## VSTUPNÍ ČÁST

#### Název komplexní úlohy/projektu

Marketing – základní pojmy

#### Kód úlohy

99-u-4/AI05

### Využitelnost komplexní úlohy

#### Kategorie dosaženého vzdělání

M (EQF úroveň 4)

L0 (EQF úroveň 4)

#### Skupiny oborů

99 - Průřezové

#### Vazba na vzdělávací modul(y)

Marketing – základní pojmy

#### Škola

Integrovaná střední škola technická, K Učilišti, Mělník

#### Klíčové kompetence

Kompetence k řešení problémů, Personální a sociální kompetence, Kompetence k pracovnímu uplatnění a podnikatelským aktivitám

#### Datum vytvoření

05. 02. 2020 17:21

#### Délka/časová náročnost - Odborné vzdělávání

10

#### Délka/časová náročnost - Všeobecné vzdělávání

#### Poznámka k délce úlohy

#### Ročník(y)

1. ročník, 2. ročník, 3. ročník, 4. ročník

#### Řešení úlohy

individuální

#### Charakteristika/anotace

Komplexní úloha má za cíl naučit žáky, na základě jednoduchých doplňovaček a dílčích příkladů, základům marketingu, podstaty trhu, marketingového prostředí, řízení a výzkumu, základní informace o výrobku, ceně, distribuci a propagaci výrobků nebo služeb.

Komplexní úloha je rozdělena do několika dílčích částí. Dílčí části jsou uvedeny ve formuláři pro zadání komplexní úlohy. Přílohou je zadání komplexních úloh a také řešení komplexních úloh.

V komplexní úloze budou použity motivační a fixační didaktické metody, jako například motivační rozhovor, uvádění příkladů z praxe, ústní opakování, písemné procvičování, a další. Také budou použity didaktické metody diagnostické a klasifikační.

## JÁDRO ÚLOHY

#### Očekávané výsledky učení

Žák:

1. Vysvětlí pojem marketing, trh a marketingové prostředí a řízení
2. Vysvětlí charakteristiku a členění výrobků
3. Vysvětlí cenu, distribuci a propagaci výrobků

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

Žák:

1. Používá základní pojmy marketingu
   * sleduje prezentaci na dané téma a odpovídá na otázky učitele
   * aplikuje teoretické znalosti na praktických příkladech
   * definuje marketingový mix a podnikatelské koncepce
   * definuje trh, nabídku a poptávku
   * definuje marketingové řízení
   * samostatně nebo ve skupině žáků řeší zadané pracovní listy
2. Vysvětlí vliv marketingového výzkumu
   * definuje marketingový výzkum
   * vysvětlí techniky marketingového výzkumu
   * vyhotoví dotazník
3. Vytvoří samostatný příklad, kde popíše výrobek, určí cenu, distribuci a propagaci daného výrobku
   * navrhne si příklad manažerské situace (vyhledá na internetu příklad úspěšného manažera)
   * definuje se problém v řízení
   * sestaví možné varianty řešení daného problému

Doporučený časový rozvrh činí:

* 2 vyučovací hodiny pro první část
* 3 vyučovací hodiny pro druhou část
* 3 vyučovací hodiny pro třetí část

Dále je doporučena domácí příprava v rozsahu 2 vyučovacích hodin

#### Metodická doporučení

Komplexní úloha může být využita v teoretickém vyučování a je rozdělena do dílčích částí:

1. dílčí část

* pracovní list slouží k opakování a zapamatování probraného učiva v rámci teoretického učiva
* žák je veden učitelem k samostatné činnosti a řešení vzniklých problémů, formou navádění na správné vyhledání informací a zodpovězení daných otázek
* učitel dohlíží na správný průběh činnosti žáků a konzultuje s žáky jejich provedené chyby a špatné postupy
* učitel vždy kontroluje správné postupy a výsledky

2. dílčí část

* pracovní list slouží k aplikaci teoretických znalostí v marketingovém výzkumu
* učitel nejprve seznámí žáky s pracovním listem a daným příkladem a zopakuje si postupy u marketingového výzkumu
* žáci pracují samostatně nebo v malých skupinkách (maximálně 2 žáci na skupinku)
* učitel dohlíží na průběh zadané činnosti a pomáhá s tvorbou dotazníku
* učitel zodpovídá odborně na kladené dotazy žáků na danou problematiku
* učitel kontroluje správnost zpracování pracovního listu a správného sestavení dotazníku

3. dílčí část

* pracovní list slouží k aplikaci teoretických znalostí ve výrobku, ceny, distribuci a propagaci daného výrobku
* učitel nejprve seznámí žáky s pracovním listem a daným příkladem a zopakuje si postupy pro výběr vhodného výrobku a následné zpracování ceny, určení distribuce a propagace
* žáci pracují samostatně nebo v malých skupinkách (maximálně 2 žáci na skupinku)
* učitel dohlíží na průběh zadané činnosti a pomáhá s tvorbou propagačního letáku či sloganu
* učitel zodpovídá odborně na kladené dotazy žáků na danou problematiku
* učitel kontroluje správnost zpracování pracovního listu a správného sestavení dotazníku

#### Způsob realizace

forma výuky – teoretická

komplexní úloha bude řešena v učebně s možným přístupem k internetu

#### Pomůcky

Technické vybavení:

* počítače nebo tablety s přístupem k internetu
* MS Word, MS EXCEL, Adobe Reader
* dataprojektor

Učební pomůcky pro učitele:

* zadání komplexní úlohy (každý žák má vlastní komplexní úlohu)

Učební pomůcky pro žáka:

* kalkulačka
* učební dokumenty k dané problematice
* psací potřeby, kreslící potřeby (pastelky)
* zadání dílčích částí komplexních úloh

## VÝSTUPNÍ ČÁST

#### Popis a kvantifikace všech plánovaných výstupů

#### Kritéria hodnocení

1. dílčí část

* posuzuje se věcná správnost výkladu a aplikace teoretických znalostí do praktických příkladů
* aktivita žáka
* spolupráce žáků s učitelem

2. dílčí část

* posuzuje se věcná správnost aplikace teoretických znalostí do praktického příkladu
* aktivita žáka a samostatnost při řešení zadaného příkladu

3. dílčí část

* posuzuje se forma zpracování dílčího příkladu
* samostatnost při zpracování modelového příkladu
* věcná správnost zpracování modelového příkladu

Každá dílčí část má hodnocení 30 bodů. Žák uspěl při splnění 40% daných bodů.

#### Doporučená literatura

MOUDRÝ, Marek. Marketing: základy marketingu. Aktualizované 4. vydání. Prostějov: Computer Media, 2018. ISBN 978-80-7402-359-0.

DOBŘICKÝ, Josef a Vladimír DOSTÁL. Hodnotový management a marketing malých a středních firem. Brno: Sting, 2006. ISBN 80-86342-52-2.

KLÍNSKÝ, Petr, Otto MÜNCH a Danuše CHROMÁ. Ekonomika: ekonomická a finanční gramotnost pro střední školy. Osmé, upravené vydání. Praha: Eduko, 2017. ISBN 978-80-88057-40-6.

#### Poznámky

#### Obsahové upřesnění

OV RVP - Odborné vzdělávání ve vztahu k RVP

### Přílohy

* [Marketing.docx](https://mov.nuv.cz/uploads/mov/attachment/attachment/93366/Marketing.docx)
* [Marketingovy-vyzkum.docx](https://mov.nuv.cz/uploads/mov/attachment/attachment/93367/Marketingovy-vyzkum.docx)
* [Marketingovy-vyzkum-pracovni-list.docx](https://mov.nuv.cz/uploads/mov/attachment/attachment/93368/Marketingovy-vyzkum-pracovni-list.docx)

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 Jana Vlková. [Creative Commons CC BY SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.cs) – Uveďte původ – Zachovejte licenci 4.0 Mezinárodní.