



# VSTUPNÍ ČÁST

## Název modulu

Cena a její využití v marketingové praxi

## Kód modulu

63-m-4/AI43

## Typ vzdělávání

Odborné vzdělávání

## Typ modulu

odborný teoretický

## Využitelnost vzdělávacího modulu

### Kategorie dosaženého vzdělání

M (EQF úroveň 4)

### Skupiny oborů

63 - Ekonomika a administrativa

64 - Podnikání v oborech, odvětví

### Komplexní úloha

Cena a její 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 ceny, jakožto jednu ze složek marketingového mixu. Samostatně bude žák schopen definovat pojem cena, stanovit cenu a její cíl při stanovování. Bude také schopen vybrat vhodnou cenovou strategii.

## Očekávané výsledky učení

### Žák:

1. charakterizuje cenu v rámci marketingového mixu
2. vyhodnotí nejvhodnější metodu stanovování ceny
3. definuje cíle při stanovování ceny
4. zvolí vhodné cenové strategie
5. vysvětlí problematiku ceny, včetně cenových triků

## Obsah vzdělávání (rozpis učiva)

- Marketing
- Marketingový mix
- Cena

## 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 cenu v rámci marketingového mixu
  - ve spolupráci s učitelem vysvětlí diferenci mezi cenou z pozice firmy a cenou spotřebitele
  - stanoví cenu jako součet nákladů, zisku a daně
  - charakterizuje cenu jako marketingový nástroj
  - samostatně nebo ve skupině žáků rozliší vnější a vnitřní faktory ovlivňující cenu
  - stanoví rovnovážnou cenu
2. Vyhodnotí nejvhodnější metodu stanovování ceny
  - definuje různé metody stanovování ceny (metoda orientovaná na náklady; poptávku; konkurenci nebo zákazníka)
  - s podporou výše uvedených metod na příkladu samostatně stanoví cenu
  - samostatně nebo ve skupině žáků zkusí vybrat nejvhodnější metodu pro příklady výrobků

### 3. Definuje cíle při stanovování ceny

- vyjmenuje a popíše základní cíle při stanovení ceny
- vysvětlí důležitost ceny pro spotřební rozhodování
- ve spolupráci s učitelem popíše výhody a nevýhody u jednotlivých cílů na praktickém příkladu
- v součinnosti se spolužáky odhadne cíl při stanovování ceny na konkrétních příkladech

### 4. Zvolí vhodné cenové strategie

- definuje cenové strategie a popíše je
- na příkladech vysvětlí, vhodnost výběru jednotlivých strategií
- ve skupině žáků diskutuje výhody a nevýhody jednotlivých cenových strategií

### 5. Vysvětlí problematiku ceny, včetně cenových triků

- popíše variabilní a fixní náklady
- vyjmenuje druhy nákladů
- na praktických příkladech popíše cenovou kalkulaci
- stanoví cenu jako součet nákladů, zisku a daně
- popíše cenové triky a na příkladech ukáže jejich využití v praxi
- na příkladu určí, které cenové triky jednotliví obchodníci využívají

## Zařazení do učebního plánu, ročník

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

# VÝSTUPNÍ ČÁST

## Způsob ověřování dosažených výsledků

Písemné zkoušení: se skládá z teoretické a praktické části a je celohodinové.

### 1. Teoretická část obsahuje testové, otevřené, uzavřené a výběrové otázky zejména s těmito tématy:

- cena a její charakteristika
- cíle při stanovování ceny
- metody stanovení ceny
- cenové strategie
- cenové triky

### 2. Praktická část obsahuje příklad, zaměřený na zvolení správné metody při stanovení ceny a skládá se z 5 úloh. Pro zpracování praktické části jsou vyžadovány znalosti a dovednosti z těchto oblastí:

- marketingový mix
- charakteristika a členění nákladů
- metody stanovení ceny
- cenové triky

Ústní zkoušení: je založeno na interakci učitele a žáka při hodnocení. Důraz je kladen na zjištění, zda je žák schopen získané poznatky aplikovat v praktických situacích a nalézt 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 35 bodů, aby uspěl.

Při hodnocení se zohledňuje:

- schopnost, na základě vybraného reálného výrobku, vybrat nejvhodnější metodu při stanovení ceny, vypočítat ji a svůj výběr vysvětlit
- vlastní návrhy využití cenových strategií a triků na konkrétních výrobcích

- rozpoznat cíle při stanovení ceny jednotlivých obchodníků
- obhajoba řešeného zadání

### Ústní zkoušení:

žák dostane 5 otázek, z toho musí zodpovědět alespoň 3, 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 80 %.

## 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.*