

Факультатив «Маркетинг образовательных услуг»: учим будущих предпринимателей

В. В. Радченко,

заместитель директора по учебной работе

Лидского колледжа Гродненского государственного университета

им. Янки Купалы

Факультатив «Маркетинг образовательных услуг» нацелен на формирование у учащихся, будущих педагогов дошкольного образования, первичных навыков ведения предпринимательской деятельности, преуспевания на сложных, неопределенных рынках, конкурентных и быстро меняющихся, где потребители постоянно требуют большего, а обычные маркетинговые приемы уже не работают. Предлагаем вашему вниманию **факультативное занятие «Товарные знаки. Упаковка и маркировка товара».**

Специальность, квалификация: 2-01 01 01 «Дошкольное образование», воспитатель дошкольного образования.

Тема – 2 часа.

Цель обучения: обеспечить усвоение предметного содержания темы «Товарные знаки. Упаковка и маркировка товара», что позволит учащимся:

- *на уровне представления* – называть товарные знаки; распознавать упаковку и маркировку товара; руководствоваться нормативными документами Республики Беларусь, обеспечивающими правовую охрану товарных знаков;
- *на уровне понимания* – описывать товарные знаки, упаковку, маркировку товаров; раскрывать основные требования, предъявляемые к товарному знаку; описывать функции товарных знаков, упаковки и маркировки;
- *на уровне применения* – классифицировать товарные знаки, упаковку; обосновывать необходимость создания сервисного обслуживания.

Цели воспитания: расширить представление учащихся о товарных знаках, упаковке, маркировке, сервисе как профессионально важных знаниях для будущих воспитателей; показать важность изучения темы «Товарные знаки. Упаковка и маркировка товара» для будущей профессии.

Цели развития: содействовать воспитанию профессионально значимых качеств будущих воспитателей: аккуратности, внимательности при работе с внешними источниками информации, идентификации товарных знаков.

Методическая цель: обеспечить более полное усвоение учебного материала на основе апробации технологии обучения в сотрудничестве и использования средств обучения на печатной основе и в электронном виде.

Тип факультативного занятия: урок формирования новых знаний.

Материально-техническое обеспечение: мультимедийный комплекс, учебная доска, слайды учебной презентации, раздаточный материал, игрушка развивающая (СООО «ПП Полесье»).

Внутрипредметные связи: раздел «Товарная политика», темы «Товар в системе маркетинга», «Создание нового товара и жизненный цикл товара».

Межпредметные связи: дисциплины «Экономика организации», «Основы права».

Ход урока представлен в технологической карте факультативного занятия в таблице 1.

Таблица 1 – Технологическая карта факультативного занятия

Этап занятия	Методическое решение	Задача преподавателя	Время, мин.	Методическое обеспечение	Результаты обучения
1	2	3	4	5	6
1. Организационный этап	1.1 Приветствие, проверка отсутствующих, заполнение журнала	Поприветствовать учащихся, отметить отсутствующих	2-3	Журнал учебной группы	
2. Проверка выполнения домашнего задания и подготовка учащихся к работе на основном этапе	2.1 Индивидуальный письменный опрос с взаимопроверкой	Установить правильность, полноту и осознанность выполнения домашнего задания	13	Вопросы и эталоны ответов (Приложение А)	Правильные ответы учащихся в соответствии с эталонами (Приложение А)
	2.2 Фронтальная беседа по актуализации опорных знаний с использованием учебной презентации	Организовать деятельность учащихся по актуализации опорных знаний и личного опыта учащихся	5	Вопросы к учащимся (Приложение Б)	Правильные ответы учащихся в соответствии с эталонами (Приложение Б)
	2.3 Формулировка темы факультативного занятия учащимися, обучающей цели и знакомство с содержанием темы	Создать ориентировочную основу деятельности учащихся	4	Структурно-логическая схема предметного содержания темы (Приложение В)	
3. Этап формирования новых знаний и способов деятельности и первичная проверка понимания	3.1 Объяснение с элементами презентации 3.2 Беседа с постановкой проблемных вопросов	Обеспечить восприятие, осмысление и первичное запоминание изучаемого материала	27	(Приложение Г)	Основные положения темы (опорный конспект) Правильные ответы учащихся в соответствии с эталонами (Приложение Г)
	3.3 Коррекция ответов учащихся	Выявить недочеты первичного осмысления материала, неверные представления учащихся.	2-3		
	3.4 Формирование новых знаний посредством	Организовать самостоятельную работу	10	Опорный конспект (Приложение Д)	Правильно выполненное задание в соответствии с

	работы в малых группах с опорным конспектом и выполнением пост.задач	учащихся в малых группах по усвоению нового учебного материала		Содержание задания для самостоятельной работы (Приложение Е)	эталон (Приложение Е)
	3.5 Обсуждение результатов работы	Проверить решение проблемной ситуаций в группе	5-7	Опорный конспект	Умение обосновать выбор решения
	3.6 Объяснение с элементами презентации	Обеспечить восприятие, осмысление и первичное запоминание изучаемого материала	8		
	3.7 Фронтальное выполнение задания с использованием товара «Развивающая игрушка»	Обеспечить проверку понимания учебного материала	8-10	Задание (Приложение Ж)	Правильно выполненное задание в соответствии с эталоном (Приложение Ж)
4. Постановка задания на дом	4.1 Объяснение цели, содержания домашнего задания	Представить информацию о домашнем задании, пояснить его содержание, обеспечить возможность выбора домашнего задания с учетом индивидуальных особенностей учащихся	3	Содержание задания для работы дома	Дифференцированное домашнее задание, определение перспектив развития (исходя из трудностей) (Приложение К)
5. Подведение итогов факультативного занятия рефлексия	5.1 Беседа о результатах деятельности	Осуществить анализ достижения целей урока	4		
	5.2 Беседа по самоанализу учебной деятельности, оценивание учащихся.	Организовать рефлексия учащихся по поводу своей мотивации и деятельности Дать качественную оценку работы всей группы	5	Задание для рефлексии (Приложение Л)	

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Вопросы для проверки домашнего задания и эталоны ответов

1. Что понимается под товаром в маркетинг? Дайте классификацию видов товаров. Приведите примеры.

Эталон ответа:

Товар в маркетинге – это средство, при помощи которого возможно удовлетворение конкретных потребностей; продукт, созданный для продажи.

Классификация товаров в зависимости от назначения:

- товары конечного потребления; - услуги.
- товары промышленного назначения;

Классификация товаров конечного потребления:

- товары повседневного спроса; • товары особого спроса;
- товары предварительного выбора; • товары пассивного спроса

Классификация товаров производственного назначения:

- материалы и детали; • вспомогательные материалы
- капитальное имущество;

2. Что такое конкуренция в маркетинге? Укажите виды конкуренции. Приведите примеры.

Эталон ответа:

Конкуренция – состязательность в производстве, борьба старого неэффективного с новым эффективным.

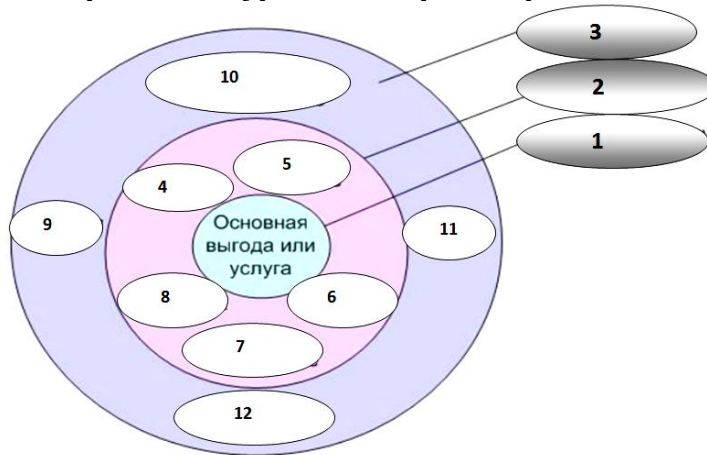
С точки зрения маркетинга выделяют:

- функциональную конкуренцию;
- видовую конкуренцию;
- предметную конкуренцию.

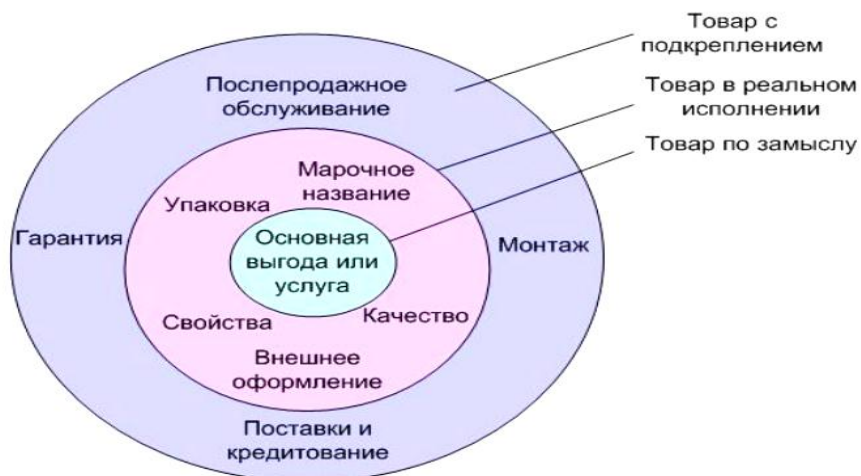
ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Вопросы для актуализации опорных знаний и эталоны ответов

1. Перечислите уровни товара в маркетинге?



Ответ:



ПРИЛОЖЕНИЕ В

Структурно-логическая схема предметного содержания темы «Товарные знаки. Упаковка и маркировка товара»

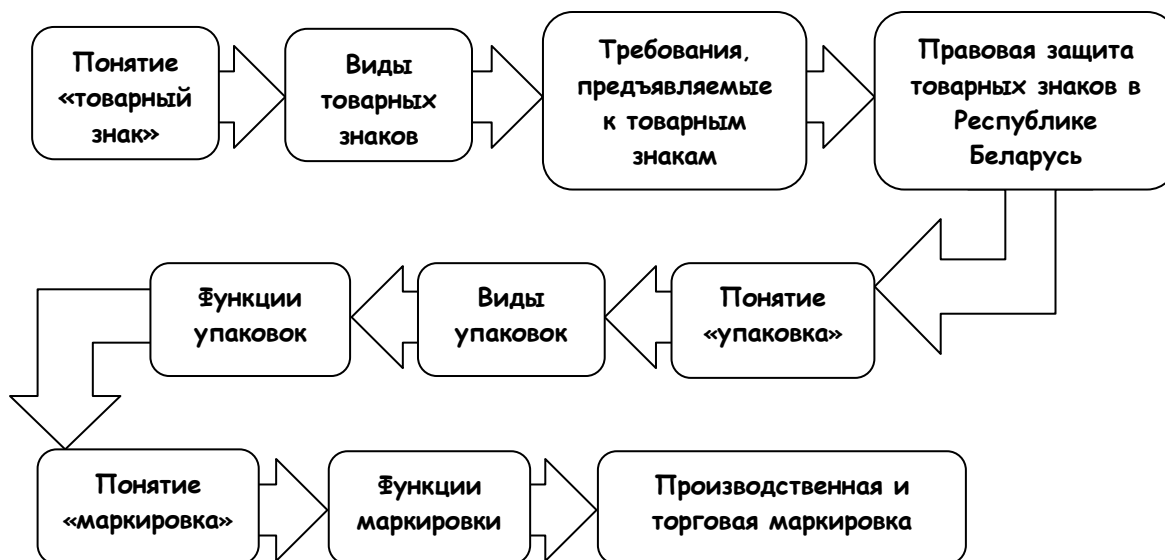


Рисунок 1 - Линейная структурно-логическая схема учебного материала темы

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Вопросы для проверки понимания учебного материала и эталоны ответов

1. Каким словом можно обобщить товарные знаки, представленные на слайде?
Ответ: Словесные товарные знаки
2. Каким словом можно обобщить товарные знаки, представленные на слайде?
Ответ: Графические товарные знаки
3. Каким словом можно обобщить товарные знаки, представленные на слайде?
Ответ: Объемные товарные знаки
4. Каким словом можно обобщить товарные знаки, представленные на слайде?
Ответ: Комбинированные товарные знаки

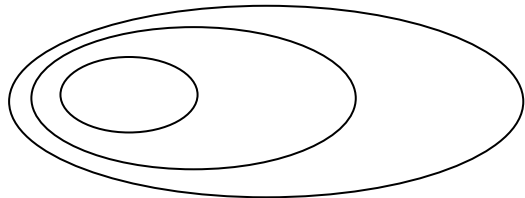
ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Опорный конспект по вопросу « Понятие упаковки, ее виды, функции»

Упаковка – важнейший составной элемент товара в восприятии потребителя; а для производителя – средство стимулирования продаж, источник информации о товаре, реклама, защита товара. Под упаковкой понимают тару (ящики, пакеты, контейнеры, бочки, мешки и т. д.), которые позволяют предохранять товар от порчи.

Упаковка может состоять из нескольких слоев. Внутренняя упаковка – непосредственное вместилище товара (флакон для туалетной воды). Под внешней упаковкой имеют в виду материал, который защищает внутреннюю упаковку и удаляется при непосредственном использовании товара (картонная коробка, которая обеспечивает дополнительную защиту и предоставляет производителю возможность использовать ее для целей стимулирования сбыта товара). Транспортная упаковка необходима для хранения, идентификации или транспортировки товара. Для дезодоранта транспортная упаковка – ящик из гофрированного картона, вмещающий 36 флаконов.

Выполните задание: отобразите схематически слои упаковки



Выполните задание: составьте классификации упаковки:

В зависимости от применяемых материалов, их механической устойчивости и прочности, которые обуславливают степень сохранности товаров, упаковка может быть:



К важнейшим маркетинговым функциям упаковки, проявляющимся в большей степени в случае упаковывания потребительских товаров, относятся:

- Упаковка обеспечивает защиту (сохранность) товара от возможных повреждений, обеспечивает неизменность его потребительских свойств в течение определенного времени при заданных условиях транспортирования и хранения;
- Упаковка должна обеспечивать удобство пользования товаром, максимально удовлетворять потребности покупателя;
- Упаковка должна привлекать внимание потенциального покупателя, сформировать определенный имидж товара;
- Упаковка должна обеспечить потенциальному покупателю возможность увидеть (идентифицировать) товар до его приобретения;
- Маркировка, размещенная на упаковке, позволяет потенциальному покупателю получить необходимые сведения (информацию) о товаре, его качестве, составе, сроках годности, способах эксплуатации и т.д.;
- Применение упаковки при проведении рекламных акций, размещение в ней ценных подарков или выигрышных купонов, используемых затем при проведении конкурсов или обеспечивающих определенные льготы при приобретении товара, позволяют уменьшить затраты на другие мероприятия стимулирования сбыта;
- размещение на упаковке подробной информации о производителе (адрес, контактные телефоны, ссылка на сайт в интернете и т.д.) позволяет наладить обратную связь со своими потребителями;
- Упаковка должна быть удобной для сферы торговли, обеспечивая оптимизацию выкладки товаров на стеллажах и полках.
- Упаковка может предоставлять возможность ее повторного использования или повторного использования упаковочных материалов;
- Упаковка должна обеспечивать возможность экологически чистого уничтожения материалов, из которых она изготовлена

Задания для самостоятельной работы и эталоны ответов

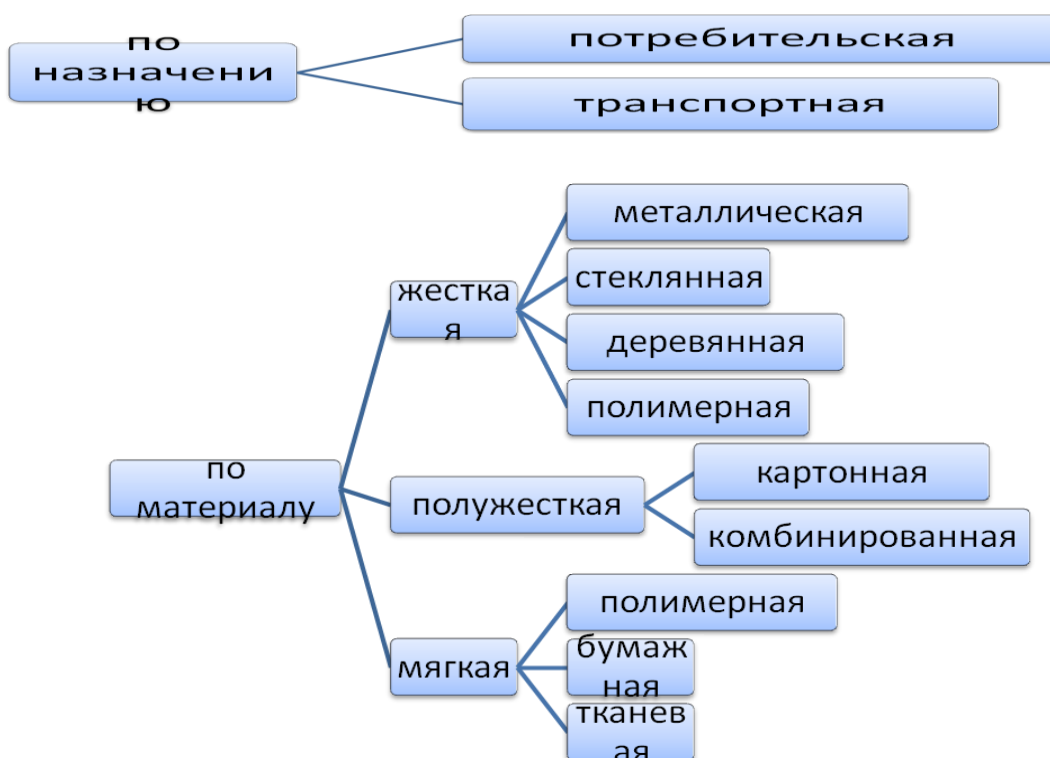
Задание 1. Отобразите схематически слои упаковки.



Схема 1 – Слои упаковки

Задание 2. Составьте классификацию упаковки

Классификация упаковки:



Задание 3. Перечислите функции упаковки

Функции упаковки:

- функция сохранения качества и количества товара.
- функция формирования качества товара;
- функция формирования спроса на товар;
- функция идентификации товара;
- функция предоставления информации о товаре;
- функция стимулирования сбыта товара;
- функция маркетинговых исследований;
- функция мерчендайзинга.

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

Задание для проверки понимания изученного материала и эталон ответа

Задание: Рассмотрите игрушку:

- кто производитель, его товарный знак?
- какая упаковка?
- какая маркировка и где располагается?

Ответ: развивающая игрушка СООО «ПП Полесье»,

Торговая марка



Упаковка: сетка

Маркировка: производственная маркировка присутствует на информационном ярлыке.

ПРИЛОЖЕНИЕ К

Содержание домашнего задания по теме «Товарные знаки.

Упаковка и маркировка товара»

1. Повторение учебного материала по темам «Товар в системе маркетинга», «Создание нового товара и жизненный цикл товара»
2. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник/ И.Л. Акулич. – Минск: Выш.шк. – с. 146-164.

Задание: Разработать товарный знак для идентификации собственной развивающего центра или игрушки

ПРИЛОЖЕНИЕ Л

Задание для рефлексии

1) Учащимся предлагается продолжить выражение «Я на занятии сегодня узнал, что...». Высказывания учащихся не должны быть повторяющимися. Опрашиваются 5-8 учащихся на выбор преподавателя.