**PROBĂ PRACTICĂ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Domeniul de pregătire profesională** | **Economic - Comerț** |
| **Calificarea profesională** | **Tehnician în activități economice, Tehnician în administrație, Tehnician în activități de comerț, Tehnician în achiziții și contractări** |
| **Modul** | **Politici de marketing** |
| **Clasa** | **a XII-a** |

**Rezultatele învățării**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Cunoştinţe** | **Abilităţi** | **Atitudini** |
| 9.1.4. Descrierea unei game de produse/servicii şi a dimensiunilor acesteia.  9.1.5. Precizarea etapelor lansării unui produs/serviciu nou pe piaţă. | 9.2.5. Analizarea gamei de produse şi a evoluţiei ei în timp.  9.2.6. Elaborarea strategiei de lansare a unui nou produs/serviciu pe piaţă. | *9.3.2. Implicarea activă în analizarea produsului/serviciului şi a politicii de produs.*  9.3.3. Argumentarea clară şi concisă a alegerii strategiei de produs. |

**Obiective:**

O1.Măsura în care elevul este capabil să identifice un produs local

O2. Măsura în care elevul este capabil să analizeze componentele produsului în optica de marketing

O3. Măsura în care elevul este capabil să proiecteze lansarea produsului pe o nouă piață

O4. Măsura în care elevul este capabil să argumenteze alegerea făcută

**Mod de organizare a activităţii:**

* Activitate pe grupe

**Resurse materiale:**

* Foi de hârtie, lap top, programe de realizare a prezentîrilor electronice

**Durată: 120 minute**

**Desfăşurare:**

**Pregătire:**

* Se organizează elevii în grupe de câte 3-4 persoane pe criteriul ales de profesor

**Activitate**

**Studiul pieței produsului......**

Identificați un produs local/ românesc. Realizați un studiu al pieței acestui produs în localitatea voastră.

1. Scurt istoric al produsului;
2. Componente corporale ale produsului: caracteristici merceologice, ambalaj utilizat
3. Componente acorporale: nume, marcă, prețul la care este comercializat produsul, instrucțiuni de folosire, protecție legală, producător etc.
4. Comunicații cu privire la produs (cum este promovat produsul);
5. Imaginea produsului pe piață ( intervievați un număr de 3 persoane cu privire la produsul ales).
6. Doriți să lansați produsul pe o nouă piață. Descrieți etapele ce vor fi parcurse.
7. Prezentaţi rezultatele colegilor ( Power Point/ Prezi/ Ari Powtoon).

**GRILA DE EVALUARE**

**Criterii de realizare şi ponderea acestora**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Nr. crt. | Criterii de realizare şi ponderea acestora | | Indicatorii de realizare şi ponderea acestora | | Punctaj max | Punctaj acordat |
| 1. | Primirea şi planificarea sarcinii de lucru | 30% | Selectarea informaţiilor cu privire la produsul local. | 60% | 18 p |  |
| Alegerea instrumentelor de lucru: prezentarea electronică( PPT, Prezi, Canva) | 40% | 12 p |  |
| 2. | Realizarea sarcinii de lucru | 40% | Respectarea etapelor prezentate de cadrul didactic | 25% | 10 p |  |
| Analiza componentelor produsului în optica de marketing | 50% | 20 p |  |
| Utilizarea corectă a noțiunilor științifice. | 25% | 10 p |  |
| 3. | Prezentarea şi promovarea sarcinii realizate | 30% | Folosirea corectă a terminologiei de specialitate | 20% | 6 p |  |
| Prezentarea unei aprecieri globale a muncii realizate. | 20% | 6 p |  |
| Argumentarea alegerii facute | 40% | 12 p |  |
| Prezentarea analizei făcute corect | 20% | 6 p |  |