



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

## **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](http://www.vcele.eu)

# **13 Marketing II Pracovní list**

Ročník: 8  
Doporučený počet hodin: 1 – 2

Autor: Mgr. Petr Kolátor  
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: pracovní list**

**Úkol 1: Jaké marketingové prostředky používáte k doručení vaší marketingové zprávy? (reklama, prezentace, veletrhy, prostřednictvím pošty, e-mailem)**

Vzor: Včelařici

Hlavní část marketingové strategie firmy Včelařici je založena na osobním nabízení včelích produktů při rodičovských sdruženích a jednotlivých akcí ZŠ, MŠ, ZUŠ Jesenice. Nábor žáků do Včelařského kroužku je prováděn celoročně při návštěvách včelnice v rámci cílených přírodovědných vycházek během vyučování. Za účelem podpory vzdělávání firma Včelařici vytvořila kvalitní tištěné materiály o výukových programech budoucích včelaříků, včetně možností čerpání dotací k zahájení jejich podnikání. Tyto informace průběžně zveřejňuje na svých www stránkách.

**Úkol 2: Jak často hodláte tyto marketingové prostředky využívat a v jaké roční výši?**

Vzor: Včelařici

Jeden krát za půl roku využíváme rodičovského sdružení k informování o nákupu medu, přibližně kolem 500 jejich zástupců. Nábor do včelařského kroužku se provádí 1 x do roka během měsíce června. Vedoucího kroužku financuje ČSV a proto žáci navštěvují včelařský kroužek zdarma. Jejich www stránky udržuje pracovník IT ZŠ. Reklama o činnosti a aktivitách Včelaříků je zveřejněna na stránkách „Žákovských diářů pro š. r. 2011 - 2012“, které obdrží každý žák základní školy v Jesenici. Náklady

Jméno žáka: \_\_\_\_\_ Třída: \_\_\_\_\_ Datum: \_\_\_\_\_

na Marketing firmy Včelařici jsou pokryty formou protislužby za činnosti na včelnici, které dělají pro výuku žáků 1. stupně ZŠ.

**Úkol 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?**

Vzor: Včelařici

Prodejní tým tvoří externí pracovnice ZŠ, MŠ, ZUŠ Jesenice sloužící v recepci školy. Je odměněna 1 kg medu při každém stáčení (3 x do roka). Firma pověřuje žáky ZŠ prodejem ve svých rodinách, který vychází z prezentace medu při akcích školy. Jejich motivací je prezentace vlastní tvorby ve formě etiket na sklenicích medu a www stránkách. Členy prodejního týmu jsou nakonec všichni zaměstnanci ZŠ a jejich žáci.

Firma Včelařici jedná pro další včelařské období s prodejny firmy „Žabka“ na celkový roční odběr medu kolem 500 kg / rok.

Jméno žáka: \_\_\_\_\_ Třída: \_\_\_\_\_ Datum: \_\_\_\_\_

**Domácí úkol: Doplňte zaměstnance, kteří by měli ještě být zaměstnání ve firmě ALBERT.**

Generální ředitel

Marketingový ředitel

Prodavač

Uklízečka