



# 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

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