**Tema: Piața și clienții**

***Unitatea de învăţare*** *: Marketingul afacerii.*

***Finalitate modulară:*** *Evaluează produsul/serviciul propus în corespundere cu cerințele existente pe piață.*

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

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

1. Să caracterizeze conceptul de piață și elementele ei.

2. Să calculeze mărimea pieței și cota afacerii pe piață.

3. Să argumenteze comportamentul consumatorului pe piață.

**Tehnologie didactică:**

***Metode:****Termeni în avans, Lectură intensivă, Harta de idei, Studiu de caz, R.A.I.*

***Forme de organizare a activităţii*:**  Activitate în grup, Activitate individual, Activitate frontală.

***Resurse didactice***: *Fișe, foi de hîrtie A4, flipchart, foi pentru flip chart, bol, minge.*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Etapele***  ***activității*** | ***Obiective*** | ***Demers acțional*** | ***Timp*** | ***Tehnologie***  ***didactică*** |
| ***Evocare*** |  | * Rapartizarea elevilor în echipe * Acroșarea termenilor pe flipchart   **Sarcină:** Folosind cuvintele afișate pe flipchart, timp de 5 min., formulați o posibilă definiție a pieței, lucrînd în grup. (ansamblul , persoane fizice, persoane juridice participă la un schimb, satisface , nevoie și dorințe.)   * Prezentările echipelor * Verificarea noțiunii ***pieței*** din dicționar. **(Piața** –cuprinde ansamblul de persoane fizice și juridice capabile să participe la un schimb care să le satisfacă o anumită nevoie sau dorință.) * *Anunțarea temei:* ,,Piața și clienții,, | 5min    5min | **Termeni în avans**  **/** *Activitate în grup/*  Fișa ,,Termeni”  (1exemplar)  Foi A4 |
| ***Realizarea sensului*** | O1  O2 | * Repartizăm echipelor: Fișa Text ,,Piața și clienții,, și Fișa ,,Harta de idei,,   **Sarcină:** Citiți textul și selectați noțiunile importante .  **Sarcină:** Discutați în grup noțiunile selectate și completați o hartă de idei după modelul dat.   * Prezentările echipelor * Se va afișa *Harta de idei model* pentru completarea hărților elaborate de elevi   **Sarcină:** Revizuiți hărțile de idei personale folosindu-vă de harta model   * Repartizăm elevilor Fișa Studiu de caz Brutăria ,,Colăcel,,   **Sarcină**: Citiți ,,Studiul de caz,, și rezolvați exercițiile propuse:   1. Calculați mărimea pieței 2. Calculați cota fiecărei afaceri pe piață  * Prezentările echipelor * Profesorul va completa răspunsurile pe parcursul prezentărilor | 5min  10min  10 min  5 min  15 min  10 min | **Lectură intensivă/**  *Activitate individuală/ Activitate în grup/*  Fișa: Text ,,Piața și clienții,, (30exemplare)  **Harta de idei/**  *Activitate în grup* / Fișa ,,Harta de idei,, (5exemplare)  ***Studiu de caz/***  Fișa,, Studiu de caz Brutăria Colăcel  (5 exemplare) |
| ***Reflecție*** | O3 | * Profesorul va pregăti un set de întrebări cu privire la comportamentul consumatorului pe piață (vezi fișa ,,Întrebări”) * Întrebările secționate vor fi puse într-un bol din care elevii le vor extrage la momentul primirii mingii. * După răspuns, elevul va arunca mingea altui coleg care îi va aprecia răspunsul și va extrage altă întrebare. * Runda se va dsfășura pînă cînd se vor epuiza toate întrebările. * Profesorul va face o generalizare a comportamentului consumatorului pe piață . | 20min | **R. A.I/**  Activitate frontală  /Fișa ”Set de întrebări”/ Minge/ Bol |
| ***Extindere*** |  | Sarcină : Lucrarea 4.2, pag.54 din Caietul de sarcini pentru elevi | 1 min | Lucru individual |

**Fișa ” Termeni„**

ANSAMBLUL / PERSOANE FIZICE/ PERSOANE JURIDICE PARTICIPĂ LA UN SCHIMB/

SATISFACE /

NEVOIE ȘI DORINȚĂ

**PIAȚA**

**Fișa „Definiția PIEȚII”**

**Piața** –cuprinde ansamblul de persoane fizice și juridice capabile să participe la un schimb care să le satisfacă o anumită nevoie sau dorință.

**Piața** –cuprinde ansamblul de persoane fizice și juridice capabile să participe la un schimb care să le satisfacă o anumită nevoie sau dorință.

**Piața** –cuprinde ansamblul de persoane fizice și juridice capabile să participe la un schimb care să le satisfacă o anumită nevoie sau dorință.

**Piața** –cuprinde ansamblul de persoane fizice și juridice capabile să participe la un schimb care să le satisfacă o anumită nevoie sau dorință.

**Piața** –cuprinde ansamblul de persoane fizice și juridice capabile să participe la un schimb care să le satisfacă o anumită nevoie sau dorință.

**Fișa : Text ,,Piața și clienții,,**

**Piaţa** are loc în următoarele condiții: existenţa unei nevoi sau dorinţe clar definite; existenţa unei cereri; existenţa unei oferte capabile să satisfacă nevoia manifestată; existenţa preţului produsului sau serviciului care face obiectul tranzacţiei.

Elementele pieţii sunt următoarele:

* ***Cererea*** - este necesitatea de bunuri şi servicii pe piaţă.
* ***Oferta*** - masa de bunuri care au fost vândute, sunt sau pot fi livrate pe piaţă.

***Preţul*** - aceasta este expresia monetară a valorii mărfurilor.

Mărimea pieţei reprezintă volumul maxim de vînzare care poate fi obţinut.

Unde,

Q - mărimea pieţei,

n - numărul total de cumpărători ai produsului dat,

q - consumul la un cumpărător,

p - preţul uni produs.

Cota întreprinderii din piaţă - reprezintă raportul dintre numărul clienţilor, cifra de afaceri, sau cantitatea produselor realizate de întreprindere şi mărimea pieţei

Unde,

Cp - cota întreprinderii pe piață,

q - numărul clienţilor sau cifra de afaceri a întreprinderii,

Q - mărimea pieţei

Altă definiţie ar fi - Cota de piaţă este ponderea pe care o deţine o întreprindere în piaţa efectivă (reală) sau potenţială a unui produs, la un moment dat (numărul de clienţi / procentul din numărul total al consumatorilor actuali sau potenţiali ai unui produs, care revine întreprinderii). Deseori, termenul „cota de piaţă"se foloseşte cu sensul de cotă de vînzări.

Corelarea dintre elementele de bază ale pieţei:

*Cerere* mare, *ofertă* mică, preţ mare;

Ofertă mare, cerere mică, preţ mare;

Ofertă mare, cerere mare, preţ mic;

Ofertă mică, cerere mică, preţ mic.

***Clienţii şi nevoile lor***

Schimbarea nevoilor consumatorului este influenţată de: *creşterea veniturilor; creşterea aşteptărilor faţă de produs/serviciu; îmbunătăţirea nivelului social, de educaţie; schimbarea normelor sociale şi a tradiţiilor; tendinţele modei.*

Schimbările nevoilor şi dorinţelor consumatorului influenţează vînzarea produsului/serviciului, de aceea antreprenorul trebuie să fie mereu la curent cu tendinţele de modificare a acestora pentru a elabora măsuri de adaptare a produsului / serviciului la acestea.

***Comportamentul consumatorilor***

Comportamentul consumatorilor în legătură cu decizia de cumpărare trece printr-o analiză din 5 pași:

Recunoaşterea problemei

Sentimente

post-cumpărare

Decizia de

cumpărare

Evaluarea

alternativelor

Căutarea

informaţiei

Factorii care influenţează comportamentul consumatorului:

1. *personali:* vîrsta, ocupaţia, stilul de viaţă, situaţia economică, personalita­tea şi concepţia despre sine;
2. *comerciali:* publicitate, reprezentanţi, distribuitori, ambalaje;
3. *sociali:* familia, prieteni, vecini, cunoscuţi, mass-media, teste comparative realizate, revistele sau asociaţiile consumatorilor;
4. *de experienţă*: examinare, manipulare, consumul sau utilizarea produsului.

Fișa „ Harta de idei ”

**Fișa „ Harta de idei ” (MODEL)**

*CERERE*

**MARE**

**MICĂ**

***COTA AFACERII PE PIAȚĂ***

**NUMĂRUL TOTAL DE CONSUMATORI AL PRODUSULUI**

**CONSUMUL LA UN CUPĂRĂTOR**

**MĂRIMEA PIEȚII**

**Numărul clienților sau cifra de afaceri**

**PREȚUL UNUI PRODUS**

**MARE**

**MIJLOCIU**

**MIC**

***PREȚ***

***MĂRIMEA PIEȚII***

***OFERTĂ***

**MICĂ**

**MARE**

**Fișa: Studiu de caz ,,** Brutăria ,,Colăcel,,

În satul Borogani, cu o populație de 5000 localnici, activează 3 antreprenori care produc și comercializează colaci.

Zilnic, 100 de locuitori cumpără cîte 4 colaci. Doamna Maria coace și vinde de acasă cîte 50 colaci pe zi, la prețul de 4lei. Brutăria ,,Colăcel,, coace și vinde cîte 150 colaci pe zi, la prețul de 5lei. La magazinul din sat se vînd zilnic cîte 200 colaci la prețul de 10lei fiecare.

Prețul mediu la un colac vîndut în Borogani este de 7,40lei .

Sarcină:

1. *Calculați mărimea pieței*
2. *Calculați cota fiecărei afaceri pe piață*

**Fișa: ,,Întrebări la metoda R.A.I.”**

1. Cînd apare necesitatea consumatorului de a face cumpărături?
2. Atunci cînd merge la piață, consumatorul cumpără produse ieftine sau scumpe?
3. Consumatorul va negocia prețul?
4. Cum află consumatorul despre ofertele existente pe piață?
5. Cum decide consumatorul să cumpere un produs?
6. Ce-l determină pe consumator să scoată banii din buzunar pentru a cumpăra acest produs?
7. Ce-l determină pe consumator să revină în acest magazin sau să cumpere a doua oară acest produs?
8. Ești elevul norocos!!! Ai onoarea să adresezi o întrebare proprie cu privire la comportamentul consumatorului.
9. Cum va fi prețul produsului, dacă cererea pe piață va fi mare?
10. Unde se întîlnesc cererea cu oferta?