

<b>Струка (назив):</b>	<b>ЕКОНОМИЈА, ПРАВО И ТРГОВИНА</b>	
<b>Занимање (назив):</b>	ЕКОНОМСКИ ТЕХНИЧАР ПОСЛОВНО-ПРАВНИ ТЕХНИЧАР БАНКАРСКИ ТЕХНИЧАР ТРГОВАЧКИ ТЕХНИЧАР	
<b>Предмет (назив):</b>	<b>МАРКЕТИНГ</b>	
<b>Опис (предмета):</b>	Стручно - теоријски	
<b>Модул (наслов):</b>	Инструменти маркетинг микса	
<b>Датум:</b>	<b>Шифра:</b>	<b>Редни број: 01</b>
<b>Сврха</b>		
Изучавањем овог модула ученици уочавају нужност примјене маркетинга за успјешно пословање предузећа кроз сегментацију и истраживање тржишта, анализу понашања и одлучивања потрошача, анализу врста и подјела производа те прикупљање информација као средства маркетиншког пословања.		
<b>Специјални захтјеви / Предуслови</b>		
Овај модул представља почетни модул из маркетинга, али се за његову реализацију могу користити садржаји из модула економије.		
<b>Циљеви</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Стицање знања о појму, значају, настанку и развоју концепта и основним карактеристикама маркетинга,</li> <li>• Дефинисање, сегментација и методе истраживање тржишта,</li> <li>• Стицање основних знања о понашању и одлучивању потрошача,</li> <li>• Схватање значаја информација као средства маркетиншког пословања,</li> <li>• Стицање знања о маркетинг информационим системима,</li> <li>• Разликовање основних врста и подјела производа у маркетингу,</li> <li>• Познавање појма и значаја бренда.</li> </ul>		
<b>Теме</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Приступ изучавању маркетинга</li> <li>2. Тржиште</li> <li>3. Информације за одлуке у маркетингу</li> <li>4. Управљање маркетинг активностима</li> <li>5. Производ</li> </ol>		

Тема	Исходи учења			Смјернице за наставнике
	Знања	Вјештине	Личне компетенције	
Приступ изучавању маркетинга	<ul style="list-style-type: none"><li>Разумије концепт маркетинга и разлоге његовог настанка;</li><li>Разликује основне пословне концепције,</li><li>Разликује фазе пословне орјентације (концепције);</li><li>Схвата и разумије могућности примјене и коришћења маркетинга.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Објасни појам и значај маркетинга у процесу повезивања производње и потрошње;</li><li>Опише дефиницију маркетинга и кључне елементе (размјена, производ, активности).</li><li>Објасни фазе пословне орјентације (производна концепција, концепција производа, продајна концепција и концепција маркетинга);</li><li>Увиђа могућности примјене и коришћења маркетинга.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Употреба стручне терминологије у усменом и писаном облику;</li><li>Изражавање властитих аргумената и закључака на увјерљив начин;</li><li>Развијање критичког мишљења из области маркетинга;</li><li>Развијање математичког начина размишљања и изражавање кроз одређене моделе у рјешавању практичних задатака као што су израчунавање цијене производа или услуге, графичког приказа животног циклуса производа и др.;</li><li>Подстицање ученика на самосталан рад и истрајност у учењу кроз мотивацију и жељу за примјеном раније стечених знања;</li><li>Подстицање тимског рада на часу у циљу конструктивне комуникације, изражавање различитих ставова, подстицање</li></ul>	<p>Настава се изводи у учионицама. За реализацију наставних садржаја користити одговарајући уџбеник, стручне часописе и примјере из праксе.</p> <p>Користити активне наставне методе:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- тимски рад,</li><li>- индивидуалне и групне презентације,</li><li>- израда постера,</li><li>- радни листови,</li><li>- квиз,</li><li>- групно обучавање- укључивање колега,</li><li>- организована посјета предузећу чиме се постиже да ученици усвоје и разумију пређене јединице,</li><li>- шематски прикази и примјери из праксе,</li><li>- реферати ученика,</li><li>- подаци са интернета,</li><li>- статистички подаци,</li><li>- шеме и графикони из области маркетинга.</li></ul> <p>Наставник користи: уџбеник, сручну литературу, лексикон основних економских појмова, примјере из праксе и друга средства која оцијени као адекватна за јединицу коју обрађује са ученицима.</p>
Тржиште	<ul style="list-style-type: none"><li>Дефинише тржиште;</li><li>Разумије однос између појмова тржишта, трговине и размјене;</li><li>Разликује основне врсте и функције тржишта,</li><li>Објашњава примјену сегментације тржишта,</li><li>Схвата значај истраживања тржишта,</li><li>Разликује основне методе истраживања тржишта,</li><li>Објашњава и анализира конкуренцију,</li><li>Разумије понашање потрошача и шта на њега утиче.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Разумије појам тржишта</li><li>Опише елементе и функције тржишта;</li><li>Објасни подјелу тржишта;</li><li>Објасни сегментацију тржишта и стратегије тржишта на примјеру који сам одабере;</li><li>Објасни појам конкуренције на тржишту;</li><li>Упореди основне приступе конкуренције и наведе своје примјере;</li><li>Објасни основне фазе процеса одлучивања о куповини;</li><li>Анализира факторе који утичу на понашање потрошача на примјеру неког производа.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Употреба стручне терминологије у усменом и писаном облику;</li><li>Изражавање властитих аргумената и закључака на увјерљив начин;</li><li>Развијање критичког мишљења из области маркетинга;</li><li>Развијање математичког начина размишљања и изражавање кроз одређене моделе у рјешавању практичних задатака као што су израчунавање цијене производа или услуге, графичког приказа животног циклуса производа и др.;</li><li>Подстицање ученика на самосталан рад и истрајност у учењу кроз мотивацију и жељу за примјеном раније стечених знања;</li><li>Подстицање тимског рада на часу у циљу конструктивне комуникације, изражавање различитих ставова, подстицање</li></ul>	

<b>Информације за одлуке у маркетингу</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Схвата мјесто и значај информација у одлучивању у маркетингу,</li> <li>• Разликује основне изворе података у истраживању,</li> <li>• Схвата појам и значај концепта маркетинг информационог система (МИС)</li> <li>• Разликује основне елементе МИС-а и разумеје његову употребу</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Анализира како информације утичу на одлучивање и пословање предузећа;</li> <li>• Наводи основне врсте маркетинг информација;</li> <li>• Упореди примарне и секундарне податке и направи разлику међу њима;</li> <li>• Објасни функционисање и активности маркетинг информационог система;</li> <li>• Објасни изворе и методе прикупљања података.</li> </ul>	<p>одговорности и подјеле задатака приликом обављања одређених послова;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Развијање способности планирања, организовања, припреме извјештаја, процјене, евидентирања и др.;</li> <li>• Подстицање упоређивања свог мишљења са мишљењем других, идентификовање и реализација друштвених и економских могућности у културној активности.</li> </ul>	
<b>Управљање маркетинг активностима</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Разликује пословне активности које чине маркетинг,</li> <li>• Разликује садржај и значај пороцеса маркетинга менаџмента,</li> <li>• Објашњава неопходност планирања маркетинга,</li> <li>• Разликује процес и значај контроле маркетинг активности.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Разумеје пословне активности које чине маркетинг;</li> <li>• Објасни концепт маркетинг менаџмента;</li> <li>• Примјењује концепт маркетинг микса;</li> <li>• Примјењује поступак имплементације маркетинга у предузећу за вјежбу (свом виртуелном замишљеном предузећу);</li> <li>• Разумеје и схвата процес и значај контроле маркетинг активности;</li> <li>• Примјењује основне облике (форме) организовања маркетинг активности.</li> </ul>		
<b>Производ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Разумеје важност производа у маркетингу,</li> <li>• Разликује основне врсте и подјеле производа у</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Схвата важност производа у маркетингу;</li> <li>• Разумеје основне врсте и подјеле производа у маркетингу;</li> <li>• Схвата мјесто и значај</li> </ul>		

	<p>маркетингу,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Сагледава мјесто и значај производног програма,</li> <li>• Дефинише концепт бренда и разумије његов значај,</li> <li>• Разумије шта значи позиционирање бренда,</li> <li>• Разликује карактеристике производа,</li> <li>• Разликује основне продајне услуге,</li> <li>• Разумије појам и развој новог производа,</li> <li>• Дефинише концепт животног циклуса производа.</li> </ul>	<p>производног програма;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Може да дефинише концепт бренда и схвата његов значај;</li> <li>• Схвата шта значи позиционирање бренда;</li> <li>• Наводи карактеристике производа;</li> <li>• Разумије основне продајне услуге,</li> <li>• Схвата појам и развој новог производа;</li> <li>• Разумије концепт животног циклуса производа.</li> </ul>		
<b>Интеграција</b>				
Садржај овог модула се преклапа са садржајима из других предмета, ученик може користити раније стечена знања и знања овог модула као основу за даље школовање.				
<b>Извори</b>				
Одговарајући уџбеник из маркетинга, стручна литература и часописи, примјери из праксе, статистички подаци, ТВ емисије, подаци са интернета.				
<b>Оцјењивање</b>				
Оцјењивање се врши у складу са Законом о средњем образовању и васпитању и Правилником о оцјењивању ученика у настави и полагању испита у средњој школи. О техникама и критеријима оцјењивања ученике треба упознати на почетку изучавања модула.				