy příkladem z praxe

- žáci si zapisují poznámky do tištěné podoby prezentace

**2. dílčí část – prezentace „B – cvičení“**

- prezentace vychází z „prezentace – teoretický základ“ a slouží k prohloubení a procvičení znalostí z oblasti propagace
- učitel vede žáky formou diskuse k doplnění požadovaných úkolů
- žáci se aktivně zapojují a opakují si získané teoretické poznatky
- žák konkrétní odpovědi obhájí před učitelem a třídou
- učitel zkontroluje správnost jeho výsledků

**3. dílčí část - pracovní listy**

- pracovní listy slouží k opakování, procvičování a k aplikaci získaných poznatků do praxe
- učitel vede žáky k samostatnému vypracování různých forem úkolů
- žáci vyhledávají potřebné informace v prezentaci, na internetu
- učitel vysvětlí úskalí jednotlivých propagačních nástrojů
- učitel dohlíží na průběh činnosti a konzultuje se žáky jejich chyby
- učitel zkontroluje správnost výsledků

**4. dílčí část – kreativní tvorba**

- kreativní shrnutí probraného učiva
- učitel seznámí žáky s technikou vytvoření myšlenkové mapy, scrapbooku a lapbooku
- myšlenková mapa slouží ke grafickému uspořádání klíčových slov, doplněné obrázky vyznačující vzájemné vztahy a souvislosti
- lapbook slouží k ucelení souboru informací, zajímavostí a aktivit na dané téma
- scrapbook slouží k zpracování textů a obrázků do jedné ucelené podoby

## Způsob realizace

- teoretická, průřezová, praktická
- výuka se realizuje v odborné učebně

## Pomůcky

**Technické vybavení:**

- počítač nebo tablet pro učitele a žáka
- Internet, MS Word, PowerPoint
- dataprojektor
- plátno na promítání
- tabule, fix, křída
- tiskárna

**Učební pomůcky učitele:**

- prezentace „A – teoretický základ“ v elektronické i tištěné verzi – počet odpovídá počtu žáků ve třídě
- prezentace „B – cvičení“ v elektronické i tištěné verzi – počet odpovídá počtu žáků ve třídě
- pracovní listy pro žáka – počet odpovídá počtu žáků ve třídě + dvě pare rezervní vyhotovení
- prázdné papíry o velikosti A4 nebo A3
- Zákon o regulaci reklamy

**Učební pomůcky žáka:**

- učební dokumenty k dané problematice
- Zákon o ochranných známkách ve znění pozdějších předpisů
- psací potřeby
- nůžky
- pastelky, fixy, nůžky

# VÝSTUPNÍ ČÁST

## Popis a kvantifikace všech plánovaných výstupů

**1. dílčí část**

- není žádný písemný výstup, žáci sledují prezentaci a výklad učitele
- pracují s tištěnou verzí prezentace a zapisují si poznámky

**2. dílčí část**

- není žádný písemný, žáci diskutují s učitelem na zadané téma

**3. dílčí část**

- pracovní listy – doplňování textu, tabulek, grafů, obrázků

**4. dílčí část**

- scrapbook, lapbook a myšlenková mapa – kreativní shrnutí probraného učiva

## Kritéria hodnocení

**1. dílčí část**

- předpokládá se spolupráce učitele a žáka;
- posuzuje se věcná správnost výkladu pojmů, způsoby formulace a aktivita žáka;
- dílčí část se nehodnotí

**2. dílčí část**

- předpokládá se spolupráce učitele a žáka;
- hodnotí se věcná správnost, správná aplikace teoretických poznatků do praktických příkladů;
- samostatnost při volbě správné odpovědi

**3. dílčí část**

- hodnotí se věcná správnost doplňování textu, tabulek, grafů, obrázků;
- samostatnost při práci na pracovních listech
- prezentace výsledků před učitelem a třídou
- úprava vypracování pracovního listu
    - celkový počet bodů za pracovní listy 60 bodů, uspěl při dosažení celkem 30 bodů.
    - pracovní list číslo 1 – celkem 20 bodů
    - pracovní list číslo 2 – celkem 20 bodů
    - pracovní list číslo 3  - celkem 20 bodů

**4. dílčí část**

- učitel poskytne prostor na vytvoření lapbooku, scrapbooku nebo myšlenkové mapy – žák si vybere minimálně jednu z nich
- vybranou aktivitu dopracuje doma
- učitel hodnotí pouze faktickou správnost a dodržení zásad pro tvoření

## Doporučená literatura

Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy

MOUDRÝ, Marek. Základy marketingu. 1. vydání. Computer Media s.r.o., 2008. ISBN 978-80-7402-002-5.

## Poznámky

## Obsahové upřesnění

OV RVP - Odborné vzdělávání ve vztahu k RVP

# Přílohy

- Myslenkova-mapa_Propagace.pdf
- Pracovni-listy_Propagace.docx
- Prezentace_cviceni_Propagace.pptx
- Prezentace_teorie_Propagace.pptx

*Materiál vznikl v rámci projektu Modernizace odborného vzdělávání (MOV), který byl spolufinancován z Evropských strukturálních a investičních fondů a jehož realizaci zajišťoval Národní pedagogický institut České republiky. Autorem materiálu a všech jeho částí, není-li uvedeno jinak, je Martina Matoušková.* *Creative Commons CC BY SA 4.0 – Uveďte původ – Zachovejte licenci 4.0 Mezinárodní.*