

Menu pagrīsti mokymai apie rinkodarą

Koučingo sesijos vadovas suaugusiųjų švietėjams

Tikslai ir uždaviniai

TIKSLAI	UŽDAVINIAI
Išmokyti suaugusiųjų švietėjus, kaip kūrybiškai panaudoti literatūros kūrinis rinkodaros tema.	Gebės sudaryti ir įgyvendinti rinkodaros planą.
Pristatyti rinkodaros proceso etapus: rinkos tyrimai ir analizė, tikslinės produkto rinkos ypatybių nustatymas, strategijos planavimas ir metodų parinkimas	Supras kaip veikia rinkodara.
Išmokyti rinkodaros įgūdžių: kūrybiškai nustatyti, numatyti ir patenkinti klientų poreikius.	Gebės analizuoti tikslinę rinką ir kūrybiškai reklamuoti produktą, kuris atitiktų kliento poreikius.

Užsiēmimo metu naudojami metodai:



**Ļvadas į temą ir meno
kūrinius;**



Stebėjimas;



Savirefleksija;



Diskusija.

Koučingo sesijos planas:

Trukmė: 1 valanda

Reikalinga įranga ir priemonės:

- Nešiojamas kompiuteris ir projektorius
- Užduotys, susijusios su kūriniumi
- Popieriaus lapai, rašikliai ir spalvoti pieštukai

Koučingo sesijos struktūra ir medžiaga

*Pasirinkta tema:
Rinkodara*

STRUKTŪRA

1. Minčių lietus
2. Įvadas į temą
3. Literatūros kūrinio pristatymas
4. Diskusija:
 1. Literatūros kūrinio interpretacija
 2. Literatūros elementų analizė
 3. Tema remiantis literatūros kūrinium
5. Išvados
6. Temos apibendrinimas

PAPILDOMA MEDŽIAGA

1. Grupinių mokymų vadovas
2. Meno ir literatūros kūrinių duomenų bazė
3. Nuorodos į šaltinius, kur galima rasti daugiau informacijos apie literatūros kūrinių (neprivaloma)
4. Metodologija, kaip pritaikyti meną ir literatūrą ugdyme, skatinant kūrybiškumą ir novatoriškumą

Siūlomas tvarkaraštis

Nr.	Veiklos	Skirtas laikas
1	Minčių lietus	5 minutės
2	Įvadas į temą	10 minučių
3	Literatūros kūrinio pristatymas	5 minutės
4	Diskusija: <ol style="list-style-type: none"> 1. Literatūros kūrinio interpretacija 2. Literatūros elementų analizė 3. Tema remiantis literatūros kūrinium 	20 minučių
5	Išvados	15 minučių
6	Temos apibendrinimas	5 minutės
	VISAS SESIJOS PLANAS	1 valanda

1. Minčių lietus

Dalyviai atsako į klausimus, kurie parodys, jų požiūrį šia tema ir ką apie ją žino:

1. Ką žinote apie rinkodarą?
2. Jeigu jums reikėtų parduoti produktą, kaip jį įsiūlytumėte?
3. Ar esate reklamavę produktą?

2. Įvadas į temą

RINKODARA

Rinkodara reiškia skatinimą pirkti, parduoti produktą, paslaugą ar prekę. Iš esmės rinkodara yra klientų supratimo ir santykių su jais kūrimo bei palaikymo procesas.

Tai yra vienas iš pagrindinių verslo valdymo ir komercijos komponentų. Rinkodaros specialistai gali parduoti savo produktą kitoms įmonėms (B2B rinkodara) arba tiesiogiai vartotojams (B2C rinkodara).

Rinkodaros terminas, kuris paprastai vadinamas klientų pritraukimu, apima žinias, įgytas studijuojant mainų santykių valdymą, ir yra verslo procesas, kuriuo siekiama nustatyti, numatyti ir patenkinti klientų poreikius ir norus.

Koks yra rinkodaros planavimo procesas?

1. Rinkos tyrimai;
2. Tikslinės rinkos identifikavimas;
3. Tikslinės rinkos analizė;
4. Rinkodaros strategijos; apibrėžimas;
5. Rinkodaros metodų ir priemonių pasirinkimas;
6. Rinkodaros kampanijos planavimas;
7. Rinkodaros kampanijos paleidimas.

3.1 Literatūros kūrinio pristatymas

MENO KŪRINYS: pasaka

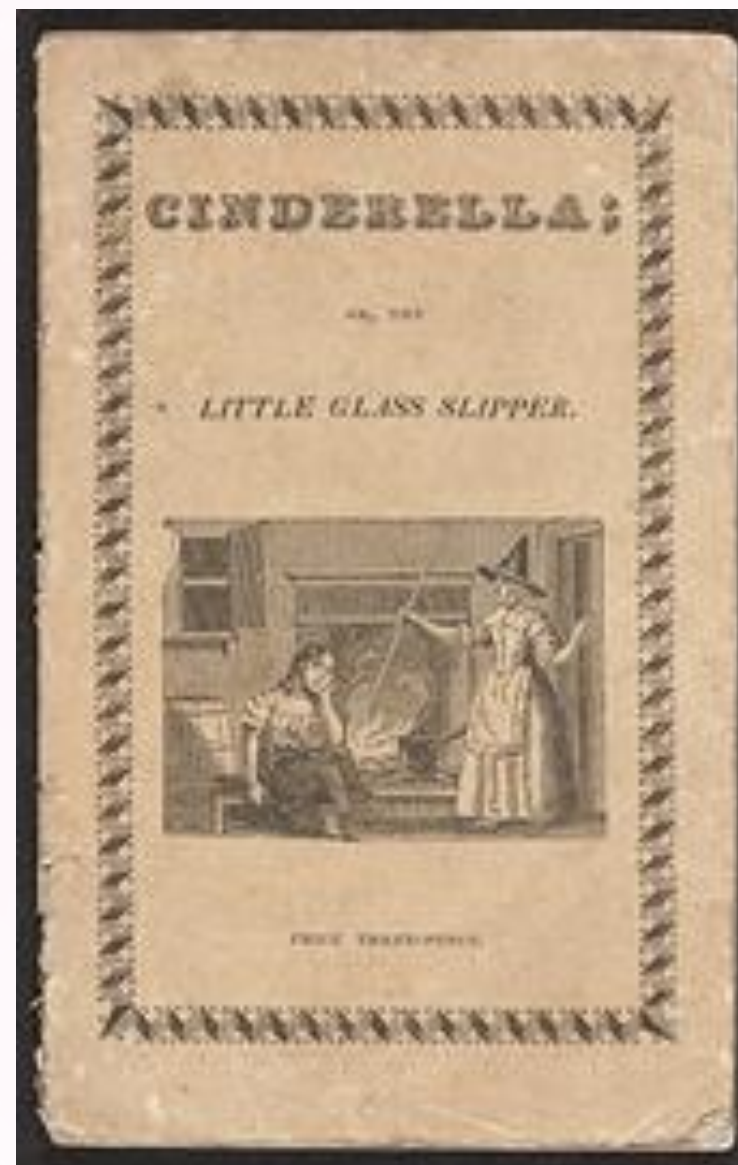
PAVADINIMAS: Pelenė

RAŠYTOJAS: Broliai Grimai, 1822

APRAŠYMAS:

Klasikinė „Pelenės“ pasaka yra apie gražią mergaitę, kuri yra našlaitė ir su kuria netinkamai elgiasi pamotė ir seserys.

Pelenė niekada nepasiduoda ir galiausiai susituokia su princu.



4.1 Diskusija: Interpretacija

Kaip interpretuoti literatūros kūrinius

Dalyviai apibūdina tai, ką jie mato / jaučia / supranta literatūros kūrinyje.

Diskusijos metu daugiausia dėmesio skiriama asmeninėms dalyvių nuomonėms, jausmams ir mintims apie literatūros kūrinį. Tikslas yra skatinti dalyvius pasidalinti savo nuomone pabrėžiant, kad visi atsakymai yra teisingi.

Galimi klausimai:

- a. Kokius jausmus ir mintis jums sukėlė šis kūrinys?
- b. Kokia pagrindinė kūrinio mintis?
- c. Su kokiais iššūkiais autorius susidūrė realizuodamas kūrinį?

Kaip analizuoti literatūros kūrinius

Kūrinio analizė pradedama nuo elementų, pavaizduotų knygoje.

Galimi klausimai diskusijai apie pristatytus kūrinius:

1. Kokie knygos elementai priverčia susimąstyti apie rinkodarą?
2. Kokie knygos elementai siejasi su rinkodaros strategijomis? Įvardykite juos ir kur/kaip juos rasti?
3. Apibūdinkite rinkodarą remdamiesi šiuo kūriniu.

4.2 Diskusija: Analizė

Papildoma medžiaga

Švietējas pasirinktinai gali pasiūlyti dalyviams papildomas medžiagas, susijusias su literatūros kūriniais.

Pirma

- Siužeto struktūra ar rašymo būdai

Antra

- Knygos istorinis ir aplinkos kontekstas
- Autoriaus biografija

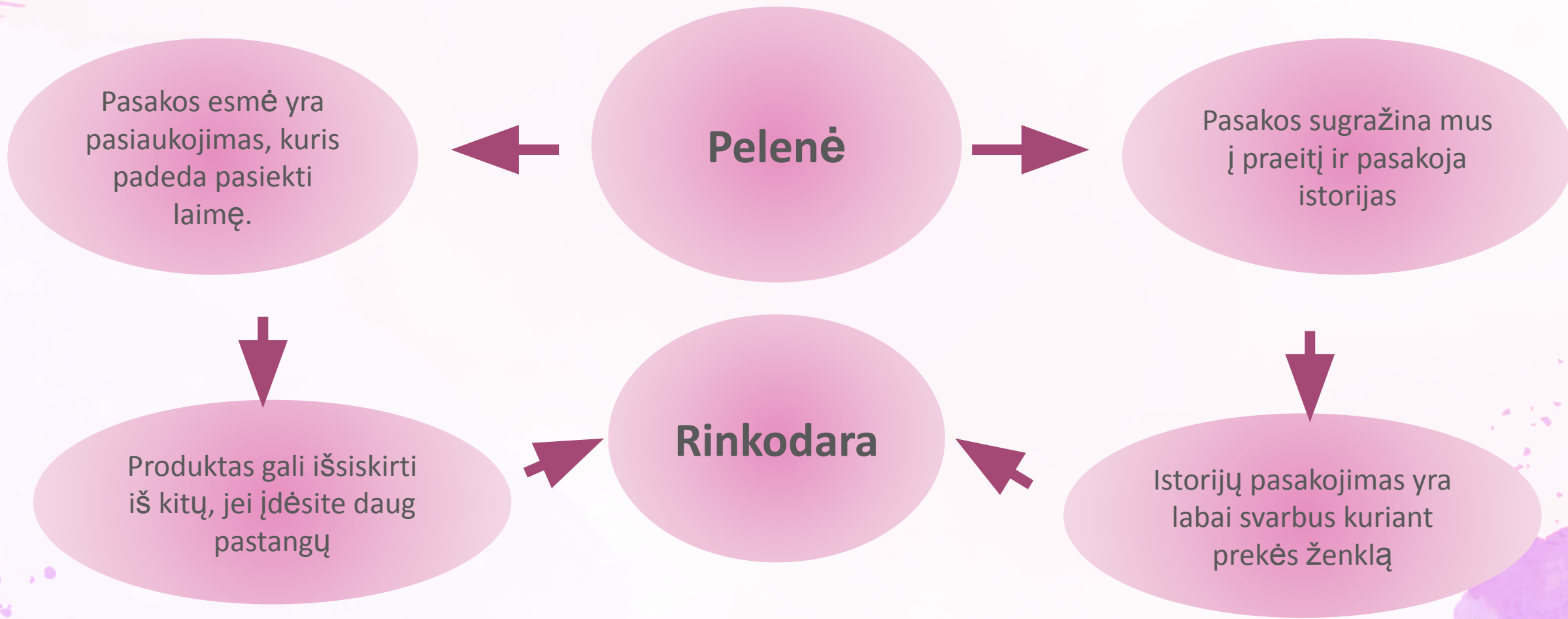
4.3 Diskusija: rinkodara remiantis literatūros kūrinio

Klausimas: Kur šiame kūrinyje galime rasti rinkodaros elementų?

Analizuojant literatūros kūrinio ir rinkodaros temą gali būti naudojami šie metodai:

1. Klausimai ir atsakymai
2. Minčių žemėlapiai
3. Klausimų kortelės
4. Viktorinos
5. Praktinis užsiėmimas, nupiešti arba aprašyti kaip dalyviai supranta literatūros kūrinį, remdamiesi tema.

Minčių žemėlapis pavyzdys



5. 1 Išvados

Kodėl pasirinkome šį literatūros kūrinį? (Šio klausimo galima nenaudoti).

Pasakoje galime rasti rinkodaros elementų:

Kūrinys „Pelenė“ yra puikus pasakojimo pavyzdys, kurį galima pritaikyti parduodant prekės ženklą. Archetipiniai personažai ir istorijos yra puikus šaltinis rinkodaros specialistams. Pasakos esmė yra pasiaukojimas, kuris padeda pasiekti laimę.

Asmuo gali lengvai susitapatinti su pagrindiniu pasakos veikėju, nes kiekvienas žmogus gyvenime yra patyręs netinkamą elgesį. Asmuo gali pajusti tai, ką išgyvena pelenė. Taip pat ir rinkodaroje. Būtina sukurti „prekės ženklo istoriją“, į kurią vartotojas galėtų įsijausti.

Nostalgijos elementas gali palengvinti procesą; kaip suaugusieji, taip ir pasakos sugrąžina mus į praeitį.

6. Temos apibendrinimas

Rinkodara yra verslo procesas, kuriuo siekiama nustatyti, numatyti ir patenkinti klientų poreikius.

Rinkodaros planavimo proceso etapai:

1. Rinkos tyrimai;
2. Tikslinės rinkos identifikavimas;
3. Tikslinės rinkos analizė;
4. Rinkodaros strategijos; apibrėžimas;
5. Rinkodaros metodų ir priemonių pasirinkimas;
6. Rinkodaros kampanijos planavimas;
7. Rinkodaros kampanijos paleidimas.

Pagrindinės sritys, kurias reikia nustatyti kuriant rinkodaros strategiją

Idėjos: kokį turinį kursite, ką juo perteiksite, kuo išsiskirsite?

Aktyvinimas: ką darysite, kad paskatintumėte vartotoją reaguoti, įsitraukti ir kalbėtis?

Vaizdas: kaip viskas atrodys, ar yra vizuali tema ar gairės?

Pasakojimas: grįžkite į turinį - kokią istoriją mes bandome papasakoti?