

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ
бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Омской области
«ОМСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

**МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА
УЧЕБНОГО ЗАНЯТИЯ**

Специальность 43.02.02 *«Прикладная эстетика»*
по теме *«Маркетинговые коммуникации в условиях рынка»*

Преподаватель: Беспалова И.А

ОМСК 2017

Технологическая карта учебного занятия

1. Ф.И.О. педагога: **Беспалова И.А.**

2. Цикл учебных дисциплин: *профессиональный модуль*

3. Название учебной дисциплины: **ПМ 05 «Организация работы предприятия косметических услуг и управление им» МДК 05.01. «Экономика и управление предприятием оказывающим косметические услуги.»**

4. Раздел программы: **Организация маркетинговой деятельности.**

5. Тема учебного занятия: **Маркетинговые коммуникации в условиях рынка.**

6. Тип учебного занятия: *урок изучения нового материала.*

7. Планируемые результаты обучения

ОК2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество

ОК3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями

ОК7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ПК7.2. Организовывать продвижение услуг и работу с потребителями.

8. Цель учебного занятия: **Выявление основных видов маркетинговых коммуникаций, составление их характеристик в условиях учебного занятия.**

9. Задачи:

- выявить основные направления товарной политики

- охарактеризовать полезные свойства товара
- проанализировать жизненный цикл товара (услуги)
- узнать основные виды продвижения товара (услуги) на рынок
- определить основные задачи и функции рекламы
- узнать виды и средства рекламы

10. Образовательные технологии: проблемное обучение, технология учебного сотрудничества, информационно-коммуникативная технология, технология направляющего текста.

11. Информационно-образовательные ресурсы:

Информационные листы, задания для групп, направляющий текст, блок-схемы, тесты, оценочные листы, презентация занятия.

рекламный проспект: Основы маркетинга парикмахерского искусства.

12. Оборудование и материалы: ноутбук, телевизор

	время	Характеристика деятельности		Учебно-методическое обеспечение
		педагога	обучающихся	
Мотивационно-целевой этап	2	<p>I. Организационный момент</p> <p>Приветствие. Проверка готовности.</p> <p>Инструктаж по организации групповой и индивидуальной работы и работы с пакетом раздаточного материала</p>	<p>Дежурный сообщает об отсутствующих</p> <p>Знакомятся с пакетом раздаточного материала (направляющий текст, информационный лист, оценочный лист)</p>	<p>направляющий текст</p> <p>информационные листы</p> <p>Задания</p> <p>оценочный лист</p>
	5	<p>II. Формулировка темы, цели и задач занятия.</p> <p>Тема нашего занятия связана с продолжением темы раздела, в котором мы находимся. Студенты называют тему раздела «Организация маркетинговой деятельности».</p> <p>Кто главный для предприятия на рынке? (потребитель)</p> <p>Как называются связи предприятия с потребителем? (коммуникации)</p> <p>значит наша тема сегодня</p> <p>Называет тему занятия: <u>Маркетинговые коммуникации в условиях рынка</u></p> <p>Постановка цели: подумаем, как сформулировать цель нашего занятия.</p> <p>наводящие вопросы:</p> <p>если посмотреть задания, с которыми вы столкнетесь сегодня то</p>	<p>Выдвигают предположения</p> <p>Отвечают на вопросы</p> <p>Предлагают варианты</p> <p>формулировки темы</p> <p>Записывают тему занятия в тетради.</p>	<p>Видеослайд: Тема занятия</p> <p>Видеослайд: Цель занятия</p>

	<p>можно увидеть, что мы будем анализировать? (отвечают: товарную политику предприятия, направления продвижения товара (услуги) на рынок, рекламу.) А это составляющие? (отвечают: маркетинговых коммуникаций) Цель занятия: <i>Выявление основных видов маркетинговых коммуникаций, составление их характеристик в условиях учебного занятия.</i></p> <hr/> <p>Постановка проблемы: Занятие посвящено маркетинговой деятельности предприятия. Маркетинговая деятельность предприятия является краеугольным камнем в бизнес планирование и практической деятельности предприятия. Насколько эффективно проработан маркетинг и насколько эффективно проведены маркетинговые исследования, от этого зависит будущее бизнеса и предприятия в целом. Главным лицом на рынке является потребитель. Чем будет привлечен и очарован потребитель? Насколько проработаны основные связи (коммуникации) предприятия с потребителем? Какие проблемы необходимо решить, чтобы привлечь потребителя?</p> <p>Постановка задач: подумайте, какие задачи нам необходимо решить, работая над поставленной проблемой? <i>Наводящие вопросы:</i> Что важно знать о товаре (услуги), чтобы привлечь потребителя? Может ли товар меняться во времени? Применимы ли такие термины (рождение, старение, смерть) для товара?</p>	<p>Отвечают на вопросы</p> <p>Отвечают на вопросы Предлагают задачи.</p>	<p>Видеослайд: Задачи занятия</p>
--	--	---	--

	2	<p>Чем можно привлечь потребителя?</p> <p>Формулирует <i>задачи занятия</i>:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. выявить основные направления товарной политики 2. охарактеризовать полезные свойства товара 3. проанализировать жизненный цикл товара (услуги) 4. узнать основные виды продвижения товара (услуги) на рынок 5. определить основные задачи и функции рекламы. 6. узнать виды и средства рекламы. <hr/> <p>Предлагает записать план занятия</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Товарная политика фирмы 2. Продвижение товара (услуги) на рынок и его формы. 3. Реклама. Виды и средства рекламы <p><i>Выявление основных видов маркетинговых коммуникаций, их характеристика.</i></p> <hr/> <p><i>III. Актуализация знаний</i></p> <p>Поясните значимость связи предприятия с потребителем? Назовите основные виды связей предприятия с потребителем? Назовите, основные рычаги заинтересованности потребителя в продукции предприятия?</p>	<p>Записывают план занятия</p> <p>отвечают на вопросы.</p>	
--	---	---	--	--

	время в мин.	Характеристика деятельности		Учебно-методическое обеспечение
		педагога	обучающихся	
Операционально-содержательный этап	2	<p>Информирование: Группа разбилась на три команды, в результате жребия каждая команда получила задание, в информационном листе необходимо познакомиться с заданием. Вам необходимо проанализировать задание и решить, какая информация необходима для заполнения блок-схемы и подготовке презентации по выбранному вопросу в соответствии с заданием. Какая дополнительная информация необходима, чтобы подготовить презентацию с использованием блок-схемы. Найти недостающую информацию.</p>	<p>Знакомятся с заданием, с информационным листком, с направляющим текстом, с блок-схемой, определяют где можно найти информацию.</p>	<p>Листы заданий информационный лист, направляющий текст, блок-схема, учебник. Видеослайд: информирование</p>
	11	<p>Планирование: Вам необходимо ответить на вопросы в соответствии с заданием:</p> <ol style="list-style-type: none"> Каковы основные направления продвижения услуги на рынок? <i>1 группа- Товарная политика фирмы.</i> Дайте понятие «товара» и «услуги»? Объясните различия, существующие между ними. Охарактеризуйте два главных показателя товара (услуги). Перечислите и объясните полезные свойства товара. Дайте понятие «жизненный цикл» товара (услуги). Проанализируйте, что происходит на каждом этапе 	<p>Выполняют задание в группе. Читают материал учебника, информационный лист, заполняют блок-схему, составляют презентацию. Готовятся к ответу.</p>	<p>Листы заданий, информационный лист, направляющий текст, блок-схема, рекламный проспект: Основы маркетинга парикмахерского искусства. оценочный лист Видеослайд:</p>

	50	<p>жизненного цикла товара (услуги).</p> <p>2 группа-Продвижение товаров (услуг) на рынок.</p> <p>7. Дайте понятие «продвижение товаров»?</p> <p>8. Каковы задачи продвижения товаров(услуг) на рынок?</p> <p>9. Какова главная цель продвижения товаров, услуг на рынок?</p> <p>10. Перечислите основные формы продвижения товаров (услуг) на рынок?</p> <p>11. Дайте характеристику каждой формы продвижения товаров (услуг) на рынок?</p> <p>3 группа – Реклама. Основные виды и средства рекламы.</p> <p>12. Дайте понятие «реклама».</p> <p>13. Расскажите об истории развития рекламы.</p> <p>14. Объясните основные задачи рекламы</p> <p>15. Перечислите основные функции рекламы.</p> <p>16. Объясните с примерами каждый вид рекламы.</p> <p>17. Какие из перечисленных вами видов и средств рекламы наиболее актуальны для вашего бизнеса? (аргументируйте ответ)</p> <p>Выполнение: Выполните задание в соответствии с откорректированным планом:</p> <p>1. Заполните и, если необходимо дополните блок- схему по выбранному вопросу в соответствии с заданием. Перед выполнением блок- схемы проанализируйте связи между основными элементами вопроса.</p> <p>2. Найдите в учебнике и информационном листе основные элементы вашего вопроса. Восстановите последовательность</p>	<p>Показывают и комментируют презентацию выполненного задания. Отвечают на вопросы преподавателя, студентов. Проводят взаимооценку по предложенному эталону. Вносят баллы в оценочный лист.</p>	<p>планирование</p> <p>Листы заданий, информационный лист, направляющий текст, блок-схема, рекламный проспект : Основы маркетинга парикмахерского искусства. оценочный лист Видеослайды: Выполнения,</p>
--	----	---	---	--

	10	<p>основных составляющих вашего вопроса в соответствии с вашим заданием, охарактеризуйте каждое составляющие.</p> <p>3.Представьте проделанную работу в виде презентации вопроса в соответствии с вашим заданием, используя блок-схему, доску, учебник, информационный лист.</p> <p>Каждая группа разрабатывает один из вопросов темы:</p> <p>I группа – <i>Товарная политика фирмы</i></p> <p>II группа – <i>Продвижение товаров (услуг) на рынок</i></p> <p>III группа – <i>Реклама. Основные виды и средства рекламы.</i></p> <p>Тестирование: Выполните тесты после презентации всех трех вопросов.</p>	<p>отвечают на вопросы теста индивидуально, проводят взаимооценку по предложенному эталону.</p> <p>Вносят баллы в оценочный лист.</p>	<p>блок-схемы.</p> <p>Оценочный лист, Эталоны ответов Видеослайды: тестирование, эталоны ответов. оценочный лист</p>
--	----	--	---	--

	Врем	Характеристика деятельности		Учебно-методическое обеспечение
		педагога	обучающихся	
Рефлексивно-оценочный этап	7	<p><i>IV. Подведение итогов.</i></p> <p>Преподаватель обращает внимание на проблему и вопросы, поставленные в начале занятия. Уточняет, все ли задачи решены. Что мы с вами делали, чтобы решить эти задачи? (работали с источниками, с текстом учебника, составляли презентацию, работали индивидуально, в группах)</p> <p>Вернемся к цели урока. Поставленная цель достигнута? В чем были трудности в работе? Выставление оценок</p>	<p>Отвечают на вопросы</p> <p>Отвечают на вопросы Подсчитывают баллы за все выполненные задания выставляют оценки</p>	<p>Оценочный лист Критерии оценки Видеослайд: оценочный лист перевод баллов в оценку</p>
	1	<p><i>V. Домашнее задание</i></p> <p>1. Разработать методы стимулирования для своего бизнеса (салон красоты и здоровья) 2. Проанализировать возможные формы связи с общественностью своего бизнеса. 3. Разработать виды и средства рекламы эффективные для бизнеса красоты и здоровья (не менее трех)</p>	<p>Записывают домашнее задание</p>	<p>Видеослайд: домашние задание.</p>