## VSTUPNÍ ČÁST

#### Název modulu

Marketing – základní pojmy

#### Kód modulu

99-m-4/AL55

#### Typ vzdělávání

Odborné vzdělávání

#### Typ modulu

odborný průřezový

### Využitelnost vzdělávacího modulu

#### Kategorie dosaženého vzdělání

M (EQF úroveň 4)

#### Skupiny oborů

99 - Průřezové

63 - Ekonomika a administrativa

65 - Gastronomie, hotelnictví a turismus

66 - Obchod

#### Komplexní úloha

Marketing – základní pojmy

#### Obory vzdělání - poznámky

Všechny obory vzdělání s průřezovou ekonomikou.

#### Délka modulu (počet hodin)

12

#### Poznámka k délce modulu

#### Platnost modulu od

30. 04. 2020

#### Platnost modulu do

#### Vstupní předpoklady

Nejsou stanoveny.

## JÁDRO MODULU

#### Charakteristika modulu

Modul je určen pro obory vzdělání s různým zaměřením a bude realizován jako průřezový.  Žák se seznámí se základy marketingu a s pojmy marketing, marketingové činnosti, marketingový výzkum, segmentace trhu, plánování v marketingu, marketingový mix, prodej. Dále se žák seznámí s kontaktem firmy a trhu, s pozicí nákupce a prodejce, s vlivy na trh a základními postupy, návody a instrumenty na trhu.

#### Očekávané výsledky učení

Žák:

1. vysvětlí podstatu marketingu, marketingový mix a jeho prvky
2. popíše segmentaci trhu, vysvětlí postupy marketingového řízení firmy a marketingového výzkumu
3. popíše tvorbu ceny, základní pojmy výrobku a orientuje se na trhu
4. na příkladech vysvětlí základní marketingové postupy

#### Obsah vzdělávání (rozpis učiva)

* Podstata marketingu – základní pojmy, marketingový mix – 4P a 8P marketingu
* Segmentace trhu, marketingové prostředí firmy, dodavatelé, konkurence, zákazník, atd.
* Marketingové řízení firmy – plánování, strategie, SWOT analýza
* Marketingový výzkum – fáze, techniky, výzkum
* Charakteristika a členění výrobku, charakteristika cen, metody stanovení cen a cenová strategie
* Charakteristika distribuce, obchodnické triky, propagace, marketingová komunikace, publicita, reklama, atd.

#### Učební činnosti žáků a strategie výuky

**Strategie výuky**

Metody slovní:

* monologické metody (popis, vysvětlování, výklad),
* dialogické metody (rozhovor, diskuse),
* metody práce s učebnicí, knihou, odborným časopisem, elektronické zdroje

Metody praktické:

* aplikace teoretických poznatků na praktických příkladech s odbornou podporou učitele

**Učební činnosti**

Žák:

* pracuje s informacemi získanými z výkladu učitele
* pracuje s odborným textem
* vyhledává a ověřuje informace z elektronických zdrojů
* aplikuje teoretické poznatky do praktických příkladů
* prezentuje výsledky své práce před třídou a učitelem
* zpracuje praktické příklady
* diskutuje se žáky nebo učitelem o současné situaci na trhu v České republice/světě

Činnosti žáka ve vazbě na výsledky učení:

1. Vysvětlí podstatu marketingu, marketingový mix a jeho prvky
   * žák ve spolupráci s učitelem vysvětlí základní terminologii, týkající se podstaty marketingu, marketingového mixu a metod produktové strategie
   * samostatně zpracuje referát na téma nejvýznamnější osobnosti v marketingu
2. Popíše segmentaci trhu, vysvětlí postupy marketingového řízení firmy a marketingového výzkumu
   * ve spolupráci s učitelem vysvětlí segmentaci trhu dle různých kritérií
   * ve spolupráci s ostatními žáky a učitelem popíše marketingový výzkum a uvede jeho využití v praxi
3. Popíše tvorbu ceny, základní pojmy výrobku a orientuje se na trhu
   * ve spolupráci s učitelem definuje výrobek, cenu a tvorbu ceny
   * ve skupině žáků popíše výrobek a vytvoří kalkulace ceny s ohledem na daný trh
4. Na příkladech vysvětlí základní marketingové postupy
   * na příkladech dokáže popsat základní marketingové postupy
   * ve spolupráci s učitelem a ve skupině žáků vysvětlí marketingové postupy, vliv marketingu na vývoj trhu
   * vyhledá na internetu základní marketingové postupy velkých společností a vysvětlí vliv na rozvoj daných společností

#### Zařazení do učebního plánu, ročník

Pro všechny obory vzdělání:

zařazení do 4. ročníku

## VÝSTUPNÍ ČÁST

#### Způsob ověřování dosažených výsledků

Hodnocení se skládá z ústního zkoušení a písemného testu.

Ústní zkoušení:

* ústním zkoušením se ověřuje znalost učiva celého modulu a aplikace znalostí na reálnou situaci. Učitel položí žákovi 3 otázky.

Písemný test:

* písemný test je sestaven z učiva celého modulu. Test se skládá z 25 otázek, každá otázka obsahuje 4 varianty odpovědí, kdy jedna odpověď je správná.

#### Kritéria hodnocení

Hodnocení se skládá z ústního zkoušení a písemného testu.

Při ústním zkoušení se hodnotí:

* ucelenost, přesnost a trvalost osvojení požadovaných poznatků
* kvalita a rozsah získaných dovedností a vědomostí
* schopnost aplikovat osvojené poznatky a dovednosti při řešení teoretických i praktických úkolů
* kvalita myšlení, především logika, samostatnost a tvořivost
* přesnost, výstižnost a odborná i jazyková správnost ústního projevu

Žák uspěl při ústním zkoušení, pokud zodpověděl otázky vyučujícího alespoň ze 40 %. Váha ústního zkoušení je v celkovém hodnocení modulu 50 %.

Písemný test:

Žák uspěl, pokud správně zodpověděl alespoň 10 otázek. Váha písemného zkoušení je v celkovém hodnocení modulu 50 %.

Pro splnění modulu je třeba získat 40 % možných bodů a minimální účast žáka je 70 % modulu.

#### Doporučená literatura

ŠVARCOVÁ, Jena. Ekonomie: stručný přehled : teorie a praxe aktuálně a v souvislostech : učebnice. Zlín: CEED, 2018. ISBN 978-80-87301-23-4.

MOUDRÝ, Marek. Marketing: základy marketingu. Kralice na Hané: Computer Media, 2008. ISBN 978-80-7402-002-5.

KARLÍČEK, Miroslav. Základy marketingu. 2., přepracované a rozšířené vydání. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-247-5869-5.

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

#### Poznámky

#### Obsahové upřesnění

OV RVP - Odborné vzdělávání ve vztahu k RVP

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.