



Автор: Сейсекенова Мейрамбала Бейсембековна

Предмет: Основы экономики

Класс: 10 класс

Раздел: Предпринимательство как экономическое явление, процесс и качество личности

Тема: Маркетинг и маркетинговая деятельность

Цели обучения (ссылка на учебную программу):	Ссылка на видео: https://disk.yandex.com/i/QQAzrSOQhjrEfA
Цели урока:	Изучить основные концепции маркетинга – познакомить учащихся с основными понятиями и терминами, связанными с маркетингом и маркетинговой деятельностью. Ознакомить с этапами маркетингового процесса – рассмотреть ключевые этапы маркетинговой деятельности, включая исследование рынка, целеполагание, стратегию позиционирования и продвижение товаров и услуг. Понять важность маркетинга для бизнеса – объяснить, как эффективный маркетинг влияет на успех компании и способствует удовлетворению потребностей клиентов. Развить навыки анализа маркетинговых стратегий – научить учащихся анализировать и оценивать различные маркетинговые стратегии и их влияние на целевую аудиторию.
Языковые цели:	Расширение словарного запаса – учащиеся должны ознакомиться с ключевыми терминами и понятиями, связанными с маркетингом, такими как "целевой рынок", "позиционирование", "продуктовый микс", "реклама", "брендинг". Развитие навыков чтения и анализа – учащиеся будут читать и анализировать тексты, статьи и исследования на тему маркетинга, что поможет им лучше понимать концепции и применять их в контексте. Устная практика – учащиеся смогут обсуждать темы, связанные с маркетингом, развивая устные навыки общения и умение аргументировать свою точку зрения. Навыки письменного выражения – учащиеся должны уметь формулировать свои мысли и идеи письменно, например, в эссе или отчетах по темам, связанным с маркетинговой деятельностью.
Ожидаемый результат:	Понимание основных концепций маркетинга – учащиеся смогут четко объяснить, что такое маркетинг и какие его основные элементы. Знание этапов маркетингового процесса – учащиеся будут знакомы с ключевыми этапами маркетинговой деятельности и смогут описать их последовательность и значение. Осознание важности маркетинга для бизнеса – учащиеся смогут аргументировать, как маркетинг влияет на успех компании и удовлетворение потребностей клиентов. Способность к анализу маркетинговых стратегий – учащиеся научатся оценивать различные маркетинговые стратегии и их влияние на целевую аудиторию. Понимание цифрового маркетинга – учащиеся смогут объяснить, как новые тренды в области цифрового маркетинга влияют на традиционные методы.
Критерии успеха:	Понимание ключевых понятий – учащиеся могут четко объяснить основные термины и концепции, связанные с маркетингом. Анализ маркетинговых стратегий – учащиеся способны выявлять и оценивать маркетинговые стратегии, используя реальные примеры. Критическое мышление – учащиеся могут критически оценивать информацию о маркетинговых подходах, рассматривая различные точки зрения и формируя собственное мнение. Участие в обсуждениях – учащиеся активно участвуют в групповых обсуждениях, высказывая свои идеи и аргументы, и способны поддерживать конструктивный диалог с одноклассниками.
Привитие ценностей:	Клиентоориентированность – формирование у учащихся понимания важности удовлетворения потребностей клиентов и создания ценности для них. Ответственность – привитие чувства ответственности за маркетинговые решения и их влияние на общество и окружающую среду. Креативность и инновации – развитие стремления к креативным подходам и внедрению новых идей в маркетинговые стратегии. Сотрудничество – формирование ценностей командной работы и сотрудничества в процессе разработки маркетинговых решений. Этика в маркетинге – привитие понимания необходимости этических методов в рекламе и продвижении продуктов и услуг.

Навыки использования ИКТ:	Поиск информации – учащиеся должны уметь эффективно искать и анализировать информацию о маркетинге и маркетинговой деятельности в интернете и других ресурсах. Использование презентационных программ – развитие навыков создания презентаций с использованием программ, таких как PowerPoint или Google Slides, для представления своих идей и анализов. Работа с онлайн-ресурсами – обучение учащихся использованию онлайн-курсов, вебинаров и других цифровых платформ для изучения маркетинга. Создание контента – формирование навыков написания статей, блогов или социальных медиа-постов на темы, связанные с маркетинговой деятельностью. Анализ данных – развитие навыков работы с инструментами анализа данных и маркетинговыми аналитическими программами.
Межпредметная связь:	Экономика – связь с курсом экономики в изучении влияния маркетинга на финансовые результаты предприятий. Социология – анализ потребительского поведения и влияния социокультурных факторов на маркетинг. Психология – изучение мотивации потребителей и влияния маркетинговых стратегий на принятие решений. История – рассмотрение исторических примеров успешных и неудачных маркетинговых кампаний и их последствий. Искусство – использование креативных подходов и дизайнерских решений в маркетинговых материалах и рекламе.
Предыдущие знания:	Основы бизнеса – учащиеся уже должны иметь базовые знания о принципах ведения бизнеса и ключевых аспектах предпринимательской деятельности. Коммуникационные навыки – умение общаться и работать в команде, что является важным для понимания маркетинговых процессов. Знания о потребительском поведении – предшествующий опыт обсуждения факторов, влияющих на выбор потребителей. Основы управления – базовые знания о принципах управления и организации работы команды, что помогает понять важность маркетинга. Технологии – предварительные знания о современных технологиях и их применении в бизнесе, особенно в сфере цифрового маркетинга.

Ход урока

Этапы урока	Запланированная деятельность на уроке	Ресурсы
Начало урока (5 минут)	Организационный момент (5 минут) Приветствие и объявление темы урока. Введение в значимость маркетинга для успешного ведения бизнеса.	
Середина урока (30 минут)	Введение в тему: Понятие маркетинга (5 минут) Определение маркетинга: что это такое и какие основные его функции. Обсуждение: каковы ваши ассоциации с маркетингом? Примеры из повседневной жизни. Этапы маркетингового процесса (5 минут) Рассмотрение ключевых этапов: исследование рынка, сегментация, целеполагание, позиционирование, продвижение. Примеры: успешные маркетинговые кампании и их этапы. Задание 1: Исследование рынка (10 минут) Учащиеся делятся на группы и получают задания провести мини-исследование: выбрать продукт, изучить его целевую аудиторию и основные конкуренты. Обсуждение результатов в группах. Презентация групповых исследований (10 минут) Каждая группа представляет результаты своего мини-исследования, акцентируя внимание на целевой аудитории и конкурентных преимуществах.	
Конец урока (5 минут)	Обсуждение новых трендов в цифровом маркетинге: SEO, контент-маркетинг, SMM. Вопрос для обсуждения: как цифровой маркетинг изменяет традиционные методы?	
Рефлексия (5 минут)	Рефлексия: что нового узнали о маркетинге и его роли в бизнесе? Вопросы на самооценку: Как вы оцениваете свои знания о маркетинговой деятельности? Какие аспекты маркетинга вам были наиболее интересны?	