

Струка (назив):	ЕКОНОМИЈА, ПРАВО И ТРГОВИНА	
Занимање (назив):	ПОСЛОВНО-ИНФОРМАТИЧКИ ТЕХНИЧАР	
Предмет (назив):	Дигитални маркетинг	
Опис (предмета):	Стручно-теоријски предмет	
Модул (наслов):	Настанак и развој концепта маркетинга, инструменти маркетинг микса	
Датум:јули 2021.	Шифра:	Редни број: 01
Сврха		
Сврха наставе овог модула је усвајање знања о основним принципима и карактеристикама маркетинга као научне дисциплине		
Специјални захтјеви / Предуслови		
Усвојена знања и вјештине из наставног предмета Информатика и знања о маркетингу.		
Циљеви		
<ul style="list-style-type: none"> • Стицање знања о развоју маркетинга као научне дисциплине • Уочавање нужности примјене маркетинга за успјешно пословање предузећа • Уочавање сложености окружења у коме предузеће послује • Да се ученици упознају са дигиталним маркетингом 		

Теме				
1. Приступ изучавању маркетинга 2. Тржиште 3. Производ 4. Цијена				
Тема	Исходи учења			Смјернице за наставнике
	Знања	Вјештине	Личне компетенције	
	Ученик је способан да:			
1 Тема	Ученик: <ul style="list-style-type: none">Објасни и наведе пословне концепције предузећа;Препознаје основне карактеристике маркетинга;Објасни интегралност и динамичност маркетинга;	<ul style="list-style-type: none">Анализира факторе настанка маркетинга;Разумије начине и могућност примјене и кориштења концепта маркетинга.	Ученик има јасну представу о значају маркетинга и медија које маркетинг користи од којих су дигитални медији по својим техничко-технолошким,	На почетку модула ученике упознати са циљевима и исходима наставе, односно учења, планом рада и начинима оцјењивања. Настава се изводи у кабинету за информатику.

	<ul style="list-style-type: none"> • Опише интердисциплинарност маркетинга; • Наведе медије и опише њихове карактеристике из угла савремености-стара и нова правила маркетинга - дигитални маркетинг. 		<p>економским, социјалним, психолошким и другим импликацијама у савременим условима доминантни у односу на „старе“ медије.</p> <p>Ученик:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Развија тимски рад и одговорности; • Развија способности самосталног рада; • Развија 	<p>Средства за наставу:</p> <ul style="list-style-type: none"> • уџбеник, • стручни часописи, • интернет • примјери из праксе. <p>Ради прецизности требало би у почетку дати назнаку да је синтагма дигитални маркетинг колоквијалног, тј. жаргонског карактера и да као таква има тежњу да одрази атрактивност (савременост) или тренутну прихватљивост, а не</p>
--	---	--	--	--

			способности за креативност и комуникативност	грану науке или научне дисциплине.
Тема 2	<ul style="list-style-type: none"> • Дефинише тржиште и подјеле тржишта; • Опише сегментацију тржишта према сегментационим варијаблама; • Објашњава значај информација о понашању потрошача и њиховим потребама; • Објашњава и анализира конкуренцију и процес одлучивања о куповини; 	<ul style="list-style-type: none"> • Разликује садржај и основне методе истраживања тржишта; • Осмисли производ или услугу и одабраном методом испитују тржиште; • Одређују циљану популацију тј. сегмент тржишта према 	<p>способности за креативност и комуникативност</p> <ul style="list-style-type: none"> • Развија радну етику; • Развија отвореност у примјени нових технологија; • Развија способности организовања и сарадње у групи; • Развијање сопствених ставова; • Стиче потребе за цјеложивотно учење и надоградњу знања. 	<p>грану науке или научне дисциплине.</p> <p>Препоручене методе рада:</p> <ul style="list-style-type: none"> • монолошко-дијалошка, • демонстрације, • текст метода • комбинована <p>Користити активне наставне методе: рад у пару, рад у групи</p> <p>Анализирати примјере из праксе</p>

	<ul style="list-style-type: none"> Опише таргетирање циљане публике кроз дигиталне канале. 	<p>одабраном предмету истраживања</p> <ul style="list-style-type: none"> Разумије понашање потрошача и шта утиче на његове одлуке. 		
Тема 3	<ul style="list-style-type: none"> Разликује основне врсте и подјеле производа у маркетингу, Опише значај производног програма, Препознаје концепт брэнда, Објасни значење позиционирања 	<ul style="list-style-type: none"> Разумије концепт маркетинг микса; За исти производ осмисли (маркетинг наступ користећи дигиталне медије; 		<p>Потребно је:</p> <ul style="list-style-type: none"> користити интернет, пројектор, анализирати примјере препознатљивих брэндова анализирати примјере из праксе

	<p>бренда,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Препознаје појам квалитета производа, • Опише дизајн производа и његов значај, • Објасни значај паковања, • Разликује основне продајне услуге, • Препознаје појам новог производа, • Објасни развој новог производа, • Опише концепт животног циклуса производа. 	<ul style="list-style-type: none"> • Разумије да су дизајн, бренд, паковање и продајне услуге значајни инструменти у освајању тржишта • Осмисли и креира тј. дизајнира лого предузећа користећи неки од доступних програма: Canva, Logo Makr, Design Mantic... 		
--	---	--	--	--

<p>Тема 4</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Препознаје појам цијене у маркетингу, • Објашњава мјесто и значај појединих фактора који утичу на политику цијена, • Препознаје фазе процеса формулисања цијена у маркетингу, • Разликује основне методе формирања цијена, • Опише концепт диференцирања цијена, • Описује могућност одређивања цијена нових производа, • Објашњава односе цијена производа у производном 	<ul style="list-style-type: none"> • Анализира утицај различитих фактора на политику цијена; • Одреди цијене производа 		<p>Користити активне наставне методе: рад у пару, рад у групи</p>
----------------------	---	--	--	---

	асортиману, <ul style="list-style-type: none"> Описује стратегије промјена цијена које предузећа могу да користе. 			
--	---	--	--	--

Интеграција

Садржај овог модула је повезан са другим економским предметима (књиговодство, економија).

Извори

Уџбеник одобрен од стране Министарства просвјете и културе Републике Српске;
Друга стручна и теоријска литература; Интернет
Интернет.

Оцјењивање

Оцјењивање ученика се врши у складу са Законом о средњем образовању и васпитању и Правилником о оцјењивању ученика у настави и организацији испита у средњој школи. О техникама и начинима оцјењивање ученике треба упознати прије почетка изучавања модула.