**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 | 32533 | **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 marketinguluiElevii 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 elevilorExplicarea 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. | 551031075 | **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 formulateAnaliza lecţiei şi notarea elevilor | 10142 | **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.**