**Tema: Noțiuni generale de marketing**

***Unitatea de învăţare****: Marketingul în contextul pieței*

***Finalitate modulară: Utilizează conceptul de marketing în promovarea afacerii***

***Timp alocat:*** *90 min*

**Obiective operaţionale:** *La sfîrşitul activităţii didactice elevii vor fi capabili:*

1.Să explice conceptul de MARKETING din perspective unui antreprenor.

2.Să caracterizeze funcţiile marketingului la lansarea unui nou produs.

3.Să argumenteze necesitatea utilizării tuturor componentelor mixului de marketing pentru succesul propriei afaceri.

**Tehnologie didactică:**

***Metode:* Eseu în 5 minute; GPP; Studiul de caz; Metoda PRES; Prezentare PPT; Problematizare**

***Forme de organizare a activităţii*:** *Activitate frontală; activitate în perechi; activitate individuală; activitate în grup.*

***Resurse didactice***:PPT; Fişa cu studiul de caz ““Lansarea atelierului de reparaţie a hainelor”; proiector digital; calculator.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Etapele***  ***activității*** | ***Obiective*** | ***Demers acțional*** | ***Timp*** | ***Tehnologie***  ***didactică*** |
| ***Evocare***  ***16 min*** |  | Organizarea grupei.  Notarea absenţelor.  SARCINA: *Pornind de la afirmaţia ”Clientul are intotdeauna dreptate”, individual timp de 5 minute scrieţi un mic eseu la acest subiect.*  *In perechi discutaţi 2-3 minute asupra eseelor scrise şi citiţi cea mai reuşita variantă.*  Prezentarea eseelor | 3  2  5  3  3 | **Eseu în 5 minute**  **GPP\** Ac*tivitate individuală și în perechi* |
| ***Realizarea sensului***  ***45 min*** | **O1**  **O2** | Profesorul prin prelegere insoţită de prezentare Power –point, explică elevilor noţiunea de marketing şi obiectivele de marketing.  Pe parcursul mini-prelegerii elevii notează în caiet cuvintele cheie a temei, conceptele marketingului.  SARCINA: *Inchipuiţi-va că sînteţi un antreprenor. De ce aţi avea nevoie de cunoştinţe despre marketing?*  Explicarea functiilor marketingului  Elevii sint imparţiţi în 4 echipe. Se distribuie fişele cu Studiul de caz: “Lansarea atelierului de reparaţie a hainelor”  SARCINA: *Utilizind schema dată, propuneţi cite o acţiune pentu fiecare funcţie a marketingului pe care trebuie s-o întreprindă Anişoara pentru a lansa afacerea.*  Prezentările elevilor  Explicarea prin prezentare Power Point a mixul de marketing şi cei 4C.  Elevii notează in caiete elementele şi componentele de baza a mixului de marketing şi cei 4C. | 5  5  10  3  10  7  5 | **Prelege cu**  **prezentare Power Point**  **Problematizare\ Discuţii dirijate\** A*ctivitate frontală*  **Explicaţie în baza P.P.T**  **Studiu de caz\** *activitate în* *grup*\fişa cu studiul de caz“Lansarea atelierului de reparaţie a hainelor”  **Prezentare P.P.P** |
| ***Reflecție***  ***26 min*** | **O3** | SARCINA: *Argumentaţi necesitatea utilizării tuturor componentelor mixului de marketing pentru succesul propriei afaceri, prin metoda PRES.*  Profesorul explică algoritmul de prezentare a metodei PRES:  ***P- exprimaţi părerea.***  ***R- formulaţi un raţionament(explicînd opinia proprie).***  ***E-exemplu.***  ***S- elaboraţi un sumar al ideii propuse***  Elevii prezintă argumentele formulate  Analiza lecţiei şi notarea elevilor | 10  14  2 | **Metoda PRES***\*  *Activitate în perechi \* P.P.P  **Prezentare** *\Activitate frontală* |
| ***Extindere***  ***3 min*** |  | SARCINA: Explicaţi corelaţia celor 4P si cei 4C. | 3 | **Problematizarea\***Activitate individual \*caietul de sarcini |

**STUDIUL DE CAZ: “Lansarea atelierului de reparaţie a hainelor”**

**Anişoara vrea să deschidă în oraşul Floreşti un mic atelier pentru reparaţia hainelor. Atelierul va fi amplasat în apropierea pieţei centrale din oraş.**