

**Projekt CZ.1.07/1.1.00/08.0094 Vzdělávání pro udržitelný
rozvoj v environmentálních a ekonomických souvislostech**

Asociace pedagogů základního školství České republiky

www.vcele.eu

13 Marketing II

Metodický list

Ročník: 8

Doporučený počet hodin: 1 – 2

Autor: Mgr. Ivana Kolátorová

Editace a grafická úprava textu: Mgr. Bc. Anna Doubková

© 2013 Asociace pedagogů základního školství České republiky

Ilustrační obrázky jsou použity v souladu s licencemi z fotobanky Českého svazu včelařů, fotodokumentace projektu VUREES a databáze software Inspiration.

Tento projekt je spolufinancován z Evropského sociálního fondu a státního rozpočtu České republiky



13 Marketing II: metodický list

Vzdělávací oblasti: Člověk a svět práce

Vyučovací předmět: Povinný nebo volitelný s dotací 1 hod./týdně

Klíčová slova: Marketingové prostředky, prodejní tým, zákazník, prodejní strategie

Očekávané výstupy žáků: Využije profesní informace a poradenské služby pro výběr vhodného vzdělávání.

Klíčové kompetence:

Kompetence k učení: Vyhledává a třídí informace a na základě jejich pochopení je efektivně využívá v procesu učení.

Kompetence k řešení problémů: Vyhledává informace vhodné k řešení problému, nachází jejich shodné, podobné a odlišné znaky.

Kompetence komunikativní: Formuluje a vyjadřuje své myšlenky a názory v logickém sledu.

Kompetence sociální a personální: Oceňuje zkušenosti druhých lidí, respektuje různá hlediska a čerpá poučení z toho, co si druzí lidé myslí, říkají a dělají.

Kompetence občanská: Chápe základní principy, na nichž spočívají zákony a společenské normy.

Pomůcky:

- Učební list – UL 13 pro 8. ročník
- Pracovní list – PL 13 pro 8. ročník
- Metodický list – ML 13 pro 8. ročník
- Učebnice „Člověk a svět práce“
- Dataprojektor a notebook

Doporučená rozšiřující literatura:

- KOCÁB, Vojtěch, PETERKA, Jiří, REŽŇÁKOVÁ, Mária. *Podnikatelský plán*. Computer Press, a.s.: Brno, 2008, 216 stran. ISBN 978-80-251-1605-0.
- BANGS ml., David H. *Průvodce podnikatelským plánem*. PRAGMA: Praha, 1996.
- JONES, Gary. *Začínáme podnikat*. IDEA, s.r.o.: Plzeň, 1992. ISBN 80-901303-0-5.
- LAMBDEN, John, TARGETT, David. *Hospodaření malého podniku*. Profess Consulting, s.r.o.: Praha, 2005. ISBN 80-7259-017-0.

- McDONALD, Malcolm H. B., MORRIS, Peter. *Škola marketingu – ilustrovaný průvodce*. Kanzelsberger, a.s.: Brno, 2006. ISBN 80-85387-53-X.

Organizace vyučování a metody práce:

- Řízená diskuze
- Individuální práce
- Práce ve dvojicích
- Aktivní poslech
- Prezentace

Popis činnosti v hodině:

Činnost učitele	Činnost žáka
<p>Výklad na téma: Marketing II</p> <p>Marketingové prostředky</p> <ul style="list-style-type: none"> • Firemní webové stránky • Katalog výrobků • Reklamy na internetu • Reklamy v tištěných novinách • Sdělovací prostředky (rozhlas, televize) • Public relation • E-maily • Odborné časopisy zaměřené na odvětví • Osobní jednání <p>Zadání Úkolu 1: Jaké marketingové prostředky používáte k doručení vaší marketingové zprávy? (reklama, prezentace, veletrhy, prostřednictvím pošty, e-mailem)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vysvětlit: vzor Včelařici • Zpracuj podle vzoru <p>Vyhodnocení: Pochvala</p>	<p><i>Aktivní poslech</i></p> <p><i>Řízená diskuze</i></p> <p><i>Individuální práce</i></p> <p><i>Řízená diskuze</i></p>
<p>Zadání Úkolu 2: Jak často hodláte tyto marketingové prostředky využívat a v jaké roční výši</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vysvětlit: vzor Včelařici 	<p><i>Individuální práce</i></p> <p><i>Řízená diskuze</i></p>

<ul style="list-style-type: none"> • Zpracuj podle vzoru <p>Vyhodnocení: prezentace před třídou</p> <p>Výklad - Spolupráce s jinými firmami</p> <p>Strategická partnerství (spojení s jinou firmou za účelem nabídky toho druhého)</p> <p>Licenční dohody (prodej licence na váš výrobek nebo službu)</p> <p>Distribuční dohody (využití skladů, logistiky)</p> <p>Využití velkoobchodu (nákup ve velkém)</p> <p>Práce s agenty/zprostředkovateli (spolupráce)</p>	<p><i>Aktivní poslech</i></p>
<p>Popište váš prodejní tým.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interní prodej • Externí prodej <p>Zadání Úkolu 3: Kdo tvoří prodejní tým vaší firmy? Jakou strukturu má jejich činnost? (interní prodej, externí prodej, nezávislí prodejní zástupci). Jakou formou jsou placeni? (provize, stálý plat, prémie). Jak je motivujete?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vysvětlit: vzor Včelařici • Zpracuj podle vzoru <p>Vyhodnocení: Prezentace, pochvala</p>	<p><i>Řízená diskuze</i></p> <p><i>Práce ve dvojicích</i></p> <p><i>Prezentace</i></p>
<p>Zadání domácího úkolu: Doplňte zaměstnance, kteří by měli ve firmě ALBERT ještě být zaměstnáni</p> <ul style="list-style-type: none"> • Generální ředitel • Marketingový ředitel • Prodavač • Uklízečka <p>Řešení např.: pokladní, zásobovač, ekonomický ředitel, účetní, doplňovač zboží, prodejní ředitel</p> <p>Vyhodnocení: Klasifikace nejlepší práce</p>	<p><i>Individuální práce</i></p>