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.*