



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



## VSTUPNÍ ČÁST

Název modulu

Jak uspokojit potřeby zákazníka

Kód modulu

63-m-4/AM43

Typ vzdělávání

Odborné vzdělávání

Typ modulu

(odborný) teoreticko–praktický

Využitelnost vzdělávacího modulu

Kategorie dosaženého vzdělání

M (EQF úroveň 4)

Skupiny oborů

63 - Ekonomika a administrativa

78 - Obecně odborná příprava

Komplexní úloha

Obory vzdělání - poznámky

63-41-M/02 Obchodní akademie

Délka modulu (počet hodin)

12

Poznámka k délce modulu

Platnost modulu od

30. 04. 2020

Platnost modulu do

Vstupní předpoklady

Absolvování modulů podstata a fungování tržní ekonomiky, podnikání jako základ tržní ekonomiky a podnikové činnosti.

## JÁDRO MODULU

Charakteristika modulu

Obecným cílem modulu je teoreticky seznámit žáky s principy marketingu, metodami provádění analýzy a průzkumu trhu, s pojmem cílený marketing a jeho postupem, dále s individualizovaným marketingem, kdy je produkt přizpůsoben individuálním potřebám zákazníka a vztahovým marketingem, tedy vhodnou formou komunikace.

Cílem pro žáka je získat informace o principech marketingu a konkrétních metodách, marketingovém plánování a způsobech, jak nejlépe uspokojit potřeby zákazníka.

Očekávané výsledky učení

- vysvětlí souvislost segmentu trhu, pozice produktu a nástrojů marketingu;
- provede samostatně nebo ve skupině jednoduchý průzkum nebo zpracuje jednoduchý marketingový plán;
- na příkladu vysvětlí péči o zákazníka

Obsah vzdělávání (rozpis učiva)

pojem a princip marketingu

marketingové analýzy – analýza trhu, analýza konkurence, SWOT analýza

vlivy působící na spotřebitele

cílený marketing – segmentace, targeting, positioning

individualizovaný marketing – mass customization, CRM, sociální CRM

získávání a udržení zákazníků

Učební činnosti žáků a strategie výuky

výklad

vzájemná komunikace mezi žáky a učitelem a žáky

vytváření grafických schémat

simulace konkrétní tržní situace

Zařazení do učebního plánu, ročník

obchodní akademie - 2. ročník

## VÝSTUPNÍ ČÁST

Způsob ověřování dosažených výsledků

metody:

písemné práce

ústní zkoušení

praktické příklady

klasifikovaná komunikace s žáky

formy:

ústní hodnocení – slovní zhodnocení výkonu, vysvětlení

písemné hodnocení

vzájemné hodnocení mezi spolužáky

vlastní hodnocení

Kritéria hodnocení

Modul je splněn za následujících předpokladů:

absolvování písemné práce

vyřešení zadaných praktických příkladů

ústní zkoušení

plynulost ústního projevu

věcně správné vyjadřování

komplexnost řešení problematiky

správnost vyřešení zadaných příkladů

přesnost a pečlivost

Celkové hodnocení – úspěš – neúspěš

Úspěš – předložil a předvedl všechny požadované výstupy modulu, absolvoval písemnou práci, minimálně 1x se podrobil ústnímu zkoušení.

Doporučená literatura

KLÍNSKÝ, Petr a Otto MÜNCH. *Ekonomika pro obchodní akademie a ostatní střední školy*. 5., upr. vyd. Praha: Eduko, 2013. ISBN 978-80-87204-55-9.

KLÍNSKÝ, Petr a Otto MÜNCH. *Ekonomika nejen k maturitě. Šesté, upravené vydání*. Praha: Eduko nakladatelství, 2019. ISBN 978-80-88057-63-5.

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 Soňa Veisová. [Creative Commons CC BY SA 4.0](#) – Uveďte původ – Zachovejte licenci 4.0 Mezinárodní.*