



Ekonomika preduzeća-ponavljanje

Čas ponavljanja gradiva fokusira se na ključne pojmove iz marketinga, kao što je marketing miks i životni ciklus proizvoda. Kroz interaktivne aktivnosti poput „kutije pojmova“ i grupnog rada, učenici povezuju teorijska znanja s praktičnim primerima.



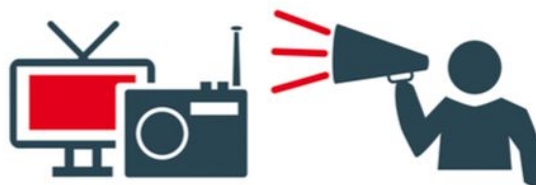
PRODUCT



PRICE



PLACE



PROMOTION

Organizacijski oblik nastave

Predmetna nastava 3. razred

Vrsta nastavnog procesa

Osnovna vrsta nastave - Redovna nastava

Suradnja škole sa roditeljima i zajednicom te razvoj školskog kolektiva

Aktivnosti sa učenicima

Trajanje

90 minuta

Oblasti

Predmet

Ekonomika preduzeća

Ključne kompetencije

Učiti kako učiti

Preduzetnička kompetencija

Ciljevi i ishodi učenja i poučavanja

Ciljevi:

- Proširivanje i usvajanje novih znanja o marketingu kao poslovnoj funkciji u tržišnoj ekonomiji. Inovativni oblik nastave povezivanjem teorije, primjera i kritičkog razmišljanja. (Obrazovni cilj)
- Razvijanje saradnje među učenicima. Razvijanje sposobnosti i istrajnosti u radu, razvijanje radnih obaveza i navika. Podsticanje na osamostaljivanje učenika u radu. Osposobljavanje učenika na komunikaciju, interakciju i kooperaciju sa drugima. (Vaspitni cilj)
- Razvijanje mišljenja i stvaralačkog rada učenika. Razvijanje praktičnih i intelektualnih sposobnosti kod učenika. Interdisciplinarno učenje fokusirano na učeniku. (Funkcionalni cilj)

Ishodi:

- Učenici će moći da povezuju pojmove između tržišta i marketinga, samim tim prave korelaciju između nastavnog predmeta ekonomika preduzeća i ekonomija.
- Savladavaju pojam marketing miksa, shvataju da su elementi marketing miksa ključni i da na tržištu mogu djelovati samo kao zajednički elementi i koristiti se samo u saradnji sa ostalim elementima. Učenici razumiju da je marketing sastavni dio života i da čini veliki dio samog djelovanja na tržištu ponude i potražnje.

Detaljan opis realizacije

Tip nastavnog časa: Ponavljanje gradiva kroz utvrđivanje bitnih pojmova

Oblici rada: Frontalni, individualni, grupni.

Metode rada: Razgovor, objašnjenje, demonstracija, predstavljanje, metoda dijaloga i posmatranje.

Nastavna sredstva: Knjiga, nasatvni listići, mapa (dijelovi životnog ciklusa)

Nastavna pomagala: Tabla, kreda

Učenike uvesti u nastavnu materiju kroz priču za modul „Tržište i marketing“. Kroz čitanje priče cilj je uvođenje učenika u nastavnu materiju kroz koju će spoznati pojmove koji će se spominjati u glavnom dijelu časa (knjiga Ekonomika preduzeća 2, strana 149). Nakon pročitanoog teksta učenici prepoznaju pojmove koje su do sada radili.

Neke od izdvojenih pojmova koje su prepoznali učenici zapisati na tablu.

Nakon prepoznavanja pojmova, kao uvodnog dijela časa, učenici rade vježbu „**kutija pojmova**“ tako što svaki učenik bira listić sa pojmom i daje odgovor na postavljeno pitanje, prepoznaje asocijaciju ili povezuje pojmove, tako što se prisjeća svega do sad naučenog. (Prilog pripreme pitanja iz „kutije pojmova“.) „Kutija pojmova“ sadrži pitanja, asocijacije, zadatke koji su ranije obrađeni kroz nastavne jedinice. Svaki učenik bira karticu iz kutije i odgovara na pitanje, asocijaciju, zadatak ili slično. Na taj način se podsjećaju na prethodno urađeno gradivo, ali ujedno povezuju teoretsko znanje sa praktičnim znanjem.

Vježba „**kutija pojmova**“ je uvodni dio da zajednički napravimo mapu uma na tabli povezivajući prethodne pojmove redoslijedom kako su rađeni na prethodnim časovima. Mapa uma omogućava svakom učeniku pojedinačno da prezentuje i nauči nastavno gradivo.

Neizostavan dio marketinga je marketing miks. Marketing miks je ranije kroz „kutiju pojmova“ spomenut i ponovljen element.

Kao prvi elemenat marketing miksa izdvaja se „Proizvod“. Nakon prethodno sklopljene mape uma bitan pojam je „Životni ciklus proizvoda“ koji će učenici ponoviti kroz grupni rad. Učenici će biti podjeljeni u četiri grupe koliko je i faza životnog ciklusa. Podjela učenika se može vršiti podjelom listića u četiri boje, brojevima od 1 do 4, podjelom slatkiša koji mora imati četiri različita okusa i jednak broj slih i slično.

Na bijelim papirima imat će neku od faza životnog ciklusa (životni ciklus proizvoda se sastoji iz faze uvoda, rasta, zrelosti i faze opadanja). O kojoj fazi se radi, koji dio faze su na bijelim listovima dobili, šta je ta faza i koliko je bitna za životni ciklus proizvoda, učenici će sami prepoznati, napisati na dobijenom papiru i objasniti tako što će na tabli sklopiti faze pravim redoslijedom i izložiti isto.

Predstavnik svake grupe izlazi na tablu, lijepi svoj dio životnog ciklusa, sklapaju skupa životni ciklus i objašnjavaju svaku fazu istog. Na taj način do izražaja dolazi timski rad, vještina prezentovanja i prepoznavanje naučenog gradiva.

Praćenje i procjenjivanje

Aktivnosti koje su usmjerene na povećanje motivacije učenika za učenje kroz prethodni prikaz jeste sama želja za učenjem, spoznavanjem novih znanja, povezivanjem do sada naučenih pojmova, slobodom izražavanja, kao i načinom rada u kojoj učenik na sebi svojstven način kroz cijelu nastavnu jedinicu može da iskaže svoju kreativnost i inovativnost u radu.

Motivacija je često pokretač, razlog zašto neko uči!

U svojoj praksi ja često nastojim da motivišem učenika da ostavari što bolje rezultate u svom učenju i radu. Konkretni motivacioni postupak kod mene ne postoji jer sve ovisi o sredini, metodi rada, ciljnoj grupi i drugim faktorima.

Često primjenim tzv. "sendvič tehniku" prilikom ocjenivanja i komentarisanja učenikovog rada. Uvijek nastojim da istaknem nešto dobro što je urađeno, zatim ukažem na eventualnu grešku, a zatim završim opet sa nekim istaknutim dobrim dijelom.

Sama motivacija kod mojih učenika jeste ako se učenik poštuje, uvažava, ako osjeti da je slobodan da iskaže svoje mišljenje, da iskaže svoj stav. Sama motivacija jeste korektan pristup, iskren odnos, kvalitet rada, kao i pozitivan stav.

Ja sam često nesvjesno motivisala svoje učenike svojim predanim radom, znanjem, poštovanjem i iskrenim ljudskim odnosima, što bi mi na kraju sami i priznali i rekli.

Ideje za domaće zadaće (nastavak aktivnosti) i uključivanje roditelja

Za rad kod kuće učenicima se daje zadatak da **sami istraže neki brend**, razmotre njegove faze životnog ciklusa i spoznaju u kojoj fazi životnog ciklusa se proizvod nalazi. Na taj način naučeno mogu primjeniti u novim situacijama, razumjeti kako naučeno mogu prepoznati u budućem životu spoznavši u kojoj fazi je neki proizvod, zašto neki proizvod na tržište plasira nove inovacije, u kojoj fazi je to, zbog čega, na koji način produžava životni vijek i slično.

Faze životnog ciklusa učenik može porediti i sa idejom kako je životni ciklus svakog proizvoda nastao na osnovu životnog ciklusa čovjeka.

Savjeti za druge nastavnike/ce kod realizacije ove lekcije/teme

Sugestija za kolege, nastavnike, koji bi željeli koristiti ovu pripremu za čas jeste da se planira kao blok čas. Poteškoća može nastati ako učenici nemaju prethodno dovoljno znanja iz pređene oblasti. Čas je jako dinamičan, učenici aktivno učestvuju u svakom njegovom dijelu. Stvara se jako dobra radna klima u razredu, učenik je u centru pažnje, iskazuje svoje stavove, prezentuje, predvode čas a nastavnik je taj koji ih samo usmjerava. Dinamičan čas, u kojem se lahko može ocijeniti učenički rad, ali što je najbitnije, može se vidjeti učenikovo zadovoljstvo u radu.

Metode i tehnike

Analiza problema kroz uzročno-posledičnu povezanost

Metoda razgovora

Metoda demonstracije

Collections

Priprema za čas - Srednja škola

Prosečna ocena

5