

МАРКЕТИНГ

1. ОСТВАРИВАЊЕ ОБРАЗОВНО-ВАСПИТНОГ РАДА - ОБЛИЦИ И ТРАЈАЊЕ

РАЗРЕД	НАСТАВА				ПРАКСА	УКУПНО
	Теоријска настава	Вежбе	Практична настава	Настава у блоку		
IV	62					62

2. ЦИЉЕВИ ПРЕДМЕТА:

- Стицање знања и развијање свести о улози и значају маркетинга
- Разумевање основних принципа маркетиншког наступа и њихова употреба кроз практичну примену
- Познавање основних инструмената маркетинга и њихове улоге у маркетиншком наступу предузећа
- Оспособљавање за самостално организовање активности везаних за промоцију предузећа
- Развијање способности за самостално прикупљање и анализирање информација о тржишту и конкуренцији
- Оспособљавање за самостално коришћење интернета и стручне литературе
- Стварање исправног односа према имиџу предузећа
- Развијање свести о значају управљања маркетингом за успешно пословање
- Оспособљавање ученика за успостављање добрих пословних односа са јавношћу и потрошачима

3. НАЗИВ И ТРАЈАЊЕ МОДУЛА ПРЕДМЕТА

Разред: четврти

Ред.бр.	НАЗИВ МОДУЛА	Трајање модула (часови)	
		Т	В
1.	Основи маркетинга	42	
2.	Управљање маркетингом	20	

4. ЦИЉЕВИ, ИСХОДИ, ОБАВЕЗНИ И ПРЕПОРУЧЕНИ САДРЖАЈИ И НАЧИН ОСТВАРИВАЊА МОДУЛА

Разред: други

Назив модула:

Основи маркетинга

Трајање модула:

42 часа

ЦИЉЕВИ МОДУЛА	ИСХОДИ МОДУЛА По завршетку модула ученик ће бити у стању да:	ОБАВЕЗНИ И ПРЕПОРУЧЕНИ САДРЖАЈИ МОДУЛА	ПРЕПОРУЧЕНЕ АКТИВНОСТИ И НАЧИН ОСТВАРИВАЊА МОДУЛА
<ul style="list-style-type: none"> • Стицање знања и развијање свести о улози и значају маркетинга • Развијање способности и овладавање вештинама маркетинг активности 	<ul style="list-style-type: none"> • дефинише појам маркетинга • објасни природу маркетинга и његов развој • дефинише појам тржишта • разликује врсте тржишта • објасни значај сегментације тржишта • разликује стратегије маркетинга • примени одговарајућу стратегију у конкретном примеру • дефинише конкуренцију • објасни значај конкуренције • дефинише појам маркетинг истраживања • разликује циљеве маркетинг истраживања • објасни елементе плана маркетинга • објасни изворе података маркетинг истраживања • разликује методе и технике маркетинг истраживања • састави анкетни лист за испитивање потрошача • спроведе испитивање потрошача • спроведе посматрање мањег сегмента тржишта у кратком периоду • објасни значај истраживања тржишта • објасни улогу МИС-а • дефинише појам маркетинг микса • наведе елементе маркетинг микса • дефинише производ као инструмент маркетинга • класификује производе према различитим 	<ul style="list-style-type: none"> • Појам и развој маркетинга • Појам, подела и сегментација тржишта • Стратегије маркетинга • Конкуренција на тржишту • Појам, садржај и циљеви истраживања тржишта • Планирање истраживања тржишта • Извори података <ul style="list-style-type: none"> - примарни - секундарни • Методе истраживања тржишта <ul style="list-style-type: none"> - историјски метод - метод посматрања - метод испитивања • Улога и значај истраживања тржишта у пословном одлучивању • Маркетинг информациони систем • Маркетинг микс • Производ као инструмент маркетинга <ul style="list-style-type: none"> - појам - класификација - марка и дизајн производа - животни циклус производа • Нови производ <ul style="list-style-type: none"> - појам - развој 	<ul style="list-style-type: none"> • На почетку модула ученике упознати са циљевима и исходима наставе, односно учења, планом рада и начинима оцењивања <p>Облици рада Модул се реализује кроз следеће облике наставе: теориска настава (42 часа)</p> <p>Место реализације наставе - Учионица</p> <p>Препоруке за реализацију наставе</p> <ul style="list-style-type: none"> • Модул се реализује кроз активно орјентисану наставу, користећи реалне ситуације из праксе • Препоручене методе: <ul style="list-style-type: none"> - Студија случаја - Игра улога <p>Оцењивање</p> <ul style="list-style-type: none"> • Праћење остварености исхода • тест • есеј • домаћи задатак

	<p>критеријумима</p> <ul style="list-style-type: none"> • објасни марку, дизајн, стил, моду и хир као карактеристике производа • разликује стил, моду и хир на конкретним примерима • дефинише појам животног циклуса производа • објасни фазе животног циклуса производа • доведе у везу фазу животног циклуса производа са применом одговарајућих маркетиншких активности • објашњава значење и процес развоја новог производа • разликује начине позиционирања производа на тржишту • дефинише појам и улогу цене као инструмента маркетинга • објасни начине диференцирања цена • објасни појам канала дистрибуције • разликује специфичности канала дистрибуције • разликује маркетинг стратегије наступа на тржишту • објасни улогу промоције у маркетинг миксу • разликује облике промоције • наведе предности и недостатке личне продаје • наведе предности и недостатке унапређења продаје • наведе предности и недостатке публицитета • наведе врсте и циљеве економске пропаганде • разјасни ефекте комбиновања облика промоције • наведе мотиве тражње и куповине • објасни процес доношења одлуке о куповини • разликује моделе понашања потрошача • објасни појам пропагандне поруке • објасни процес креирања пропагандне 	<ul style="list-style-type: none"> - процес прихватања • Позиционирање производа • Цена као инструмент маркетинга • Диференцирање цена • Канали дистрибуције • Стратегије дистрибуције • Промоција као елемент маркетинг микса • Облици промоције <ul style="list-style-type: none"> - лична продаја - унапређење продаје - економска пропаганда (појам, циљеви,..) - публицитет • Мотиви тражње и куповине • Понашање потрошача • Пропагандна порука • Медији • Средства економске пропаганде 	<ul style="list-style-type: none"> • активности на часу
--	--	--	--

	<p>поруке</p> <ul style="list-style-type: none"> • одреди садржај поруке према жељеном ефекту • креира једноставну пропагандну поруку • разликује врсте медија • објасни критеријуме за избор медија • разликује средства економске пропаганде • креира неко од средстава економске пропаганде 		
--	--	--	--

Назив модула: **Управљање маркетингом**
Трајање модула: **20 часова**

ЦИЉЕВИ МОДУЛА	ИСХОДИ МОДУЛА По завршетку модула ученик ће бити у стању да:	ОБАВЕЗНИ И ПРЕПОРУЧЕНИ САДРЖАЈИ МОДУЛА	ПРЕПОРУЧЕНЕ АКТИВНОСТИ И НАЧИН ОСТВАРИВАЊА МОДУЛА
<ul style="list-style-type: none"> • Развијање свести о значају управљања маркетингом за успешно пословање • Оспособљавање ученика за успостављање добрих пословних односа са јавношћу и потрошачима 	<ul style="list-style-type: none"> • дефинише мисију предузећа • наведе критеријуме за утврђивање тржишне позиције предузећа • објасни позиције и карактеристике појединих позиција у SWOT матрици • изради SWOT матрицу конкретног предузећа • наведе критеријуме за креирање Бостонске матрице • наведе категорије производа који се налазе у матрици • објасни карактеристике сваке категорије производа из матрице • доведе у везу фазу животног циклуса са управљањем производом • изабере цену у складу са фазом животног циклуса производа или услуге • објасни критеријуме за избор најповољнијег канала продаје • објасни критеријуме за креирање оптималног промоционог микса 	<ul style="list-style-type: none"> • Мисија предузећа • Тржишна позиција (SWOT матрица) • Управљање производом – Бостонска матрица (раст тржишта / тржишно учешће) • Управљање ценом у функцији животног циклуса производа • Управљање каналима продаје • Управљање промоцијом • Управљање трошковима економске пропаганде • Контрола и тестирање успешности економске пропаганде 	<ul style="list-style-type: none"> • На почетку модула ученике упознати са циљевима и исходима наставе, односно учења, планом рада и начинима оцењивања <p>Облици рада Модул се реализује кроз следеће облике наставе: теориска настава (22 часа)</p> <p>Место реализације наставе - Учионица</p> <p>Препоруке за реализацију наставе</p> <ul style="list-style-type: none"> • Модул се реализује кроз активно орјентисану наставу, користећи реалне ситуације из праксе

	<ul style="list-style-type: none"> • оцени ефикасност медија на конкретном примеру • објасни методе планирања трошкова економске пропаганде • процени предности појединих метода планирања трошкова економске пропаганде • наведе ефекте економске пропаганде • објасни начине мерења ефеката економске пропаганде 		<ul style="list-style-type: none"> • Препоручене методе: <ul style="list-style-type: none"> - Студија случаја - Игра улога <p><u>Оцењивање</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Праћење остварености исхода • тест • есеј • домаћи задатак • активности на часу
--	---	--	---

5. КОРЕЛАЦИЈА СА ДРУГИМ ПРЕДМЕТИМА, ОДНОСНО МОДУЛИМА

1. Принципи економије
2. Пословна економија
3. Канцеларијско пословање
4. Финансијско рачуноводствена обука
5. Национална економија
6. Предузетништво
7. Пословна информатика
8. Електронско пословање