

КРИТЕРИЈУМИ ОЦЕЊИВАЊА – МАРКЕТИНГ У ТРГОВИНИ

Четврти разред, смер Комерцијални техничар

Постигнућа ученика је могуће формативно и сумативно оценити на основу различитих активности и резултата рада као што су:

1. Праћење остварености исхода (усмене провере знања)
2. Тестови знања
3. Активност на часу
4. Презентације
5. Домаћи задатак
6. Однос ученика према раду у школи
7. Индивидуални рад и учешће у тимском раду

МОДУЛ: Увод у маркетинг и истраживање тржишта

Оцена	Општи исходи; Очекивани нивои знања и постигнућа
НЕДОВОЉАН (1)	- Не испуњава критеријуме за оцену довољан (2) и не показује заинтересованост за сопствени процес учења, нити напредак
ДОВОЉАН (2)	- Ученик уме да објасни настанак и значај који има маркетинг; - Ученик уме да разликује начине прикупљања података;
ДОБАР (3)	- Ученик уме да објасни развој маркетинга; - Ученик уме да објасни повезаност маркетинга са осталим функцијама у предузећу; - Ученик уме да објасни сегментацију тржишта;
ВРЛО ДОБАР (4)	- Ученик уме да образложи различите стратегије наступа на тржишту; Ученик зна да објасни различите методе прикупљања података;
ОДЛИЧАН (5)	- Ученик уме да објасни кроз праксу стратегије наступа на тржишту; - Ученик уме да објасни начине обраде прикупљања података;

МОДУЛ: Инструменти маркетинга (производ и асортиман)

Оцена	Општи исходи; Очекивани нивои знања и постигнућа
НЕДОВОЉАН (1)	- Не испуњава критеријуме за оцену довољан (2) и не показује заинтересованост за сопствени процес учења, нити напредак
ДОВОЉАН (2)	- Ученик уме да разликује инструменте маркетинга;

	-Ученик уме да дефинише производ као инструмент маркетинга; -Ученик уме да зна да дефинише животни циклус производа;
ДОБАР (3)	-Ученик уме да објасни специфичности примене инструмената маркетинга у трговини; -Ученик уме да објасни појам, значај и врсте асортимана; -Ученик уме да разликује потрошаче у процесу прихватања новог производа;
ВРЛО ДОБАР (4)	-Ученик уме класификује производе према различитим критеријумима; -Ученик уме да продаобјасни вазност квалитета, марке и стила производа;
ОДЛИЧАН (5)	-Ученик уме објасни политику и селекцију асортимана у трговини; -Ученик уме да објасни фазе животног циклуса производа и асортимана;

МОДУЛ: Цена као инструмент маркетинга

Оцена	Општи исходи; Очекивани нивои знања и постигнућа
НЕДОВОЉАН (1)	-Не испуњава критеријуме за оцену довољан (2) и не показује заинтересованост за сопствени процес учења, нити напредак
ДОВОЉАН (2)	-Ученик уме да објасни цену као инструмент маркетинга; -Ученик разликује начине диференцирања цена;
ДОБАР (3)	-Ученик зна да наведе начела и факторе политике цена; -Ученик уме да објасни начине диференцирања цена;
ВРЛО ДОБАР (4)	-Ученик уме да објасни политику цена; -Ученик уме да образложи факторе који утичу на одлуке о ценама;
ОДЛИЧАН (5)	-Ученик уме да објасни политику цена на конкретим примерима из праксе; -Ученик познаје психолошко и ексклузивно одређивање цена;

МОДУЛ: Промоција као инструмент маркетинга

Оцена	Општи исходи; Очекивани нивои знања и постигнућа
НЕДОВОЉАН (1)	-Не испуњава критеријуме за оцену довољан (2) и не показује заинтересованост за сопствени процес учења, нити напредак
ДОВОЉАН (2)	-Ученик уме да објасни појам промоције као инструмента маркетинга; -Ученик уме да наведе основне облике промоције; - Ученик зна да дефинише економску пропаганду;

ДОБАР (3)	-Ученик уме да објасни облике директног маркетинга; - Ученик уме да објасни личну продају и публицитет; -Ученик уме да објасни промоциони микс;
ВРЛО ДОБАР (4)	-Ученик уме да објасни облике промоције; Ученик зна да демонстрира карактеристике робе потенцијалним купцима;
ОДЛИЧАН (5)	-Ученик уме да објасни улогу и значај спонзорстава и донација; -Ученик уме да објасни методе утврђивања трошкова економске пропаганде;

МОДУЛ: Међународни маркетинг

Оцена	Општи исходи; Очекивани нивои знања и постигнућа
НЕДОВОЉАН (1)	-Не испуњава критеријуме за оцену довољан (2) и не показује заинтересованост за сопствени процес учења, нити напредак
ДОВОЉАН (2)	-Ученик уме да објасни значај међународног маркетинга; -Ученик зна да наведе стратегије за освајање међународног тржишта;
ДОБАР (3)	-Ученик уме да објасни детерминате међународног тржишног окружења; - Ученик зна да наведе и објасни стратегије за освајање међународног тржишта;
ВРЛО ДОБАР (4)	-Ученик уме да објасни како ући на страног тржиште; -Ученик зна да објасни маркетиншки план наступа на страном тржишту;
ОДЛИЧАН (5)	-Ученик уме да објасни значај прилагођавања инструмената међународног маркетинг програма локалним условима страних тржишта; -Ученик уме да изради маркетиншки план наступа на страном тржишту;