

PRIPRAVA ZA IZVEDBU NASTAVNOG SATA

Škola:	Prva ekonomska škola Zagreb				
Razred:	3.a	Datum:	20.10.2020.	Redni br. sata	15.
Nastavnik/ca:	ANA GALIĆ				
Nastavni predmet:	MARKETING				
Nastavna jedinica:	Temeljna obilježja suvremenog marketinga				
Ključni pojmovi:	Društvena odgovornost marketinga, marketing opće dobrobiti, zeleni marketing, interaktivni marketing, internetski marketing, marketing odnosa, neuromarketing, osjetilni marketing, marketing osoba, marketing mjesta, etika				
Cilj nastavne jedinice	Protumačiti temeljna obilježja i oblike suvremenog marketinga				
Ishodi učenja					
kognitivni: (ishodi učenja)	- objasniti pojam društvena odgovornost marketinga - usporediti osnovne oblike suvremenog marketinga - povezati oblike suvremenog marketinga s primjerima iz stvarnog života - objasniti pojmom etika				
afektivni: (ishodi učenja)					
motorički: (ishodi učenja)					
Korelacija s nastavnim sadržajima: Društveno odgovorno poslovanje, Marketing usluga					
Međupredmetne teme: GOO C.5.3., UKU A.4/5.4., POD A.5.1., IKT C.5.2.					
AKTIVNE METODE POUČAVANJA I SUVREMENE METODIČKE STRATEGIJE					SOCIJALNI OBLICI RADA
VERBALNE:	monološka metoda, dijaloška metoda				frontalni rad, individualni rad, rad u paru
VIZUALNA:	dokumentacijska metoda (rad s udžbenikom) rad s posebno izrađenim informativnim materijalima				
PRAKSEOLOŠKE:					
METODE AKTIVNOG UČENJA	suradničko istraživanje				
METODA UČENJA STVARANJEM	metoda slagalice				
APERSONALNI MEDIJI	izvorna stvarnost (terenska nastava):				
	nastavna sredstva: fotografije udžbenici, Internet, nastavni listovi				
	nastavna pomagala: školska (bijela) ploča, flomaster, mobiteli, LCD projektor, prijenosno računalo				

PRAĆENJE I OCJENJIVANJE ISHODA	<i>oblici</i>	rješavanje teoretskih zadataka, prepoznavanje stručnih pojmova, radni listovi
	<i>elementi</i>	
	<i>kriteriji</i>	prema Bloomovoj taksonomiji: znanje, razumijevanje, primjena, analiza
LITERATURA	ZA NASTAVNIKE	Čižmek Vujnović, O. i dr. 2020. <i>Marketing 3.</i> udžbenik u trećem razredu srednje strukovne škole za zanimanje ekonomistica/ ekonomist. str. 35.-40. Kotler, Ph, Wong, V., Saunders, J., Armstrong, G. 2007. <i>Osnove marketinga.</i> MATE. Zagreb. Kotler, Ph., & Keller, L. K. 2008. <i>Upravljanje marketingom.</i> 12. Izdanje. MATE. Zagreb Matijević, M., Radovanović, D. 2011. <i>Nastava usmjerena na učenika.</i> Školske novine. Zagreb.
	ZA UČENIKE	Čižmek Vujnović, O. i dr. 2020. <i>Marketing 3.</i> udžbenik u trećem razredu srednje strukovne škole za zanimanje ekonomistica/ ekonomist. str. 35.-40.

Prijedlog artikulacije nastavnog sata

ETAPA SATA	SADRŽAJ RADA (ARTIKULACIJA)	AKTIVNOSTI ZA UČENIKE	TRAJANJE MIKROARTIKULACIJA
UVODNI DIO	<i>UVOD</i> Nastavnik pozdravlja učenike i Ispitno povjerenstvo te upisuje nastavnu jedinicu i odsutne učenike.	Dežurni učenici izvještavaju o učenicima koji nisu prisutni na nastavnom satu.	5
	<i>MOTIVACIJA</i> Nastavnik dijeli učenike u parove (parovi su formirani po rasporedu sjedenja a zadatak određen sukladno izvučenim karticama jednog člana) i daje im upute.	Učenici slušaju i izvlače kartice.	
	<i>IZNOŠENJE PLANA</i> Nastavnik na ploču zapisuje temu današnjeg nastavnog sata – <i>TEMELJNA OBILJEŽJA SUVREMENOG MARKETINGA.</i> Ističe da je cilj današnjeg sata protumačiti temeljna obilježja i oblike suvremenog marketinga.	Učenici slušaju i zapisuju nastavnu jedinicu.	

SREDIŠNJI DIO	<i>SPOZNAJA NOVIH SADRŽAJA</i> Nastavnik daje upute za sljedeći zadatak. Učenici moraju individualno pročitati tekst nastavne jedinice 35.-40. Potom je potrebno u parovima objasniti i zapisati rješenje zadatka (MPT OSR, MPT UKU). Nastavnica upoznaje učenike s međupredmetnom temom osobni i socijalni razvoj i govori im kako trebaju preuzeti odgovornost za izvršenje zadatka i aktivno pridonijeti svojim sudjelovanjem. Također ih upoznaje s međupredmetnom temom učiti kako učiti te i pojašnjava da ista omogućuje razvijanje znanja i vještina o upravljanju vlastitim učenjem. Predviđeno vrijeme za ovu aktivnost je 5 minuta. Nastavnik obilazi učenike, nadgleda njihov rad i po potrebi korigira greške. Po završetku aktivnosti stariji član u paru prezentira odgovore. Vrijeme predviđeno za prezentiranje je 1 minuta po paru. Nakon učeničkog izlaganja ostali učenici komentiraju i nadopunjavaju odgovore.	Učenici pažljivo slušaju upute. Rad u paru Učenici čitaju tekst iz udžbenika na strani 35.-40., zapisuju bilješke. Nakon završene aktivnosti jedan član prezentira odgovore.	25
	<i>PONAVLJANJE NOVIH SADRŽAJA</i> Nastavnik dijeli učenicima zadatak za ponavljanje novih sadržaja. Za zadanu definiciju učenici trebaju prepoznati pojmove te ih upisati na odgovarajuće mjesto u križaljci. Vrijeme predviđeno za pripremu ovih odgovora je maksimalno 5 minuta. Nakon što su završili učenici se zamjenjuju za svoje	Individualan rad - prema zadanoj definiciji učenici trebaju prepoznati pojmove te ih upisati	

	radove te nastavnik proziva 8 učenika da pročitaju odgovore, komentira zajedno s ostalim učenicima u razredu, te potvrđuje njihovu točnost. Učenici kontroliraju radove svojih kolega. Ta aktivnost traje 3 minute.	na odgovarajuće mjesto u križaljci.	
ZAVRŠNI DIO	<i>VRJEDNOVANJE</i> Nastavnik parovima dijeli radne listove na kojima se nalaze fotografije koje moraju povezati s pripadajućim oblikom marketinga te svoj odgovor argumentirati. Vrijeme predviđeno za ovu aktivnost je 2 minute. Nakon završene aktivnosti nastavnik poziva 12 učenika da prezentiraju odgovore, ostali učenici slušaju. Vrijeme predviđeno za ovu aktivnost je 6 minuta.	Pad u paru- prepoznati i argumentirati oblik marketinga.	10
	<i>ZADAVANJE DOMAĆE ZADAĆE (zadaci i upute za samostalni rad)</i> Učenici će odgovoriti na pitanja na kraju nastavne jedinice str. 40.		
	<i>ZAVRŠNI DIO</i> Nastavnik najavljuje sljedeću nastavnu jedinicu <i>Marketinški proces</i> i pozdravlja se s učenicima.		

TEMELJNA OBILJEŽJA SUVREMENOG MARKETINGA

- društvena odgovornost marketinga
- marketing opće dobrobiti
- zeleni marketing
- marketing usluga
- interaktivni marketing
- internetski marketing
- marketing odnosa
- neuromarketing
- osjetilni marketing
- marketing osoba
- marketing mjesta
- etika

*Prilog broj 1**

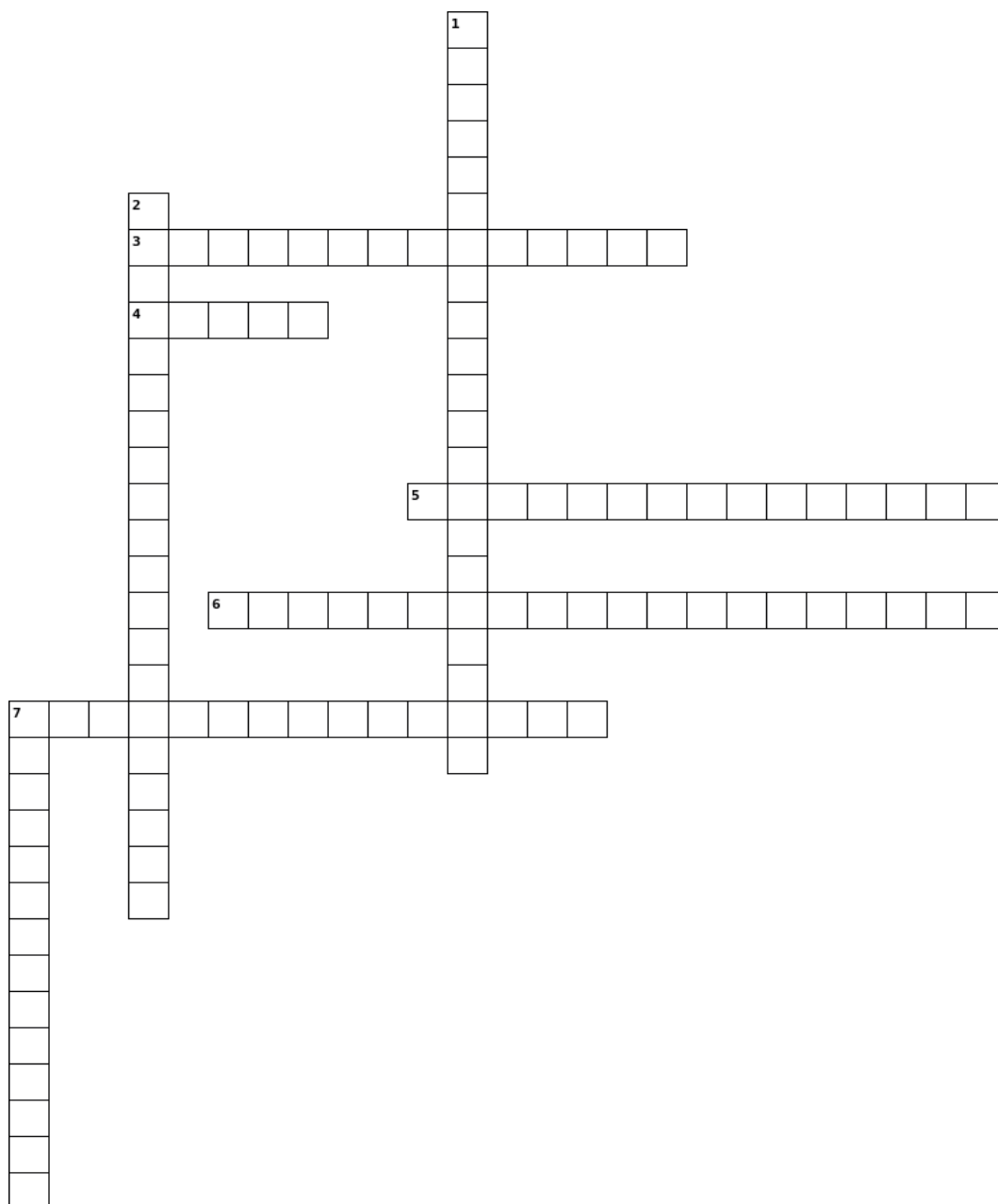
Kartice sa zadacima za rad u paru

<i>DRUŠTVENA ODGOVORNOST MARKETINGA</i>	<i>MARTKETING OPĆE DOBITI</i>	<i>ZELENI MARKETING</i>
<i>MARKETING USLUGA</i>	<i>MARKETING OSOBA</i>	<i>MARKETING ODNOSA</i>
<i>INTERAKTIVNI MARKETING</i>	<i>INTERNETSKI MARKETING</i>	<i>NEUROMARKETING</i>
<i>OSJETILNI MARKETING</i>	<i>MARKETING I ETIKA</i>	<i>MARKETING MJESTA</i>

*Ispis u dva primjerka**

*Prilog broj 2**

1. Obilježje koje omogućuje organizacijama zasebno komunicirati s pojedinim potrošačem
2. Korištenje interneta za provođenje marketinških aktivnosti i ostvarivanje marketinških ciljeva
7. Obilježje marketinga u kojem slavne osobe promoviraju različite proizvode ili usluge
3. Obilježje koje je povezano s činjenicom da potrošač većinu odluka donosi nesvjesno i neracionalno
4. Znanost o moralu koja se bavi onim što je prihvatljivo ili neprihvatljivo
5. Obilježje marketinga koji čini 60% ukupne svjetske razmjene
6. Aktivnosti poslovnih organizacija koje nisu usmjerene samo na zadovoljenje potreba i želja potrošača te ostvarivanja dobiti, nego su usmjerene na zadovoljenje potreba i želja društva u cjelini
7. Obilježje koje nudi ne samo proizvod nego i rješenje problema



*Ispis 25 primjeraka**

Radni list broj 1

Prepoznati i argumentirati primjer oblika suvremenog marketinga
(Vrijeme predviđeno za ovu aktivnost je 5 minuta)



Radni list broj 2

Prepoznati i argumentirati primjer oblika suvremenog marketinga

(Vrijeme predviđeno za ovu aktivnost je 5 minuta)



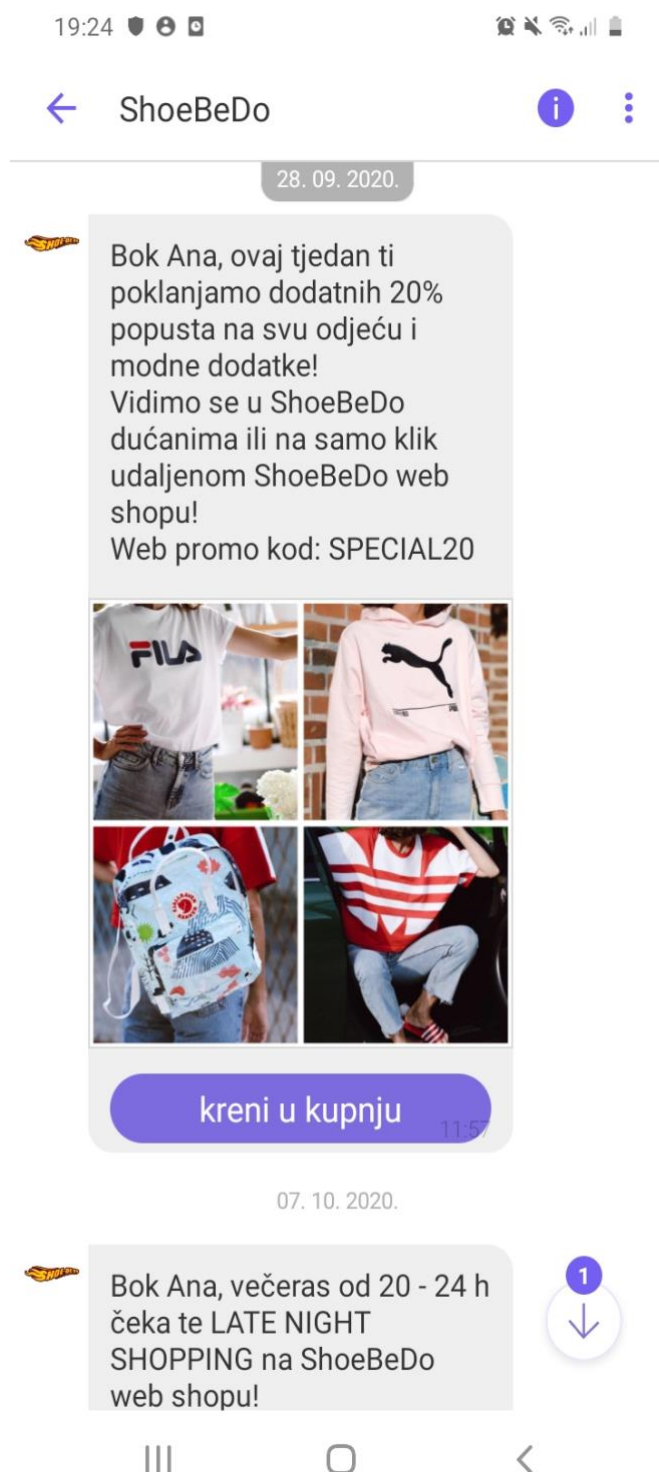
Radni list broj 3

Prepoznati i argumentirati primjer oblika suvremenog marketinga
(Vrijeme predviđeno za ovu aktivnost je 5 minuta)



Radni list broj 4

Prepoznati i argumentirati primjer oblika suvremenog marketinga
(Vrijeme predviđeno za ovu aktivnost je 5 minuta)



Radni list broj 5

Prepoznati i argumentirati primjer oblika suvremenog marketinga
(Vrijeme predviđeno za ovu aktivnost je 5 minuta)



Radni list broj 6

Prepoznati i argumentirati primjer oblika suvremenog marketinga
(Vrijeme predviđeno za ovu aktivnost je 5 minuta)



Radni list broj 7

Prepoznati i argumentirati primjer oblika suvremenog marketinga
(Vrijeme predviđeno za ovu aktivnost je 5 minuta)



BREYER
DENTALNA POLIKLINIKA

... jer Vi zaslužujete
najbolje!

www.poliklinika-breyer.hr

Radni list broj 8

Prepoznati i argumentirati primjer oblika suvremenog marketinga
(Vrijeme predviđeno za ovu aktivnost je 5 minuta)



Radni list broj 9

Prepoznati i argumentirati primjer oblika suvremenog marketinga
(Vrijeme predviđeno za ovu aktivnost je 5 minuta)



The Wonderful Everyday is coming
IKEA Sheffield opens 28th September

BRUSALI
shoe cabinet
£55

IKEA

THE WONDERFUL EVERYDAY

Radni list broj 10

Prepoznati i argumentirati primjer oblika suvremenog marketinga
(Vrijeme predviđeno za ovu aktivnost je 5 minuta)



Radni list broj 11

Prepoznati i argumentirati primjer oblika suvremenog marketinga
(Vrijeme predviđeno za ovu aktivnost je 5 minuta)



Radni list broj 12

Prepoznati i argumentirati primjer oblika suvremenog marketinga
(Vrijeme predviđeno za ovu aktivnost je 5 minuta)



*Ispis fotografija u dva primjerka**