

<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: 02</b>
<b>Сврха</b>		
Изучавањем овог модула ученици се уводе у проблематику одређивања цијена производа, избора канала продаје, планирања пропаганде и пропагандне поруке, планирање пропагандних трошкова и избор медија.		
<b>Специјални захтјеви / Предуслови</b>		
За разумијевање овог модула неопходно је да ученици савладају претходни модул који даје основне појмове из маркетинга.		
<b>Циљеви</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Стицање знања о цијени као инструменту маркетинг микса, као и факторима који утичу на политику формирања и диференцирања цијена,</li> <li>• Дефинисати канале продаје (маркетинг посредници, врсте канала продаје и физичка дистрибуција),</li> <li>• Дефинисање промоције као инструмента маркетинг микса,</li> <li>• Привредна пропаганда као инструмент промотивног микса,</li> <li>• Планирање пропаганде, пропагандна порука и пропагандни медији.</li> </ul>		
<b>Теме</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Цијена</li> <li>2. Канали продаје</li> <li>3. Промоција</li> <li>4. Привредна пропаганда</li> </ol>		

Тема	Исходи учења			Смјернице за наставнике
	Знања	Вјештине	Личне компетенције	
	Ученик је способан да:			
Цијена	<ul style="list-style-type: none"><li>Разликује појам и важност цијене у маркетингу,</li><li>Разликује мјесто и значај појединих фактора који утичу на политику цијена,</li><li>Препознаје фазе процеса формулисања цијена у маркетингу,</li><li>Разликује основне методе формирања цијена,</li><li>Разумије концепт диференцирања цијена.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Разумије појам и важност цијене у маркетингу;</li><li>Објашњава мјесто и значај појединих фактора који утичу на политику цијена;</li><li>Наводи фазе процеса одређивања цијена у маркетингу,</li><li>Објашњава основне методе формирања цијена;</li><li>Врши диференцирање цијена у предузећу за вјежбу (свом виртуелном замишљеном предузећу).</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 одговорности и подјеле задатака приликом обављања одређених</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>
Канали продаје	<ul style="list-style-type: none"><li>Разликује појам канала продаје у маркетингу,</li><li>Разумије улогу и значај канала продаје у маркетингу,</li><li>Разумије основне факторе од којих зависи избор канала продаје,</li><li>Схвата значај маркетинг посредника,</li><li>Разликује трговину, агента и брокера,</li><li>Разликује директне и индиректне канале продаје,</li><li>Познаје уобичајене</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Разумије појам канала продаје у маркетингу;</li><li>Анализира основне факторе избора канала продаје;</li><li>Објасни и наброји маркетинг посреднике;</li><li>Изабере канале продаје за предузеће за вјежбу;</li><li>Упореди различите интензитете продаје;</li><li>Наводи фазе физичке дистрибуције производа.</li></ul>		

	врсте канала продаје за потрошна добра, • Разликује различите интензитете продаје, • Схвата појам физичке дистрибуције и сагледава њен значај у маркетингу.		послова; • Развијање способности планирања, организовања, припреме извјештаја, процјене, евидентирања и др.; • Подстицање упоређивања свог мишљења са мишљењем других, идентификовање и реализација друштвених и економских могућности у културној активности.	
<b>Промоција</b>	• Разликује процес комуницирања са тржиштем и његове основне елементе, • Разликује појам и улогу промоције у маркетингу, • Дефинише основне врсте инструмената промоције, • Разумије концепт интегрисаних маркетиншких комуникација, • Разликује мјесто и значај појединих инструмената промоције, • Разумије кључне карактеристике основних инструмената промоције.	• Разумије процес комуницирања са тржиштем и његове основне елементе, • Разумије појам и улогу промоције у маркетингу, • Схвата основне врсте инструмената промоције, • Објасни концепт интегрисаних маркетиншких комуникација, • Препознаје мјесто и значај појединих инструмената промоције, • Разумије кључне карактеристике основних инструмената промоције; • Објасни повезаност различитих облика промоције.		
<b>Привредна пропаганда</b>	• Дефинише појам и схвата значај привредне пропаганде, • Разумије основне врсте привредне пропаганде и на кога су оне усмјерене,	• Разумије значај привредне пропаганде; • Наводи основне врсте привредне пропаганде; • Познаје поступак и елементе планирања привредне пропаганде,		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Разликује поступак и елементе планирања привредне пропаганде,</li> <li>• Разликује основне методе планирања трошкова привредне пропаганде,</li> <li>• Разликује основне елементе пропагандне кампање,</li> <li>• Разумије значај пропагандне поруке у процесу комуницирања,</li> <li>• Познаје карактеристике основних медија привредне пропаганде,</li> <li>• Разумије механизме дјеловања привредне пропаганде,</li> <li>• Разликује методе тестирања успјешности привредне пропаганде.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Наводи основне методе планирања трошкова привредне пропаганде;</li> <li>• Објасни основне методе планирања трошкова привредне пропаганде;</li> <li>• Разумије основне елементе пропагандне кампање;</li> <li>• Схвата значај пропагандне поруке у процесу комуницирања;</li> <li>• Објасни различите облике пропагандних медија;</li> <li>• Објасни појам привредне пропаганде;</li> <li>• Разумије методе тестирања успјешности привредне пропаганде.</li> </ul>		
--	---	--	--	--

### Интеграција

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.

### Извори

Одговарајући уџбеник из маркетинга, стручна литература и часописи, примјери из праксе, статистички подаци, ТВ емисије, подаци са интернета.

### Оцјењивање

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.