

PRIPRVA ZA IZVEDBU NASTAVNOG SATA

Škola:					
Razred:		Datum:		Redni br. sata	
Nastavnik/ca:					
Nastavni predmet:	TRGOVINSKO POSLOVANJE 2		Nastavna cjelina:	MARKETING	
Nastavna jedinica:	Prodajna cijena				
Ključni pojmovi:	Cijena, proizvod, popust				
Cilj nastavne jedinice	Definirati cijenu				
Ishodi učenja					
kognitivni: (ishodi učenja)	- Definiraj cijenu - Ponoviti pojam tržišta - Nabroji najčešće strategije koje se koriste pri izlasku novoga proizvoda				
afektivni:(ishodi učenja)	- Aktivno izvršavati zadatak - Slušati upute za rad				
motorički:(ishodi učenja)	- Pisanje u bilježnicu				
Korelacija s nastavnim sadržajima:					
AKTIVNE METODE POUČAVANJA I SUVREMENE METODIČKE STRATEGIJE					SOCIJALNI OBLICI RADA
VERBALNE:	monološka metoda, dijaloška metoda				frontalni rad, individualni rad, rad u paru, rad u skupinama/grupni rad, timski rad
VIZUALNA:	metoda demonstracije (crtanje, pisanje, demonstracija rada), dokumentacijska metoda (rad s udžbenikom, rad s pomoćnom literaturom, rad s posebno izrađenim informativnim materijalima)				
PRAKSEOLOŠKE:	metoda samostalnog promatranja objekata, procesa i pojava; posjete				
METODE AKTIVNOG UČENJA	suradničko istraživanje, simulacija, igranje uloga, izrada referata, izrada PowerPoint prezentacija, metoda slučaja, usmjereno čitanje i rad na tekstu, INSERT metoda, 5 min sastav, listić točno/netočne rečenice, metoda vruće olovke,				
METODA UČENJA STVARANJEM	oluja mozgova (brainstorming), zapisivanje misli (brainwriting), radionica (workshop) i metoda slagalice,				
APERSONALNI MEDIJI	Izvorna stvarnost (terenska nastava) - posjeti organizacijama, sajmovima, poslovnica, ustanovama, društvima u lokalnom okruženju i šire ...				
	Nastavna sredstva: crteži, slike, knjige, udžbenici, priručnici, TV emisije, plakati, prozirnice, tiskalice, mediji - novine i časopisi, Internet, TV, radna bilježnica				
	Nastavna pomagala: školska ploča, kreda, računalo, pisač, LCD projektor, grafoskop, flip chart ...				
PRAĆENJE I OCJENJIVANJE ISHODA	oblici	usmena provjera, pisana provjera (rješavanje teoretskih i praktičnih zadataka, prepoznavanje stručnih pojmova) praktičan rad (domaći uradak, seminarski rad, radna mapa s individualnim zadacima za vježbu,			
	elementi	stručno teorijski predmeti: usvojenost sadržaja, primjena sadržaja i suradnja u nastavnom procesu			
	kriteriji	prema Bloomovoj taksonomiji: znanje, razumijevanje, primjena, analiza, vrednovanje, sinteza (npr. povezati razinu znanja s razinom ishoda učenja kojeg učenici ostvaruju)			
LITERATURA	ZA NASTAVNIKE	udžbenici, priručnici, pomoćna nastavna sredstva, dokumenti i linkovi			
	ZA UČENIKE	Hruškar, Brajnović, Petrović, Liebl, Brčić-Stipčević: Trgovačko poslovanje 2, Školska knjiga, Zagreb			

ARTIKULACIJA NASTAVNOG SATA

ETAPA SATA	SADRŽAJ RADA (ARTIKULACIJA)	AKTIVNOSTI ZA UČENIKE	TRAJANJE MIKROARTIKULACIJA
UVODNI DIO	UVOD Pozdravljam učenike, upisujem nastavni sat te izostanke učenika.	npr: izlaganje, razgovor, postavljanje pitanja, iznošenje asocijacija, odgovaranje na pitanja, pisanje zaključivanje, čitanje	5 min
	MOTIVACIJA Zamolim učenike da otvore svoje bilježnice i pomoću metode vruće olovke pišu sve što ih asocira na cijenu , što je, gdje se nalazi, za što služi itd. Vrijeme: 3 min		
	IZNOŠENJE PLANA Današnja nastavna jedinica : prodajna cijena Cilj: Definirati cijenu		
SREDIŠNJI DIO	SPOZNAJA NOVIH SADRŽAJA Dijelim učenicima listić sa točno netočnim rečenicama, svaki učenik individualno zaokružuje tvrdnje. Zamolim učenike da uzmu svoje udžbenike i na stranici 47- 49 krenu sa čitanjem teksta INSERT metodom. Te se vraćaju na listić sa točno netočnim rečenicama ponovo ih zaokružuju te provjere svatko sa svojim parom odgovore. Nakon provjere u paru zamolim učenike da krenu sa čitanjem na glas rečenica kako bi iz kontrolirali svi zajedno. Učenici lijepe listić u bilježnicu.	npr: izlaganje, razgovor , postavljanje pitanja, iznošenje asocijacija, odgovaranje na pitanja, pisanje zaključivanje, čitanje, lijepljenje listića u bilježnicu	30 min
	PONAVLJANJE NOVIH SADRŽAJA Kao ponavljanje na stranici 49. u udžbeniku nalaze se pitanja na koja će učenici odgovoriti. Učenici u paru pišu odgovore u svoju bilježnicu. Jedan učenika čita odgovore.		
ZAVRŠNI DIO	VRJEDNOVANJE Kao ishod vrednovanja učenici pišu sastav o današnjoj nastavnoj jedinici bez udžbenika kao provjeru koliko su naučili na satu. Učenici čitaju.	Pisanje sastava	10 min
	ZADAVANJE DOMAĆE ZADAĆE (zadaci i upute za samostalni rad)		
	ZAVRŠNI DIO Nova nastavna jedinica : Prodaja i distribucija		
Plan ploče: Prodajna cijena ili P2			
PLAN PLOČE, POPIS SLAJDOVA, PROZIRNICA, RADNIH LISTOVA			

Prilog 1. Zaokružiti točno/netočne rečenice (popunjavaju učenici)

Prodajna cijena ili P2

- T N Cijena možemo definirati i kao količinu novca koju su kupci u određenome trenutku i na određenome mjestu spremni dati kao nadoknadu za određene proizvode i usluge.
- T N Cijenom svojih proizvoda i usluga prodavač želi pokriti svoje troškove
- T N Na cijenu bilo kojeg proizvoda i usluge ne utječe njihova korisnost i vrijednost
- T N Cijena ne mora pratiti konkurenciju na tržištu i prilagođavati joj se.
- T N Svaki proizvod ili usluga određene kvalitete na tržištu se mogu prodavati po različitim cijenama. Popusti se mogu odobravati trgovini ili kupcu.
- T N Trgovački popusti imaju cilj potaknuti trgovca na što veću prodaju određenog proizvoda ili usluge.
- T N Strategija penetracijske cijene - proizvod dolazi s relativno niskom cijenom kojom se pokušava obeshrabriti konkurenciju, a onda se cijena postupno podiže.
- T N Strategija obiranja vrhnja - proizvod dolazi sa najmanjom mogućom cijenom na

Prilog 2. rješenja točno/netočnih rečenica:

Prodajna cijena ili P2

- T** N Cijena možemo definirati i kao količinu novca koju su kupci u određenome trenutku i na određenome mjestu spremni dati kao nadoknadu za određene proizvode i usluge.
- T** N Cijenom svojih proizvoda i usluga prodavač želi pokriti svoje troškove
- T **N** Na cijenu bilo kojeg proizvoda i usluge ne utječe njihova korisnost i vrijednost
- T **N** Cijena ne mora pratiti konkurenciju na tržištu i prilagođavati joj se.
- T** N Svaki proizvod ili usluga određene kvalitete na tržištu se mogu prodavati po različitim cijenama. Popusti se mogu odobravati trgovini ili kupcu.
- T** N Trgovački popusti imaju cilj potaknuti trgovca na što veću prodaju određenog proizvoda ili usluge.
- T** N Strategija penetracijske cijene - proizvod dolazi s relativno niskom cijenom kojom se pokušava obeshrabriti konkurenciju, a onda se cijena postupno podiže.
- T** N Strategija obiranja vrhnja - proizvod dolazi sa najmanjom mogućom cijenom na tržište.