|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Časovo-tematický plán**  Predmet**: marketing** Ročník: **druhý** Počet vyučovacích hodín: **4** | | | | | |
| **Mesiac** | **P. č. hod**. | **Téma** | **Stratégie výučby** | | **Učebné zdroje** |
| **Metódy výučby** | **Organizačné formy** |
|  | 1.  2.  3.  4.  . | **Podstata marketingu a jeho vývoj 1 hod**  Charakteristika, vznik a vývoj marketingu  Marketingové koncepcia, nápad, princípy, plánovanie  Marketingový manažment, marketingový mix  **Produkt 1 hod**  Marketingový prieskum, rozhodovanie o produkte  Užitočnosť, životný cyklusvýrobku, vývoj nového produktu  **Cena 1 hod**  Ceny orientované na zákazníkov, ceny orientované na konkurenciu  Určovanie cien nových výrobkov, zmeny cien  **Distribúcia 0,5hod**  Odbytové cesty výrobných faktorov, logistika distribúcie  Veľkoobchod, maloobchod, prvky maloobchodného mixu  **Komunikácia 0,5 hod**  Komunikačný mix, technika predaja, proces predaja | Výkladovo-ilustratívna  Reproduktívna  Problémovo-výkladová  Výkladovo-ilustratívna  Reproduktívna  Problémovo-výkladová  Výkladovo-ilustratívna  Reproduktívna  Problémovo-výkladová  Výkladovo-ilustratívna  Reproduktívna  Problémovo-výkladová | Frontálna výučba  Individuálna práca žiakov  Skupinová práca žiakov  Rozhovor, diskusia  Frontálna výučba  Individuálna práca žiakov  Skupinová práca žiakov  Rozhovor, diskusia  Frontálna výučba  Individuálna práca žiakov  Skupinová práca žiakov  Rozhovor, diskusia  Frontálna výučba  Individuálna práca žiakov  Diskusia | Učebnica  Internet  Učebnica  Internet  Učebnica  Internet  Učebnica  Internet |

**Učebné zdroje:**

Zámečníková, Rajt – Marketing pre obchodné akadémie, SPN 2005, ISBN 80-10-00784-6

PC, internet