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
- Marketingovy-vyzkum.docx
- 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 – Uveďte původ – Zachovejte licenci 4.0 Mezinárodní.*