

МАРКЕТИНГ У ТРГОВИНИ

1. ОСТВАРИВАЊА ОБРАЗОВНО-ВАСПИТНОГ РАДА - ОБЛИЦИ И ТРАЈАЊЕ

РАЗРЕД	НАСТАВА				ПРАКСА	УКУПНО
	Теоријска настава	Вежбе	Практична настава	Настава у блоку		
IV	96					96

Напомена: у табели је приказан годишњи фонд часова за сваки облик рада

2. ЦИЉЕВИ ПРЕДМЕТА:

- Стицање знања о маркетингу и његовој улози у трговини;
- Стицање знања о истраживању тржишта;
- Стицање знања о производу и асортиману као инструменту маркетинга у трговини;
- Стицање знања о цени као инструменту маркетинга у трговини;
- Стицање знања о дистрибуцији као инструменту маркетинга у трговини;
- Стицање знања о промоцији као инструменту маркетинга у трговини;
- Стицање основних знања о међународном маркетингу.

3. НАЗИВ И ТРАЈАЊЕ МОДУЛА ПРЕДМЕТА

Разред: **четврти**

НАЗИВ МОДУЛА	Трајање модула (часови)
Увод у маркетинг и истраживање тржишта	15
Инструменти маркетинга (производ и асортиман) у трговини	18
Цена као инструмент маркетинга у трговини	14
Дистрибуција као инструмент маркетинга у трговини	14
Промоција као инструмент маркетинга у трговини	20
Међународни маркетинг	15

4. ЦИЉЕВИ, ИСХОДИ, ПРЕПОРУЧЕНИ САДРЖАЈИ И НАЧИНИ ОЦЕЊИВАЊА МОДУЛА

Назив модула: Увод у маркетинг и истраживање тржишта

Трајање модула: 15 часова

ЦИЉ МОДУЛА	ИСХОДИ МОДУЛА По завршетку модула ученик ће бити у стању да:	ПРЕПОРУЧЕНИ САДРЖАЈИ МОДУЛА	ПРЕПОРУЧЕНО УПУТСТВО ЗА ОСТВАРИВАЊЕ МОДУЛА
<ul style="list-style-type: none"> • Стицање знања о маркетингу и његовој улози у трговини • Стицање знања о истраживању тржишта 	<ul style="list-style-type: none"> • објасни значај и улогу маркетинга у трговини • објасни настанак и развој маркетинга у трговини • објасни повезаност маркетинга са осталим функцијама предузећа • разуме значај и сврху истраживања тржишта • објасни сегментацију тржишта и основне факторе сегментације и различите стратегије наступа • разликује изворе прикупљања података • објасни методе прикупљања података • објасни начине обраде прикупљених података 	<ul style="list-style-type: none"> • Маркетинг - појам, значај и улога • Место маркетинга у организационој структури предузећа • Истраживање тржишта - циљ, предмет и значај • Истраживање тржишта у функцији разумевања потрошача • Развој дугорочних односа са потрошачима • Стратегија предузећа у ситуацији незадовољних потрошача • Управљање људима у трговинском предузећу • Сегментација тржишта - појам, сврха, тржишни сегменти, стратегије наступа на тржишту • Извори прикупљања података • Методе прикупљања података • Поступак обраде повратних информација 	<p>На почетку модула ученике упознати са циљевима и исходима наставе/учења, планом рада и начинима оцењивања</p> <p>Облици наставе Модул се реализује кроз следеће облике наставе:</p> <ul style="list-style-type: none"> • теоријска настава (15 часова) <p>Место реализације наставе</p> <ul style="list-style-type: none"> • Теоријска настава се реализује у учионици <p>Препоруке за реализацију наставе</p> <ul style="list-style-type: none"> • Модул се реализује кроз методе активно оријентисане наставе <ul style="list-style-type: none"> – Препоручене методе: <ul style="list-style-type: none"> - Студије случаја - Пројекти - Ситуацијски задаци <p>Оцењивање Вредновање остварености исхода вршити кроз:</p> <ul style="list-style-type: none"> • праћење остварености исхода • усмено излагање • тестове знања • активност на часу • домаћи задатак

Назив модула: **Инструменти маркетинга (производ и асортиман)**

Трајање модула: **18 часова**

ЦИЉЕВИ МОДУЛА	ИСХОДИ МОДУЛА По завршетку модула ученик ће бити у стању да:	ПРЕПОРУЧЕНИ САДРЖАЈИ МОДУЛА	ПРЕПОРУЧЕНО УПУТСТВО ЗА ОСТВАРИВАЊЕ МОДУЛА
<ul style="list-style-type: none">• Стицање знања о производу и асортиману као инструменту маркетинга у трговини	<ul style="list-style-type: none">• разликује инструменте маркетинга и њихову узајамну повезаност• објасни специфичности примене инструмената маркетинга у трговини• објасни производ као инструмент маркетинга• класификује производе према различитим критеријумима• објасни важност квалитета производа, дизајна, марке, стила, моде, паковања и услуге• објасни појам, значај и врсте асортимана• објасни политику асортимана и селекцију асортимана у трговини• објасни фазе животног циклуса производа и асортимана• разликује потрошаче у процесу прихватања новог производа	<ul style="list-style-type: none">• Инструменти маркетинга (производ, цена, дистрибуција, промоција)• Специфичности инструмената маркетинга у трговини• Производ као инструмент маркетинга<ul style="list-style-type: none">– Врсте– Квалитет– марка и бренд– стил и мода– дизајн– услуге– нови производ• Класификације производа• Брендирање и позиционирање у сектору трговине• Асортиман производа - дубина, ширина, густина• Политика асортимана• Селекција асортимана• Животни циклус производа (асортимана)• Политика залиха• Процес прихватања новог производа	<p>На почетку модула ученике упознати са циљевима и исходима наставе/учења, планом рада и начинима оцењивања</p> <p>Облици наставе Модул се реализује кроз следеће облике наставе:</p> <ul style="list-style-type: none">• теоријска настава (18 часова) <p>Место реализације наставе</p> <ul style="list-style-type: none">• Теоријска настава се реализује у учионици <p>Препоруке за реализацију наставе - Модул се реализује кроз методе активно оријентисане наставе</p> <p>Препоручене методе:</p> <ul style="list-style-type: none">- Студије случаја- Пројекти- Ситуацијски задаци <p>Оцењивање Вредновање остварености исхода вршити кроз:</p> <ul style="list-style-type: none">• праћење остварености исхода• усмено излагање• тестове знања• активност на часу• домаћи задатак

Назив модула: **Цена као инструмент маркетинга**

Трајање модула: **14 часова**

ЦИЉЕВИ МОДУЛА	ИСХОДИ МОДУЛА По завршетку модула ученик ће бити у стању да:	ПРЕПОРУЧЕНИ САДРЖАЈИ МОДУЛА	ПРЕПОРУЧЕНО УПУТСТВО ЗА ОСТВАРИВАЊЕ МОДУЛА
<ul style="list-style-type: none">• Стицање знања о цени као инструменту маркетинга у трговини	<ul style="list-style-type: none">• објасни цену као инструмент маркетинга у трговини• објасни политику цена и факторе који утичу на одлуке о ценама• објасни начине диференцирања (прилагођавања) цена робе• познаје психолошко и ексклузивно одређивање цена	<ul style="list-style-type: none">• Цена као инструмент маркетинга• Политика цена и маржи у трговини• Диференцирање цена (количинско, просторно, временско, на бази услова плаћања)	<p>На почетку модула ученике упознати са циљевима и исходима наставе/учења, планом рада и начинима оцењивања</p> <p>Облици наставе Модул се реализује кроз следеће облике наставе:</p> <ul style="list-style-type: none">• теоријска настава (14 часова) <p>Место реализације наставе</p> <ul style="list-style-type: none">• Теоријска настава се реализује у учионици <p>Препоруке за реализацију наставе - Модул се реализује кроз методе активно оријентисане наставе Препоручене методе: - Студије случаја - Пројекти - Ситуацијски задаци</p> <p>Оцењивање Вредновање остварености исхода вршити кроз:</p> <ul style="list-style-type: none">• праћење остварености исхода• усмено излагање• тестове знања• активност на часу• домаћи задатак

Назив модула: **Дистрибуција као инструмент маркетинга**

Трајање модула: **14 часова**

ЦИЉЕВИ МОДУЛА	ИСХОДИ МОДУЛА По завршетку модула ученик ће бити у стању да:	ПРЕПОРУЧЕНИ САДРЖАЈИ МОДУЛА	ПРЕПОРУЧЕНО УПУТСТВО ЗА ОСТВАРИВАЊЕ МОДУЛА
<ul style="list-style-type: none">• Стицање знања о дистрибуцији као инструменту маркетинга у трговини	<ul style="list-style-type: none">• објасни дистрибуцију као инструмент маркетинга• објасни канале продаје (задатак, врсте, избор)• објасни физичку дистрибуцију• објасни значај локације продајних и складишних објеката• објасни факторе који утичу на избор локације	<ul style="list-style-type: none">• Врсте канала продаје (трговина на велико, трговина на мало, агенти и брокери)• Физичка дистрибуција• Локација продајних и складишних објеката• Управљање капацитетима и тражњом у трговинском сектору	<p>На почетку модула ученике упознати са циљевима и исходима наставе/учења, планом рада и начинима оцењивања</p> <p><u>Облици наставе</u> Модул се реализује кроз следеће облике наставе:</p> <ul style="list-style-type: none">• теоријска настава (14 часова) <p><u>Место реализације наставе</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Теоријска настава се реализује у учионици <p><u>Препоруке за реализацију наставе</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Модул се реализује кроз методе активно оријентисане наставе <p>Препоручене методе:</p> <ul style="list-style-type: none">- Студије случаја- Пројекти- Ситуацијски задаци <p><u>Оцењивање</u> Вредновање остварености исхода вршити кроз:</p> <ul style="list-style-type: none">• праћење остварености исхода• усмено излагање• тестове знања• активност на часу• домаћи задатак

Назив модула: **Промоција као инструмент маркетинга**

Трајање модула: **20 часова**

ЦИЉЕВИ МОДУЛА	ИСХОДИ МОДУЛА По завршетку модула ученик ће бити у стању да:	ПРЕПОРУЧЕНИ САДРЖАЈИ МОДУЛА	ПРЕПОРУЧЕНО УПУТСТВО ЗА ОСТВАРИВАЊЕ МОДУЛА
<ul style="list-style-type: none">• Стицање знања о промоцији као инструменту маркетинга у трговини	<ul style="list-style-type: none">• објасни промоцију као инструмент маркетинга• повеже облике промоције са врстама робе• разликује облике промоције• објасни облике директног маркетинга (наручивање поштом, путем каталога, телемаркетинг, трговина путем интернета, продаја путем мобилног телефона)• објасни личну продају• објасни публицитет• објасни мере унапређења продаје• објасни економску пропаганду• разликује пропагандна средства и пропагандне медије• објасни пропагандни микс• примењује правила презентације• припреми различите видове презентација• демонстрира карактеристике робе потенцијалним купцима• објасни улогу и значај донација и спонзорства• објасни трошкове економске пропаганде• објасни методе утврђивања трошкова економске пропаганде• објасни мерење успеха економске пропаганде	<ul style="list-style-type: none">• Облици промоције• Облици директног маркетинга• Развој електронске трговине• Лична продаја• Публицитет• Мере унапређења продаје• Економска пропаганда• Пропагандна средства и пропагандни медији• Презентација као део пропагандне активности (припреме, уређаји, принципи израде, приказивање...)• Трошкови економске пропаганде• Планирање трошкова економске пропаганде• Методе утврђивања трошкова економске пропаганде• Мерење успеха економске пропаганде	<p>На почетку модула ученике упознати са циљевима и исходима наставе/учења, планом рада и начинима оцењивања</p> <p>Облици наставе Модул се реализује кроз следеће облике наставе:</p> <ul style="list-style-type: none">• теоријска настава (20 часова) <p>Место реализације наставе</p> <ul style="list-style-type: none">• Теоријска настава се реализује у учионици <p>Препоруке за реализацију наставе</p> <ul style="list-style-type: none">• Модул се реализује кроз методе активно оријентисане наставе <p>Препоручене методе:</p> <ul style="list-style-type: none">- Студије случаја- Пројекти- Ситуацијски задаци <p>Оцењивање Вредновање остварености исхода вршити кроз:</p> <ul style="list-style-type: none">• праћење остварености исхода• усмено излагање• тестове знања• активност на часу• домаћи задатак

Назив модула: **Међународни маркетинг**

Трајање модула: **15 часова**

ЦИЉЕВИ МОДУЛА	ИСХОДИ МОДУЛА По завршетку модула ученик ће бити у стању да:	ПРЕПОРУЧЕНИ САДРЖАЈИ МОДУЛА	ПРЕПОРУЧЕНО УПУТСТВО ЗА ОСТВАРИВАЊЕ МОДУЛА
<ul style="list-style-type: none">• Стицање основних знања о међународном маркетингу	<ul style="list-style-type: none">• објасни значај међународног маркетинга• објасни детерминанте међународног пословног окружења• објасни стратегије за освајање иностраних тржишта (међународно тржишно позиционирање)• објасни значај прилагођавања инструмената међународног маркетинг програма локалним условима страних тржишта• изради маркетиншки план наступа на страном тржишту	<ul style="list-style-type: none">• Изгледи на тржишту, тржишни потенцијал, конкурентска ситуација• Детерминанте међународног пословног окружења: политичке, правне, социо-културне (култура, проблеми језика и споразумевања у различитим културама, религија, естетске вредности појединих култура, социјалне и вредносне димензије појединих култура)• Како ући на страном тржиште? (циљеви, методе, избор оптималне стратегије за улазак на међународно тржиште)• План наступа: избор одређеног производа и конкретне земље	<p>На почетку модула ученике упознати са циљевима и исходима наставе/учења, планом рада и начинима оцењивања</p> <p>Облици наставе Модул се реализује кроз следеће облике наставе:</p> <ul style="list-style-type: none">• теоријска настава (15 часова) <p>Место реализације наставе</p> <ul style="list-style-type: none">• Теоријска настава се реализује у учионици <p>Препоруке за реализацију наставе</p> <ul style="list-style-type: none">• Модул се реализује кроз методе активно оријентисане наставе <p>Препоручене методе:</p> <ul style="list-style-type: none">- Студије случаја- Пројекти- Ситуацијски задаци <p>Оцењивање Вредновање остварености исхода вршити кроз:</p> <ul style="list-style-type: none">• праћење остварености исхода• усмено излагање• тестове знања• активност на часу• домаћи задатак

5. КОРЕЛАЦИЈА СА ДРУГИМ ПРЕДМЕТИМА / МОДУЛИМА

- Предузетништво
- Обука у виртуелном предузећу
- Менаџмент – изборни
- Вештина комуникације -изборни