

Технологическая карта урока

ФИО педагогического работника: Мешкова Лариса Ивановна

Тип занятия: изучения и первичного закрепления новых знаний и способов деятельности

Дисциплина: ОП.12 Основы маркетинга

Тема: Сегментирование рынка

Нормативные документы: 1) ФГОС СПО по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

2) Учебная программа ОП.12 Основы маркетинга

С целью овладения профессиональными компетенциями обучающихся в ходе освоения дисциплины должен уметь:

- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
- обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
- проводить маркетинговые исследования рынка;

знать:

- средства: удовлетворение потребителей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику
- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;

Цель:

Образовательная: сформировать умение определять (различать) потребительские сегменты, используя признаки сегментации

Развивающая: развить умения анализировать полученные данные, делать выводы и принимать решения на основе обобщенной информации

Воспитательная: создать условия для развития внимательности и ответственности

Форма занятия: лекция

Межпредметные связи: учебные дисциплины Статистика, Документационное обеспечение управления, Основы рыночной экономики

Структура занятия:

1	Организационный момент	3
2	Постановка темы и целей урока	3
3	Проверка знаний, умений, навыков	12
4	Подготовка к восприятию нового материала	2
5	Изучение нового материала	55
6	Закрепление изученного материала	12
7	Домашнее задание	3

Используемая литература:

Основные источники:

1. Барышев А.Ф., Маркетинг, ОИЦ «Академия», 2014
2. Котерова Н.П., Основы маркетинга, ОИЦ «Академия», 2014
3. Мурахтанова Н.М., Еремина Е.И., Маркетинг, ОИЦ «Академия», 2014
4. Панкрухин А.П. Маркетинг, ОМЕГА, 2013 г.
5. Уткина Э.А. Маркетинг, Тандем, ЭКМОС, 2011 г. – 320 с.

Дополнительные источники:

6. Алешина И.В. Поведение потребителей. Учебное пособие, Изд-во «Гранд», 2009г.
7. Ассель Генри Маркетинг: принципы и стратегия, ИНФРА, 2007
8. Голиков Е.А. Маркетинг и логистика, Издательский дом «Дашков и К », 2009г.
9. Котеров Н.П. Основы маркетинга, ОИЦ «Академия», ОИЦ «Академия», 2003г. – 141с.

Интернет-ресурсы:

<http://www.aup.ru>.

<http://marketing-now.ru/>

Ход урока	Цель	Деятельность преподавателя	Деятельность студента	Результат
Этапы				
1. Организационный момент	Организация группы на урок Мотивация учебной деятельности	Приветствие обучающихся, проверка присутствующих	Приветствие преподавателя, подготовка к уроку	Готовность группы к уроку
Метод - словесный Методический приём-информационно-сообщающий Форма обучения - групповая Средства обучения - ПК, проектор				
2. Постановка темы и целей урока	Обеспечение восприятия, первичного запоминания знаний и способов деятельности, связей и отношений в объекте изучения: Сегментирование рынка	Предъявление информации.	Воспроизведение знаний при ответах на вопросы преподавателя	Готовность группы к восприятию новых знаний
Метод – словесный Методический приём - информационно-сообщающий Форма обучения – групповая Средства обучения - ПК, проектор				
3. Проверка знаний, умений, навыков	Проверка знаний и умений обучающихся, актуализация знаний	Тестирование: вопросы по основным понятиям баз данных	Восприятие и осознание знаний, их запоминание	Запись и первичное осмысление новых знаний.
Метод - Объяснительно-иллюстративный Методический приём- информационно-сообщающий Форма обучения - групповая Средства обучения – ПК				
4. Подготовка к восприятию нового материала	Обеспечение осмысления способов деятельности в объекте изучения: определить сегменты рынка по запросам покупателей	Организация действий учащихся с объектом изучения: выбор целевого рынка	Определение критерий сегментации рынка	Активные действия учащихся с объектом изучения: позиционирование товара

Метод – репродуктивный
Методический приём - выполнение задания с опорой на материал презентации
Форма обучения - индивидуальная

Средства обучения – ПК				
5. Изучение нового материала	Проверка усвоения новых знаний	Задаёт вопросы по изученной теме: Сегментирование рынка	Отвечают на вопросы преподавателя	Адекватность самооценки обучающихся оценке преподавателя
Метод - словесный Методический прием – опрос по изученным функциям Форма контроля – фронтальная Средства обучения – ПК				
6. Подведение итогов занятия	Уточнение и разъяснение сложных моментов в новых знаниях	Поясняет особо трудные моменты лекции, выставление оценок	Задают вопросы преподавателю	Осмысление новых знаний
Метод - словесный Методический приём – информационно-сообщающий Форма обучения- фронтальная Средства обучения – ПК				
7. Выдача домашнего задания	Установление уровня осознанности выполнения домашнего задания	Озвучение требований к изучению пройденного материала	Осознание выполнения домашнего задания	Правильность выполнения домашнего задания
Метод - словесный Методический приём - запись на экране ПК Форма обучения - фронтальная Средства обучения - ПК, проектор				