Дата: 13.02.2022з

Клас: 9-А,Б

Урок 30 Трудове навчання Вчитель: Капуста В.М.

**Тема. . Остаточна обробка виробу. Контроль якості виробу.** **Маркетингове дослідження.**

**Мета:** сформувати знання і вміння з оформлення виробу; ознайомити з правилами догляду за виробами; формувати самостійність, самоконтроль; ознайомити з маркетинговим дослідженням; формувати технологічну компетентність; розвивати естетичний смак; виховувати старанність, акуратність, точність під час практичної роботи; розвивати навички раціональної організації робочого місця; формувати свідоме дотримання правил безпечної праці та санітарно-гігієнічних вимог; виховувати культуру праці.

**Опорний конспект**

**І. Остаточна обробка виробу.**

Згадаємо народну мудрість: «Кінець діло хвалить».

Кожен з вас прагне, щоб виготовлений власноруч виріб, був красивим, привабливим, охайним. Результат роботи багато в чому залежить від остаточної обробки виробів.

Оформлення виробів – це гармонійне завершення композиції виробу.

Спосіб обробки виробу залежить від його призначення, матеріалу, форми, композиції.

Остаточна обробка включає способи обробки виробів. Передбачає обрамлення їх різними матеріалами та надання різної форми.

До остаточної обробки відноситься і прикріплення елементів оздоблення.

Виріб має бути оригінальний, виконаний на високому художньому та технічному рівні, зручний у використанні.

Дотримуватися правил догляду за виробами.

**ІІ. Контроль якості виробу.**

Оцінка якості виробу проводиться як візуально так і за допомогою вимі

рювальних приладів ( лінійки).

Слід особливу увагу звернути на естетичне оформлення виробу, надійність кріплень, зовнішній вигляд, наявність залишків клею, виявлення підтікання, фарби тощо.

**ІІІ. Маркетингове дослідження.**

Збут вимагає просування виробу на ринку з мінімальними витратами та

одержання прибутку в ході реалізації виробу. Для цього необхідно

сьогодні обговорити властивості проєктованого виробу, способи збуту

виготовленого виробу особливості його просування на ринку та шляхи

зменшення ціни.

***Характеристика товарних властивостей товару:***

- Конструкція (форма);

- оформлення (обрамлення);

- умови постачання (гурт, роздріб, вартість доставки тощо);

Запропонувати декілька варіантів дослідних зразків товару із метою

перевірки реакції покупців. Після цього можна прийняти остаточне

рішення відносно конструкції, оформлення та умов постачання.

Вибір - за найбільш сприятливими пропозиціями.

2. ***Планування збуту проєктованого виробу.***

Робота бізнес – груп.

Спочатку виявляються можливості для освоєння ринку. Для цього

необхідно:

визначити географію і категорію потенційних покупців, які можуть

придбати виріб.

*Наприклад:*

- шанувальники прикладного мистецтва;

- колекціонери;

- шанувальники національних традицій тощо.

***3.Зменшення ціни*** залежить від поставки матеріалів, транспортних витрат.

***4.Просування продукції на ринку.***

Пропонуються можливі способи продажу. (Ярмарок, виставки – продажі).

З метою розширення кола споживачів, які мали б уявлення про нашу

продукцію і досягнення бажаного обсягу продаж застосовують рекламу.

***Реклама – елемент маркетингу.***

Схарактеризуйте значення реклами в сучасному суспільстві. Наведіть

приклади вдалої або, навпаки, некоректної реклами.

***Види реклами***-рекламні буклети, ручки, плакати, календарі, біг – борди, залучення видатних людей до популяризації торгівельних марок,

Інтернет – реклама.

**ІV. Практична частина роботи.**

Остаточна обробка власного виробу.

**V. Домашнє завдання.**

Підготуватися до захисту проєкту.

**Зворотній зв’язок:**

освітня платформа **Human** або ел. пошта [valentinakapusta55@gmail.com](mailto:valentinakapusta55@gmail.com)