

Promovarea produselor și serviciilor

- Definire și relația cu conceptul de „Marketing” -



DISCIPLINA: EDUCAȚIE ANTREPRENORIALĂ

CLASA: A X-A

PROF. DR. MIHAELA POPESCU

COLEGIUL ECONOMIC „IULIAN POP”, CLUJ-NAPOCA

Competența generală:

1. Utilizarea conceptelor specifice educației antreprenoriale pentru organizarea demersurilor de cunoaștere și de explicare a unor fapte, evenimente, procese din viața reală

4. Evaluarea comportamentului adecvat unui mediu economico-social în schimbare

Competențe specifice:

1.2. Utilizarea adecvată a conceptelor specifice antreprenoriatului

4.2. Evaluarea schimbărilor și a tendințelor care intervin în mediul de afaceri

Obiectivele secvenței didactice:

Definirea conceptului de „Promovare a produselor”

Identificarea relației dintre conceptul de „Promovare a produselor” și conceptul de „Marketing”

Metode și procedee:

conversația, explicația, exercițiul

Mijloace didactice:

Pentru activități la distanță: conexiune la Internet, o aplicație care permite lecții online cu elevii (de exemplu suita de aplicații software pentru învățare SMART, <https://suite.smarttech-prod.com/>)

Pentru activitățile din clasă materialul poate fi adaptat pentru utilizarea tablei interactive și a aplicației SMART Notebook

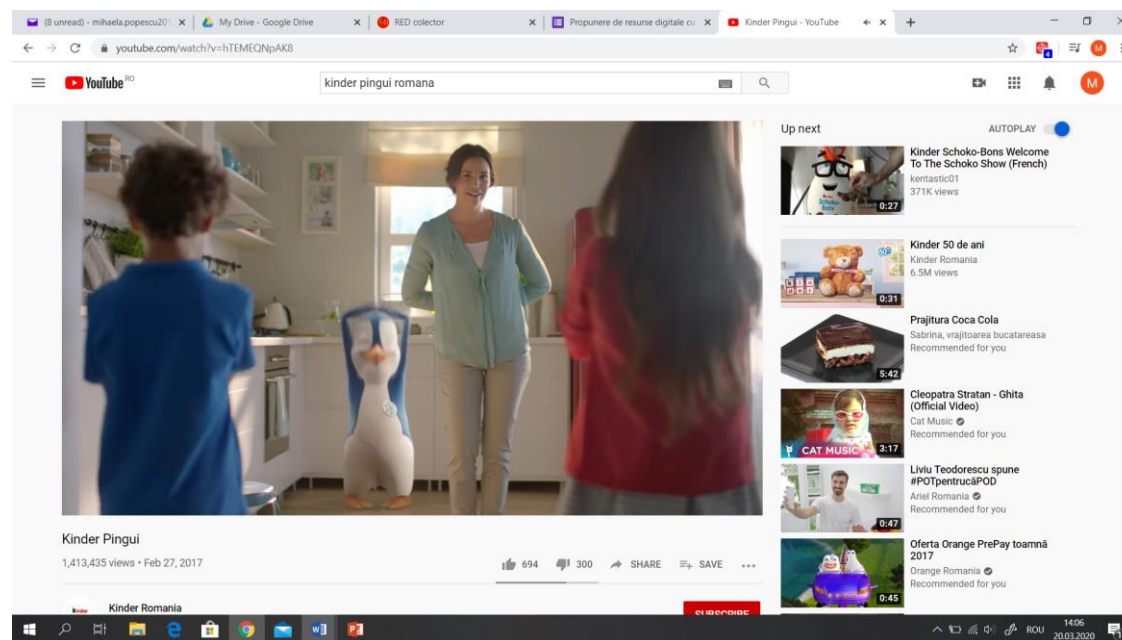
Evocarea

- Vizionarea unui clip: o reclamă video pentru promovarea produsului Kinder Pinguin
- Discuție privitoare la impactul reclamei
 - Din perspectiva potențialilor clienți
 - Din perspectiva companiei

Sursa:

<https://www.youtube.com/watch?v=hTEMEQNpAK8>

Accesat în 20.03.2020



Realizarea sensului

- Sarcina 1: PENTRU A DEFINI

PROMOVAREA PRODUSELOR ȘI SERVICIILOR,
INSERAȚI OBIECTELE ÎN CASETA POTRIVITĂ

➤ Ce este?

➤ Cu ce scop se face?

Ce este?	Cu ce scop se face?

1. Acțiuni de informare a potențialilor cumpărători

2. Satisfacerea dorințelor potențialilor cumpărători

3. Acțiuni de atragere a potențialilor cumpărători

4. Creșterea vânzărilor companiei

5. Mijloace de informare a potențialilor cumpărători

6. Satisfacerea nevoilor potențialilor cumpărători

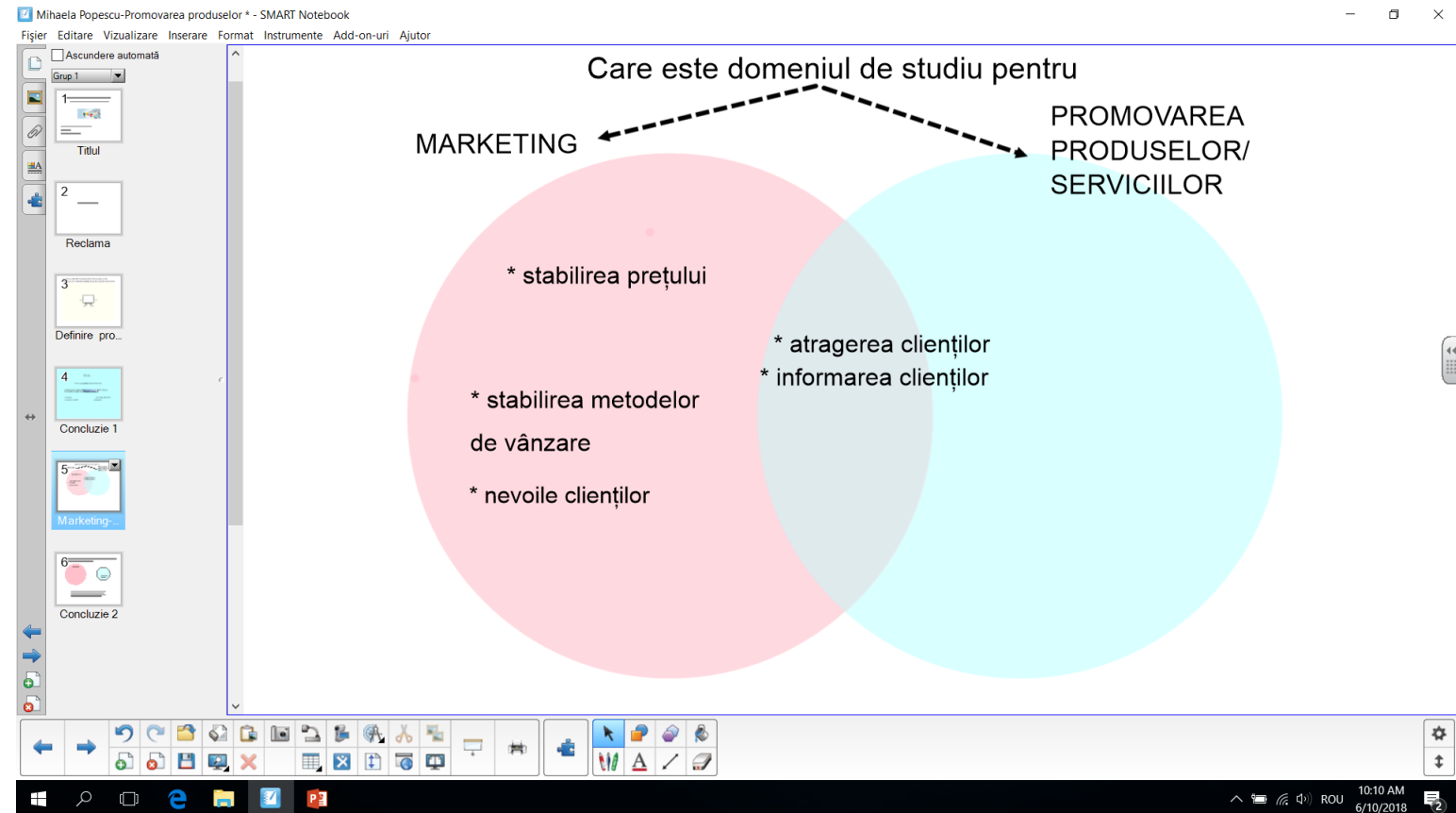
7. Mijloace pentru atragerea potențialilor cumpărători

Sarcina 2: Definirea conceptului de „Promovare a produselor și serviciilor” (dacă folosiți tabla interactivă, puteți folosi aplicația „Lupa” – am subliniat cu caractere italice ceea ce se ascunde din text)

DECI:

Promovarea produselor și serviciilor se referă la *ansamblul de acțiuni și mijloace* care vizează *informarea și atragerea* potențialilor clienți, cu scopul *informării* acestora, precum și cu scopul creșterii *vânzărilor companiei*.

Sarcina 3: Delimitați sfera conceptelor: „Promovarea produselor și serviciilor” și „Marketing” (Diagrama Venn)



Reflecția

- Sarcina 1: Comentați relația dintre cele două concepte „Promovarea produselor și serviciilor” și „Marketing”

- Sarcina 2: Comentați următoarea idee care îi aparține lui Peter Druker:

„Cu siguranță că vânzarea va exista întotdeauna. Dar rolul marketingului constă în a face vânzarea de prisos. Scopul său este de a cunoaște și a înțelege atât de bine clientul, încât produsul sau serviciul să se potrivească perfect cu dorințele acestuia și vânzarea să se facă de la sine. Ar fi ideal ca marketingul să ducă la formarea unei clientele pregătite să cumpere. După care n-ar mai trebui decât să se pună la dispoziția acestuia produsul sau serviciul”. (sursa <http://video.elearning.ubbcluj.ro/wp-content/uploads/2016/08/Principiile-marketingului.pdf>, accesat în 24.03.2020)

