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

MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

VSTUPNÍ ČÁST

Název modulu

Výrobek a jeho využití v marketingové praxi

Kód modulu

63-m-4/AM51

Typ vzdělávání

Odborné vzdělávání

Typ modulu

odborný teoretický

Využitelnost vzdělávacího modulu

Kategorie dosaženého vzdělání

M (EQF úroveň 4)

Skupiny oborů

63 - Ekonomika a administrativa

Komplexní úloha

Výrobek a jeho využití v marketingové praxi

Obory vzdělání - poznámky

- 63-41-M/01 – Ekonomika a podnikání
- 63-41-M/04 – Obchodní akademie

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 na teoretickém základu. Žák získá obecný přehled o marketingovém mixu, jeho využití v ekonomickém prostředí a komplexní charakteristiku výrobku, jakožto jednu ze složek marketingového mixu. Samostatně bude schopen definovat pojem výrobek, kategorizovat ho a určit jeho fázi ve vývoji výrobku.

Očekávané výsledky učení

Žák:

1. charakterizuje výrobek v rámci marketingového mixu
2. identifikuje fázi životního cyklu, ve které se výrobek nachází
3. rozčlení výrobek podle různých kritérií
4. vysvětlí komplexní pojetí výrobku
5. na příkladu demonstruje úlohu obalu pro nákupní rozhodování
6. vysvětlí základní problematiku ochranných známek

Obsah vzdělávání (rozpis učiva)

- Marketing
- Marketingový mix
- Výrobek
- Ochranná známka

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, případovou studií

Metody praktické:

- aplikace teoretických poznatků na praktických příkladech s odbornou podporou učitele

Učební činnosti

Žák:

- pracuje s informacemi získanými z výkladu učitele
- při své činnosti uplatňuje práci s odborným textem
- vyhledává a ověřuje si doplňující informace získané z elektronických zdrojů
- konzultuje danou problematiku s učitelem
- aplikuje teoretické poznatky do praktických příkladů
- odhaluje případnou chybovost a provede opravu
- zpracované zadání prezentuje před třídou a učitelem

Činnosti žáka ve vazbě na výsledky učení:

1. Charakterizuje výrobek v rámci marketingového mixu
    - ve spolupráci s učitelem rozčlení výrobky do základních skupin
    - samostatně nebo ve skupině žáků rozliší výrobní a obchodní sortiment
    - zvolí výrobek, který začlení do konkrétní skupiny podle stanovených kritérií
2. Identifikuje fázi životního cyklu, ve které se výrobek nachází
    - popíše životní cyklus výrobku, včetně jeho jednotlivých fází
    - na příkladu samostatně určí, ve které fázi se výrobek nachází
3. Rozčlení výrobek podle různých kritérií
    - ve spolupráci s učitelem charakterizuje výrobky krátkodobé spotřeby
    - na příkladu samostatně definuje výrobky dlouhodobé spotřeby
    - popíše kapitálové statky a konkretizuje je na příkladu
    - samostatně vysvětlí spotřební zboží a jeho další členění
    - učitel sleduje žáka a případně opraví jeho chybovost
4. Vysvětlí komplexní pojetí výrobku
    - vyjmenuje a popíše úrovně komplexního výrobku
    - vysvětlí, jak výrobek vnímá zákazník
    - ve spolupráci s učitelem popíše komplexní výrobek a vše, co s výrobkem souvisí na praktickém příkladu
    - v součinnosti se žáky sestaví komplexní výrobek, který v pracovních skupinách vymyslí
5. Na příkladu demonstruje úlohu obalu pro nákupní rozhodování
    - zvolí si jeden výrobek a vysvětlí základní funkce obalu
    - samostatně nebo ve skupině žáků zkusí navrhnout obal pro existující výrobek

    - na příkladech ukáže, které obaly a proč dokáží zaujmout zákazníka
    - ve spolupráci s učitelem popíše vliv šetrného přístupu k životnímu prostředí z hlediska marketingu
6. Vysvětlí základní problematiku ochranných známek
    - ve spolupráci s učitelem popíše, co je ochranná známka a k čemu slouží
    - samostatně nebo ve skupině žáků vysvětlí postup při registraci ochranné známky v ČR

Zařazení do učebního plánu, ročník

- 63-41-M/01 – Ekonomika a podnikání, 3. ročník

VÝSTUPNÍ ČÁST

Způsob ověřování dosažených výsledků

- Písemné zkoušení: se bude skládat z teoretické a praktické části a je celohodinové.
    - Teoretická část obsahuje testové, otevřené, uzavřené a výběrové otázky zejména s těmito tématy:
        - výrobek a jeho charakteristika
        - životní cyklu výrobku
        - ochranná známka
        - komplexní pojetí výrobku
- Praktická část obsahuje příklad, zaměřený na výrobek a skládá se ze 3 úloh. Pro zpracování praktické části jsou vyžadovány znalosti a dovednosti z těchto oblastí:
        - marketingový mix
        - charakteristika a členění výrobků
        - klasifikace kapitálových statků a spotřebního zboží
        - komplexní výrobek
- Ústní zkoušení: je založeno na interakci učitele a žáka při hodnocení. Důraz je kladen na zjištění, zda žák učivo pochopil a zda je získané poznatky aplikuje v praktických situacích a nalézá řešení problémů.

Kritéria hodnocení

- Písemné zkoušení:
    - teoretická část: žák získá maximálně 40 bodů, z toho musí získat alespoň 15 bodů, aby uspěl.
    - praktická část: žák získá maximálně 60 bodů, z toho musí získat alespoň 30 bodů, aby uspěl.
- Při hodnocení se zohledňuje:
    - schopnost, na základě vybraného reálného výrobku, rozčlenit ho podle kritérií, definovat jednotlivé části komplexního výrobku a definovat druh značky výrobku.
    - vlastní návrh na efektivní řešení zadaného příkladu včetně načrtnutí obalu
    - obhajoba řešeného zadání
- Ústní zkoušení: žák dostane 5 otázek, z toho musí zodpovědět alespoň 2, aby uspěl.
- U obou typů zkoušení se hodnotí věcná správnost, aplikace z teoretických poznatků na praktických příkladech, prezentace výsledku a jeho obhajoba. Hodnocení má za cíl posoudit úroveň vědomostí a dovedností. Pro splnění modulu je potřeba získat 50 % celkových bodů. Podmínkou je účast na modulu ve výši 70 %.

Doporučená literatura

MOUDRÝ, Marek. Základy marketingu. 1. vydání. Computer Media s.r.o., 2008. ISBN 978-80-7402-002-5.

BOUČKOVÁ, Jana a kol. Marketing. 1. vydání. Nakladatelství C.H. Beck, 2003. ISBN 80-7179-577-1

VYSEKALOVÁ, Jitka. Marketing pro střední školy, vyšší odborné školy a veřejnost. Praha: Eduko, 2016. ISBN 978-80-88057-17-8.

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 Martina Matoušková. Creative Commons CC BY SA 4.0 – Uveďte původ – Zachovejte licenci 4.0 Mezinárodní.