



## VSTUPNĚ ŠLOHY

### Název komplexní šlohy/projektu

Marketingové zkladní pojmy

### Kód šlohy

99-u-4/AI05

### Využitelnost komplexní šlohy

#### Kategorie dosaženého vzdělání

M (EQF úroveň 4)

L0 (EQF úroveň 4)

#### Skupiny oborů

99 - Průmyslové

#### Vazba na vzdělávací modul(y)

Marketingové zkladní pojmy

#### Ákola

Integrovaný střední škola technická, K Učební, 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 šlohy

#### Ročník(y)

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

#### Šlohy

individuální

#### Charakteristika/anotace

Komplexní šloha má za cíl naučit žáky, na základě jednoduchých doplňkových a dalších pátých, základním marketingu, podstaty trhu, marketingového prostředí, řízení a výzkumu, základní informace o výrobku, ceně, distribuci a propagaci výrobku nebo služby.

Komplexní šloha je rozdělena do několika dalších částí. Další části jsou uvedeny ve formuláři pro zadání komplexní šlohy. Pátou šlohou je zadání komplexních šloh a také řešení komplexních šloh.

V komplexní šloze budou použity motivace a fixační didaktické metody, jako například motivace rozhovor, uvádění pátých z praxe, opětovné, přímé procvičování, a další. Také budou použity didaktické metody diagnostické a klasifikační.

## JÁDRO ŠLOHY

### Očekávané výsledky učení

Žák:

1. Vysvětlí pojem marketing, trh a marketingové prostředí a cíle
2. Vysvětlí charakteristiku a členění v rámci
3. Vysvětlí cenu, distribuci a propagaci v rámci

## Specifikace hlavních úloh a činností a aktivit projektu v d. doporučeného časového rozvrhu

Úkol:

1. Použít základní pojmy marketingu
  - sleduje prezentaci na daném tématu a odpoví na otázky učitele
  - aplikuje teoretické znalosti na praktických případech
  - definuje marketingový mix a podnikatelské koncepce
  - definuje trh, nabídku a poptávku
  - definuje marketingové cíle
  - samostatně nebo ve skupině vytvoří zadání pracovní listy
2. Vysvětlí vliv marketingového vlivu
  - definuje marketingový vliv
  - vysvětlí techniky marketingového vlivu
  - vyhotoví dotazník
3. Vytvoří samostatně případ, kde popíše v rámci, určí cenu, distribuci a propagaci daného v rámci
  - navrhně si případ manažerské situace (vyhledá na internetu případ manažerské)
  - definuje se problémem v cíli
  - sestaví možná varianty řešení daného problému

Doporučený časový rozvrh činnosti:

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

Dále je doporučená domácí práce v rozsahu 2 vyučovacích hodin

## Metodické doporučení

Komplexní úloha má být vyřešena v teoretickém vyučování a je rozdělena do dílčích částí:

### 1. dílčí část

- pracovní list slouží k opakování a zapamatování probíraného učiva v rámci teoretického učiva
- úkol je veden učitelem k samostatné činnosti a vytvoření vzniklých problémů, formou navádění na správný výhled činnosti informací a zodpovězení daných otázek
- učitel dohlédne na správný průběh činnosti a konzultuje s žáky jejich provedení chyby a případné postupy
- učitel vždy kontroluje správnost postupu a výsledky

### 2. dílčí část

- pracovní list slouží k aplikaci teoretických znalostí v marketingovém vlivu
- učitel nejprve seznámí žáky s pracovním listem a daným případem a zopakuje si postupy u marketingového vlivu
- žáci pracují samostatně nebo v malých skupinkách (maximálně 2 žáci na skupinku)
- učitel dohlédne na průběh zadání činnosti a pomáhá s tvorbou dotazníku
- učitel zodpoví odborně na kladené dotazy na danou problematiku
- učitel kontroluje správnost zpracování pracovního listu a správnost sestavení dotazníku

### 3. dílčí část

- pracovní list slouží k aplikaci teoretických znalostí ve vlivu, ceny, distribuci a propagaci daného vlivu
- učitel nejprve seznámí žáky s pracovním listem a daným případem a zopakuje si postupy pro vliv, rozhodnutí vlivu a následně zpracování ceny, určení distribuce a propagace
- žáci pracují samostatně nebo v malých skupinkách (maximálně 2 žáci na skupinku)
- učitel dohlédne na průběh zadání činnosti a pomáhá s tvorbou propagačního letáku a sloganu
- učitel zodpoví odborně na kladené dotazy na danou problematiku
- učitel kontroluje správnost zpracování pracovního listu a správnost sestavení dotazníku

## Způsob realizace

forma výuky je teoretická

komplexní úloha bude řešena v učebně s možností přístupu k internetu

## Pomůcky

Technické vybavení:

- počítač nebo tablety s přístupem k internetu
- MS Word, MS EXCEL, Adobe Reader
- dataprojektor

Učební pomůcky pro učitele:

- zadání komplexní úlohy (každá část úkolu má vlastní komplexní úlohu)

Učební pomůcky pro žáky:

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

# VĚSTUPNÁ ĀĖĀST

Popis a kvantifikace vĀjch plĀjnovanĀ½ch vĀ½stupĀ

KritĀria hodnocenĀ

1. dĀlĀ ĀĀjst

- posuzuje se vĀcnĀj sprĀjvnost vĀ½kladu a aplikace teoretickĀ½ch znalostĀ do praktickĀ½ch pĀ™ĀkladĀ
- aktivita Ā¼Ājka
- spoluprĀjce Ā¼Ājka s uĀitelem

2. dĀlĀ ĀĀjst

- posuzuje se vĀcnĀj sprĀjvnost aplikace teoretickĀ½ch znalostĀ do praktickĀho pĀ™Ākladu
- aktivita Ā¼Ājka a samostatnost pĀ™i Ā™eĀjenĀ zadanĀho pĀ™Ākladu

3. dĀlĀ ĀĀjst

- posuzuje se forma zpracovĀjnĀ dĀlĀho pĀ™Ākladu
- samostatnost pĀ™i zpracovĀjnĀ modelovĀho pĀ™Ākladu
- vĀcnĀj sprĀjvnost zpracovĀjnĀ modelovĀho pĀ™Ākladu

Ka¼dĀj dĀlĀ ĀĀjst mĀj hodnocenĀ 30 bodĀ. Ā½jĀk uspĀl pĀ™i splnĀnĀ 40% danĀ½ch bodĀ.

DoporuĀenĀj literatura

MOUDRĀ, Marek. Marketing: zĀjklady marketingu. AktualizovanĀ 4. vydĀjnĀ. ProstĀjov: Computer Media, 2018. ISBN 978-80-7402-359-0.

DOBĀICKĀ, Josef a VladimĀr DOSTĀL. HodnotovĀ½ management a marketing malĀ½ch a stĀ™ednĀch firem. Brno: Sting, 2006. ISBN 80-86342-52-2.

KLĀNSKĀ, Petr, Otto MĀœNCH a DanuĀje CHROMĀ. Ekonomika: ekonomickĀj a finanĀnĀ gramotnost pro stĀ™ednĀ ĀjĀkoly. OsmĀœ, upravenĀœ vydĀjnĀ. Praha: Eduko, 2017. ISBN 978-80-88057-40-6.

PoznĀjmký

ObsahovĀœ upĀ™esnĀnĀ

OV RVP - OdbornĀœ vzdĀlĀjvĀjnĀ ve vztahu k RVP

PĀ™Ālohy

- [Marketing.docx](#)
- [Marketingovy-vyzkum.docx](#)
- [Marketingovy-vyzkum-pracovni-list.docx](#)

MaterĀj vznikl v rĀjmci projektu Modernizace odbornĀœ vzdĀlĀjvĀjnĀ (MOV), kterĀ½ byl spolufinancovĀjn z EvropskĀ½ch strukturĀjnĀch a investiĀnĀch fondĀ a jeho¼ realizaci zajiĀĀoval NĀrodnĀ pedagogickĀ½ institut ĀĖeskĀœ republiky. Autorem materiĀjlu a vĀjch jeho ĀĀjstĀ, nenĀ-li uvedeno jinak, je Jana VlkovĀj. [Creative Commons CC BY SA 4.0](#) œœ UveĀte pĀvod œœ Zachovejte licenci 4.0 MezinĀrodnĀ.