

SREDNJA ŠKOLA BLATO

OPERATIVNI PROGRAM IZ PREDMETA: Promotivne aktivnosti

RAZREDNI ODJEL: 3 prodavač

BROJ SATI TJEDNO: 2

BROJ SATI GODIŠNJE: 64

ŠKOLSKA GODINA 2018/19.

| RB | Nastavna cjelina | Nastavna jedinica | Nastavna metoda | Korelacija |
|----|---------------------|---|------------------|------------|
| 1 | | Uvodni sat | | |
| 2 | Promocija kao | Pojam i cilj tržišnog komuniciranja | Izlaganje | |
| 3 | funkcija marketinga | Trgovina u kontekstu tržišnog komuniciranja | | |
| 4 | | Marketing kao poslovna aktivnost | | |
| 5 | Aktivnosti | Činitelji marketinga u trgovini | | |
| 6 | pospješivanja | Ponavljanje gradiva | | |
| 7 | prodaje | Provjera znanja | | |
| 8 | usmjerene na robu | Osobna prodaja | | |
| 9 | | Obilježja I zadaće osobne prodaje | | |
| 10 | | Čimbenici osobnoprodatjnoga procesa: Kupac | | |
| 11 | | Želje kupca, odnos kupca I odluke kupca o kupnji | Vježba | |
| 13 | Aktivnosti | Obilježja kupca I I kupovno ponašanje (dob I spol) | | |
| 14 | pospješivanja | Čimbenici osobnoprodatjnoga procesa: Roba | Izlaganje | |
| 15 | prodaje | Čimbenici osobnoprodatjnoga procesa: Mjesto prodaje | Razgovor, vježba | |
| 16 | usmjerene na | Elementi mjesta prodaje, vizualni identitet | Razgovor, vježba | |
| 17 | mjesto prodaje | Oblikovanje prodajnog prostora | Razgovor, vježba | |
| 18 | | Izlaganje robe I izlozi | -II- | |
| 19 | Aktivnosti | Čimbenici osobnoprodatjnoga procesa: Prodavač | -II- | |
| 20 | pospješivanja | Sposobnosti važne za rad prodavača | -II- | |
| 21 | prodaje usmjerene | Motiviranost prodavača za rad | | |
| 22 | na prodajno | Znanje I vještine prodavača | | |
| 23 | osoblje i kupce | Temperament I karakter prodavača | | |
| 24 | | Osobna prodaja kao interaktivni process:odnosni, sadr. Poticajni aspekt | -II- | |
| 25 | | Prodajni razgovor | -II- | |
| 26 | | Pripreme za vođenje prodajnog razgovora | -II- | |
| 27 | | Uspostavljanje kontakta s kupcem | -II- | |
| 28 | | Definiranje potreba kupaca | -II- | |
| 29 | | Prezentacija ponude | -II- | |
| 30 | | Dopunska ponuda | -II- | |
| 31 | | Rješavanje prigovora | -II- | |

| | | | | |
|----|---------------|------------------------------------|-----------|--|
| 32 | | Zaključivanje prodajnog razgovora | -II- | |
| 33 | | Ponavljanje | | |
| 34 | | Provjera znanja | -II- | |
| 35 | | Provjera znanja | | |
| 36 | | Aktivnosti pospješivanja prodaje | Izlaganje | |
| 37 | Organizacija | Istraživanje | Izlaganje | |
| 38 | pospješivanja | Planiranje | Izlaganje | |
| 39 | prodaje | Organjzacija | Izlaganje | |
| 40 | | Kontrola | Razgovor | |
| 41 | | Ponavljanja gradiva | | |
| 42 | | Provjera znanja | | |
| 43 | | Ekonomska propaganda | Izlaganje | |
| 44 | | Ciljevi ekonomske propagande | Izlaganje | |
| 45 | | Nosioci EP | Izlaganje | |
| 46 | | Prijenosnici EP | Izlaganje | |
| 47 | | Sredstva EP | Izlaganje | |
| 48 | | Publicitet | Razgovor | |
| 49 | | Ciljevi i definicija publiciteta | Izlaganje | |
| 50 | | Sadržaji, prijenosnici publiciteta | Izlaganje | |
| 51 | | Odnosi s javnošću | Izlaganje | |
| 52 | | Sinteza gradiva | | |
| 53 | | Ponavljanje | | |
| 54 | | Provjera znanja | | |
| 55 | | Pojam promotivnog spleta | Izlaganje | |
| 56 | | Ciljevi komuniciranja u trgovini | Izlaganje | |
| 57 | | Učinci promotivnog komuniciranja | Izlaganje | |
| 58 | | Oblikovanje promotivnog spleta | Izlaganje | |
| 59 | | Ponavljanje | Razgovor | |
| 60 | | Provjera znanja | | |
| 61 | | Zaključivanje ocjena | | |
| 62 | | Zaključivanje ocjena | | |

Borka Petković, prof.