

STREDNÁ ODBORNÁ ŠKOLA POLYGRAFICKÁ
Račianska 190, 835 26 Bratislava



Učebné osnovy

Marketing a propagácia

Názov a adresa školy	Stredná odborná škola polygrafická Račianska 190, 835 26 Bratislava
Názov školského vzdelávacieho programu	DIZAJNÉR MÉDIÍ
Kód a názov ŠVP	34 POLYGRAFIA A MÉDIÁ č. 2013-762/1862:14-925
Kód a názov študijného odboru	3431 M 02 - polygrafia, grafika tlačovín
Stupeň vzdelania	úplné stredné odborné vzdelanie – ISCED 3A
Dĺžka štúdia	4 roky
Forma štúdia	denná
Vyučovaci jazyk	slovenský
Druh školy	štátna
Dátum schválenia ŠKVP	27. august 2013
Miesto vydania	SOŠ polygrafická, Račianska 190, Bratislava
Platnosť ŠKVP	1. september 2013 začínajúc prvým ročníkom
Dátum schválenia revidovania ŠKVP	25. jún 2018 s platnosťou od 1.9.2018
Platnosť revidovania ŠKVP	1. september 2018 začínajúc prvým ročníkom

Ing. Földesová Judita
zástupkyňa riaditeľa pre TV

Mgr. art. Molnárová Barbora
predsedníčka vzdelávacej oblasti
odborného vzdelávania – teoretické vzdelávanie

Ing. Šíp Roman, PhD.
riaditeľ školy

Charakteristika predmetu

Obsah výučby vychádza zo vzdelávacej oblasti „Teoretické vzdelávanie ŠVP odbory s praxou“, ktorú sme uplatnili pri tvorbe vyučovacieho predmetu. Výučba predmetu Marketing a propagácia (MAP) je orientovaná do 3. a 4. ročníka štúdia.

Odborný predmet MAP v študijnom odbore polygrafia, je jedným z profilových odborných predmetov. Obsahovo spolu s odbornými polygrafickými predmetmi tvorí základ, na ktorý budú nadväzovať ostatné odborné predmety ako, ekonomika, ekonomická prax, a ďalšie.

Sprístupňuje žiakom základné pojmy, kategórie a vzťahy z makroekonomiky, vnútorného a zahraničného obchodu, platobného styku a oboznamuje ich so zákonitosťami fungovania trhového mechanizmu v rámci trhovej ekonomiky.

Obsahová náplň učiva je zameraná najmä na podnikovú úroveň, t.j. mikroekonomiku. Od cieľa marketingu, podstatu marketingu a jeho vývoja až po jednotlivé činnosti marketingového útvaru v podniku. Poskytuje základné vedomosti o marketingu a zároveň, že na marketing majú nárok aj zákazníci. Učivo v 3 ročníku je zamerané na marketingové nástroje a to produkt, cena, distribúcia, komunikácia a cieľové segmenty trhu. V časti produkt sa budeme zaoberať podstatou, klasifikáciou a spôsobom akým rozhodujú manažéri o jeho vlastnostiach, sortimente, značkách a vývoji nových produktov. Pri cene sa zameriame na správne stanovenie ceny pre výrobcu a spôsobe tvorby ceny. Distribúcia je ďalším nástrojom marketingu. t.j. ako sa dostane výrobok od výrobcu ku konečnému spotrebiteľovi. Komunikácia uzatvára učivo 3. ročníka. Pozostáva z reklamy, podpory predaja a práce s verejnosťou. V 4. ročníku je cieľom učiva oboznámiť sa so štyrmi predpokladmi úspešnosti firmy a to užitočnosť, efektívnosť, stabilita a dynamika. Je rozdelené do týchto častí: riadenie firmy a marketingu, analýza marketingového prostredia, základné stratégie na trhu, výskum trhu, strategický marketing a marketing manažment. Žiaci sa učia aplikovať získané poznatky pri riešení marketingových nástrojov vo výrobe, podnikaní, obchode, v styku s potencionálnymi zákazníkmi, ako aj celkovej ekonomickej orientácie v polygrafickom priemysle. Žiaci sú pripravení na nevyhnutnosť sledovania zmien legislatívnych noriem a vzťahov na ekonomickom a marketingovom trhu za súčasného využívania informačno-komunikačných technológií.

Metódy, formy a prostriedky vyučovania marketingu majú stimulovať rozvoj poznávacích schopností žiakov, podporovať ich cieľavedomosť, samostatnosť a tvorivosť. Uprednostňujeme také stratégie vyučovania, pri ktorých žiak ako aktívny subjekt v procese výučby má možnosť spolurozhodovať a spolupracovať, učiteľ má zasa povinnosť motivovať, povzbudzovať a viesť žiaka k čo najlepším výkonom. Pri výučbe používame formu výkladu aj prostredníctvom vlastných prezentácií, ďalej formu riadeného rozhovoru a situačných hier. Preferujeme prácu s učebnicami, odbornými časopismi a počítačom.

V predmete marketing budeme rozvíjať a skvalitňovať kľúčové kompetencie tvorivým riešením problémov a spôsobilostí využívaním informačno-komunikačných technológií. Preto dôležitou súčasťou teoretického poznávania a zároveň prostriedkom precvičovania, upevňovania, prehľbovania a systematizácie poznatkov bude aj riešenie kvantitatívnych a kvalitatívnych úloh z učiva jednotlivých tematických celkov, úloh komplexného charakteru, ktoré umožňujú spájať a využívať poznatky z viacerých častí učiva v rámci medzipredmetových vzťahov.

Hodnotenie žiakov bude založené na kritériách hodnotenia v každom vzdelávacom výstupe. Klasifikácia bude vychádzať z pravidiel hodnotenia tohto školského vzdelávacieho programu. Použijú sa adekvátne metódy a prostriedky hodnotenia.

Výučba bude prebiehať buď v bežnej triede alebo v multimedialnej učebni.

Hodnotenie žiakov bude založené na kritériách hodnotenia v každom vzdelávacom výstupe. Klasifikácia bude vychádzať z pravidiel hodnotenia tohto školského vzdelávacieho program. Použijú sa adekvátne metódy a prostriedky hodnotenia.

Ciele vyučovacieho predmetu

Cieľom vyučovacieho predmetu MAP je poskytnúť žiakom súbor vedomostí, zručností a kompetencií v oblasti polygrafie ako jedného odvetvia národného hospodárstva. Cieľové vedomosti sú zamerané na:

- poznať základné marketingové pojmy všetkých podnikových činností,
- riešiť marketingové situácie a úlohy na teoretickej úrovni,
- pripraviť žiakov na praktické využitie marketingových poznatkov pri riešení problémov v rôznych typoch podnikov,

- v rámci podnikania naučiť žiakov orientovať sa v príslušných marketingových právnych normách a odbornej tlači.

Prehľad výchovných a vzdelávacích stratégií:

Vo vyučovacom predmete Marketing a propagácia využívame na rozvíjanie kľúčových kompetencií výchovné a vzdelávacie stratégie, ktoré žiakom umožňujú:

I. rozvíjať komunikačné a sociálne interakčné spôsobilosti

- sprostredkovať informácie o aplikovanej výpočtovej technike vhodným spôsobom (video, text, hovorené slovo, tlačaná predloha), tak aby každý každému porozumel,
- vyjadriť a formulovať vlastný názor a záver,
- kriticky hodnotiť informácie (časopis, internet)
- správne interpretovať získané fakty, vyvodzovať z nich závery a dôsledky

II. rozvíjať interpersonálne a intrapersonálne spôsobilosti

- osvojiť si pocit zodpovednosti za seba a spoluzodpovednosť za prácu v kolektíve,
- hodnotiť a rešpektovať svoju vlastnú prácu a prácu druhých

III. precvičovať schopnosti riešiť problémy

- rozvíjať schopnosť riešiť problémy, samostatne aj tímovo a využívať všetky dostupné možnosti informácií,
- motivácia žiakov k prehľbovaniu teoretických vedomostí a ich správne aplikovaniu pri riešení praktických zadaní,
- hľadať riešenia, posudzovať riešenia problému z hľadiska tvorby počítačovej sadzby, porovnávať, korigovať, posúdiť efektívnosť jednotlivých riešení,
- rozvíjať už nadobudnuté poznatky samoštúdiom, praktickým overovaním, využitím dostupných informačných technológií, zhromažďovať, archivovať, triediť, vytvárať vlastné inšpiračné informačné zdroje.

IV. rozvíjať spôsobilosti využívať informačné technológie

- získať informácie v priebehu štúdia výpočtovej techniky s využitím všetkých metód a prostriedkov, ktoré v tom danom okamihu dostupné, zhromažďovať, triediť, posudzovať a využívať informácie, ktoré by mohli prispieť k riešeniu daného problému.

Stratégia vyučovania

Pri vyučovaní sa budú využívať nasledovné metódy a formy vyučovania

Názov tematického celku 3. ročník	Stratégia vyučovania	
	Metódy	Formy práce
1. Úvod do predmetu Marketing a propagácia	Informačno-receptívne – výklad Rozhovor	Frontálna výučba
2. Marketingové nápady	Informačno-receptívne – výklad Rozhovor	Frontálna výučba Práca s knihou Skupinová práca žiakov
3. Podnik v marketingovom prostredí	Informačno-receptívne – výklad Riešenie úloh	Frontálna výučba Skupinová práca žiakov Individuálna práca žiakov
4. Organizácia marketingového oddelenia	Informačno-receptívne – výklad	Frontálna výučba Skupinová práca žiakov
5. Analýza a prieskum trhu	Informačno-receptívne – výklad Riešenie úloh	Frontálna výučba Individuálna práca žiakov
6. Produkt	Informačno-receptívne – výklad Riešenie úloh	Frontálna výučba Práca s knihou Skupinová práca žiakov
7. Distribučné rozhodnutia podniku	Informačno-receptívne – výklad Riešenie úloh	Frontálna výučba Práca s knihou Skupinová práca žiakov

Učebné zdroje

Na podporu a aktiváciu vyučovania a učenia žiakov sa využijú nasledovné učebné zdroje:

Názov tematického celku 3. ročník	Odborná literatúra	Didaktická technika	Materiálne výučbové prostriedky	Ďalšie zdroje
1. Úvod do predmetu Marketing a propagácia	Z. Zámečniková, Š. Rajt: Marketing	Tabuľa	Prezentácia Obrázkový materiál Formuláre	Odborné časopisy a noviny: Stratégie, Hospodárske noviny
2. Marketingové nápady	Z. Zámečniková, Š. Rajt: Marketing	Tabuľa	Prezentácia Obrázkový materiál Formuláre	Odborné časopisy a noviny: Stratégie, Hospodárske noviny
3. Podnik v marketingovom prostredí	Z. Zámečniková, Š. Rajt: Marketing	Tabuľa	Prezentácia Obrázkový materiál Formuláre	Odborné časopisy a noviny: Stratégie, Hospodárske noviny
4. Organizácia marketingového oddelenia	Z. Zámečniková, Š. Rajt: Marketing	Tabuľa	Prezentácia Obrázkový materiál Formuláre	Odborné časopisy a noviny: Stratégie, Hospodárske noviny

5. Analýza a prieskum trhu	Z. Zámečníková, Š. Rajt: Marketing	Tabuľa	Prezentácia Obrázkový materiál Formuláre	Odborné časopisy a noviny: Stratégie, Hospodárske noviny
6. Produkt	Z. Zámečníková, Š. Rajt: Marketing	Tabuľa	Prezentácia Obrázkový materiál Formuláre	Odborné časopisy a noviny: Stratégie, Hospodárske noviny
7. Distribučné rozhodnutia podniku	Z. Zámečníková, Š. Rajt: Marketing	Tabuľa	Prezentácia Obrázkový materiál Formuláre	Odborné časopisy a noviny: Stratégie, Hospodárske noviny

Stratégia vyučovania

Pri vyučovaní sa budú využívať nasledovné metódy a formy vyučovania

Názov tematického celku 4. ročník	Stratégia vyučovania	
	Metódy	Formy práce
Riadenie firmy a marketingu, analýza marketingového prostredia	Informačnoreceptívna – výklad Reproduktívna – rozhovor Heuristická – rozhovor, riešenie úloh	Frontálna výučba Individuálna práca žiakov Skupinová práca žiakov Práca s knihou, využitie IKT
Analýza nákupného prostredia	Informačnoreceptívna – výklad Reproduktívna – rozhovor Heuristická – rozhovor, riešenie úloh	Frontálna výučba Individuálna práca žiakov Skupinová práca žiakov Práca s knihou, využitie IKT
Základné stratégie na trhu	Informačnoreceptívna – výklad Reproduktívna – rozhovor Heuristická – rozhovor, riešenie úloh	Frontálna výučba Individuálna práca žiakov Skupinová práca žiakov Práca s knihou, využitie IKT
Výskum trhu	Informačnoreceptívna – výklad Reproduktívna – rozhovor Heuristická – rozhovor, riešenie úloh	Frontálna výučba Individuálna práca žiakov Skupinová práca žiakov Práca s knihou, dennou a hospodárskou tlačou, využitie IKT
Strategický marketing	Informačnoreceptívna-výklad Reproduktívna- rozhovor Heuristická- rozhovor, riešenie úloh	Frontálna výučba Individuálna práca žiakov Skupinová práca žiakov Práca s knihou, dennou a hospodárskou tlačou, využitie IKT
Marketing manažment	Informačnoreceptívna-výklad Reproduktívna- rozhovor Heuristická- rozhovor, riešenie úloh	Frontálna výučba Individuálna práca žiakov Skupinová práca žiakov Práca s knihou, dennou a hospodárskou tlačou, využitie IKT
Aplikácia marketingu v službách	Informačnoreceptívna-výklad Reproduktívna- rozhovor Heuristická- rozhovor, riešenie úloh	Frontálna výučba Individuálna práca žiakov Skupinová práca žiakov Práca s knihou, dennou a hospodárskou tlačou, využitie IKT

Učebné zdroje

Na podporu a aktiváciu vyučovania a učenia žiakov sa využijú nasledovné učebné zdroje:

Názov tematického celku 4. ročník	Odborná literatúra	Didaktická technika	Materiálne výučbové prostriedky	Ďalšie zdroje
Riadenie firmy a marketingu, analýza marketingového prostredia	<p>MARKETING I, Eva Hartmannová, Anna Kyseľová</p> <p>MARKETING II, Eva Hartmannová, Peter Otrubčák</p> <p>Medzinárodný marketing, Ing. Štefan Rajt</p> <p>Odborné časopisy a noviny: Stratégie, Hospodárske noviny</p>	<p>Dataprotektor</p> <p>PC</p> <p>Tabuľa</p>	Prezentácia Obrázkový materiál	Internet PowerPoint
Analýza nákupného prostredia			Prezentácia Obrázkový materiál	Internet PowerPoint
Základné stratégie trhu			Prezentácia Obrázkový materiál	Internet PowerPoint
Výskum trhu			Prezentácia Obrázkový materiál Videoukážky	Internet PowerPoint
Strategický marketing			Prezentácia a videoukážky	Internet PowerPoint
Marketing manažment			Prezentácia a videoukážky	Internet PowerPoint
Aplikácia marketingu v službách			Prezentácia a video ukážky	Internet PowerPoint