


Муниципальное образовательное учреждение средняя
общеобразовательная школа №76



Метод интегрированных
проектов на уроках технологии
и экономики

(Игра «Предприятие» в 8 классе)



«Сегодня в условиях конкурентной среды России
не знать основ маркетинга – значит не
знать
главных принципов
выживания и достижения основной
цели рыночной деятельности
– коммерческого успеха.»

Цели игры:

Прохождение одного из этапов бизнес –
планирования.

Учащиеся должны, на основе предыдущего
исследования изделий, а так же
коллективного вывода об ассортименте изделий,
организовать рекламную кампанию своего товара и
предприятия, предложить потребителю товар таким
образом, чтоб он пользовался спросом, подобрать
каналы сбыта .



Обучающий аспект цели игры: формирование умений и навыков оценки и анализа рынка сбыта, способов представления своего творчества, идей и продукта труда.

Развивающий аспект цели игры: через практические умения и отношения в системе творческой деятельности учащиеся должны освоить методы маркетинговой деятельности, которая управляет продвижением товаров услуг от производителя к потребителю.



Задачи

При работе на уроке учителю необходимо решить следующие педагогические задачи:

- - обеспечить каждому ребенку эмоциональную поддержку;
- - мотивировать включение каждого учащегося в совместно-распределенную деятельность на принципах позитивной взаимозависимости и индивидуальной ответственности;
- - предоставить условия для построения собственного действия на основе соотнесения своего мнения и разных точек зрения.
- - Оказать необходимую помощь в окончательной оценке работы.



Необходимые материалы, оборудование и наглядность

- Инструменты для графических работ,
- цветные карандаши или фломастеры,
- листы формата А4 и А3 ,
- лист оценки рекламной компании ,
- готовые изделия с оценкой себестоимости.



На доске в начале урока:

Цель урока : организация рекламы продукции школьного предприятия.

- «Принципы и методы маркетинга.»





Содержание урока

1. Организационный момент (2 мин)

Дети работают в группах («Предприятиях»).

Между детьми уже должны быть распределены роли участников производства , имеющих на предприятии определенную должность (руководитель производства , экономист, технолог, дизайнер, менеджер по рекламе, контролер качества.)



Содержание урока

2. Постановка цели урока (3-4 мин.)

В маркетинге существуют определенные правила разработки новых товаров:

- 1. Необходимо найти идеи новых товаров (мы их нашли)
- 2. Свести число найденных идей к минимуму и приступить к их разработке. (сделано)
- 3. Необходимо создать опытный образец товара. Основными стадиями создания которого являются: разработка проекта – конструирование- моделирование- выпуск опытного образца (сделано это в проекте , каждая из учащихся – индивидуально).
- 4. Провести анализ опытных образцов , который позволит проверить качество, цену, опыт персонала, рынок сбыта и т.д. Все это необходимо для того, чтобы принять окончательное решение по ассортименту изделий, которые будет выпускать предприятие. Эту стадию разработки товара мы с вами прошли.
- 5. Следующая стадия – продвижение товара на рынке, реклама, дизайн и упаковка товара...
- Сегодня на уроке мы с вами должны на основе выводов по дизайн-анализу опытных образцов и ассортименту продукции школьного предприятия, а так же исследованиях рынка продумать рекламную компанию предприятия и его продукции . Результаты нашего сегодняшнего урока войдут в бизнес - план вашего предприятия.
- ЦЕЛЬ УРОКА : Организация рекламы школьного предприятия и его продукции.



Обязательное условие работы всей командой

- *Обратить внимание на принципы и методы маркетинга.*
- *Напомнить методы продвижения товаров (реклама, стимулирование сбыта, личная (адресная) продажа, формирование общественного мнения.*
- *Пояснить детям, что рекламная компания может быть как массовой (рекламные ролики, красочные щиты) так и адресной (индивидуальной). При подготовке рекламы нужно использовать как можно больше образов (чертежи, эскизы, диаграммы, рисунки) с краткими поясняющими надписями - избегать больших кусков текста (различные графические способы для представления мыслей).*



Содержание урока

3. Оценить домашнее задание (5мин)
название предприятия, фирменный
стиль, имидж и лозунг предприятия,



Структура урока

5. Этапы работы в группах и способы представления результата (25 мин)

1. На Изделии : название, количество материала и стоимость.

2. Раздать листы оценки рекламной компании по одному на каждое предприятие.

3. Определить:

- цель рекламы (записать ее на листе крупными буквами)
- каков потенциальный рынок сбыта (кто будет являться потребителем данного изделия),
- где и как будет проводиться продвижение продукта (через фирменное название , упаковку, витрины магазинов, выставки, конкурсы, средства массовой информации, личные контакты сотрудников предприятия, адресная рассылка...)
- как наиболее интересно изобразить изделие в рекламе;
- текст рекламного сообщения.
- как изделие можно прорекламировать (на что обратить внимание) в индивидуальной рекламе.

4. Совместно разработать и создать плакатную рекламу изделий (на формате А3 или А4), рекламный «ролик», создать адресную рекламу эксклюзивным изделиям



Структура урока

5. Этапы работы в группах и способы представления результата (25 мин)

1. На Изделии : название, количество материала и стоимость.

2. Раздать листы оценки рекламной компании по одному на каждое предприятие.

3. Определить:

- цель рекламы (записать ее на листе крупными буквами)
- каков потенциальный рынок сбыта (кто будет являться потребителем данного изделия),
- где и как будет проводиться продвижение продукта (через фирменное название , упаковку, витрины магазинов, выставки, конкурсы, средства массовой информации, личные контакты сотрудников предприятия, адресная рассылка...)
- как наиболее интересно изобразить изделие в рекламе;
- текст рекламного сообщения.
- как изделие можно прорекламировать (на что обратить внимание) в индивидуальной рекламе.

4. Совместно разработать и создать плакатную рекламу изделий (на формате А3 или А4), рекламный «ролик», создать адресную рекламу эксклюзивным изделиям



Во время работы в группах - контролировать ситуацию, давать советы по мере необходимости, направлять на правильный путь наводящими вопросами, не навязывать свое мнение, а дать возможность рассуждать и делать выводы самим учащимся.



Структура урока

5. Заключительный этап (15 минут)

- Каждая группа представляет полученные результаты. От имени предприятия выступает руководитель и маркетолог, а остальные помогают, участвуя в рекламе.

- Разобрать полученные результаты. Сделать выводы относительно представленной рекламы, оценить рекламную компанию компании-конкурента.



Структура урока

6. Подведение итогов урока.

Например, мы с вами сегодня научились организовать рекламную компанию своего товара и предприятия, предлагать потребителю товар таким образом, чтоб он пользовался спросом, подбирать каналы сбыта . На основе проведенных исследований можно сделать выводы, что в массовая реклама дает больший эффект на рынке продукции и усиливает потребление товара, помогает продвигать продукт труда более эффективно, а для эксклюзивных и единичных изделий более эффективна адресная реклама.

- ***Объявить оценки за урок !!!***



Структура урока

- ***Домашнее задание:*** Оформить решение сделанное на уроке (дом. здание для руководителя производства и секретаря) (2 минуты).