

AN INNOVATIVE
OUTREACH
PROGRAMME TO
EQUIP ADULTS WITH
DISSABILITIES WITH
KEY COMPETENCES
(SOCIAL
ENTREPRENEURIAL
AND DIGITAL)



ENTRE4ALL SREDIŠČE

Številka projekta: 2019-1-SI01-KA204-060426

O2. ENTRE4ALL: vodič za izobraževalno učenje za postavitev središč digitalnega socialnega podjetništva

O2.1. Poučevanje in gradiva na podlagi pristopa socialne aktivacije

Tehnike usposabljanja in gradivo za mentorje/ učitelje

Partner: Center ponovne uporabe

Datum: Oktober 2020



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Projekt je sofinanciran s strani Evropske komisije. To gradivo odraža samo stališča avtorja in Komisija ne more biti odgovorna za kakršno koli uporabo informacij, ki jih vsebuje. Številka projekta: 2019-1-SI01-KA204-060426

Modul	1. Podjetniške kompetence
Številka aktivnosti	M1-T4-A4
Tema	MARKETING
Učni rezultati	<p>Raven 3 - 4:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Razumeti komunikacijo s strankami - Razumevanje pomena potreb strank - Biti sposoben uporabljati družabna omrežja, FB in Instagram
Učni pristop	<input type="checkbox"/> Možnost kombiniranega učenja <input checked="" type="checkbox"/> F2F training <input type="checkbox"/> Individualno e-učenje <input type="checkbox"/> Učenje na daljavo <input checked="" type="checkbox"/> Praktično učenje <input checked="" type="checkbox"/> Skupinsko delo <input type="checkbox"/> drugo
Tehnika izobraževanja	Predavanje z vključenimi študijami primerov
Trajanje	170 MINUT
Prostor/oprema	Učilnica, dostop do interneta, projektor, pisalo, tabla, mize, stoli, zvezki, papir A3, flomastri
Udeleženci potrebujejo:	Pametni telefon
Priloženi delovni listi	I.1-1[Moja oglaševalska kampanja]
Glavne naloge / postopek	<p>1. Naloga 1: Predavanje prilagodite zmožnostim udeležencev.</p> <p>Učno uro pričnite z videom; Kaj je marketing? https://www.youtube.com/watch?v=8Sj2tbh-ozE (Eng.) (5 min) Video: Best Free Marketing Tools for More Traffic & Sales (Online Business For Beginners) https://www.youtube.com/watch?v=m1p_8Oli4bA (20 min)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Razprava z udeleženci o trženju; pomen, ustvarjalnost, oglasi, kateri so jim ostali v spominu - zakaj? (20 min) <p>2. Naloga 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Delovni list 1-1_ Moja oglaševalska kampanja - Udeležence razdelite v pare. Vsak par se odloči, kateri izdelek / storitev želi uporabiti za svojo tržno/oglaševalsko kampanjo. - Razdelite flomastre in papir A3. Udeleženci morajo narisati svojo vizijo za izdelek / storitev (oglas) tržne kampanje. (45 min) - Nato pari predstavijo svoj oglas za izdelek / storitev. (45 min)

	<p>3. Naloga 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Družabna omrežja, pogovorite se z udeleženci. - Seznam družabnih medijev. Katere uporabljate? Katere najbolj pogosto? Zakaj? - Se vam zdijo influencerji pomembni za trženje, za uspeh določenih izdelkov? Zakaj? (30 min) <p>Naloga 4:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Refleksija/zaključek (5 mins)
<p>Uporabni viri v "banki" podatkov (IO2-A2)</p>	<p>Viri: DATABANK /P1/ M1/30 Priročnik, članek, Razumevanje trženja potrošniških baz podatkov https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/10878571311318196/full/html DATABANK/P1/ M1/2 Članek, Uporaba potovanja stranke za izboljšanje poslovnega modela https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/10878571311318196/full/html</p>
<p>Nasveti</p>	<p>Raven 5:</p> <p>ZNANJE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trženje izvaja preko družabnih medijev ali metod spletnega trženja • Ima znanje osnov oglaševanja in zna uporabiti te metode v praksi <p>VEŠČINE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ugotavlja potrebe strank • Analizira različne načine oglaševanja izdelka / storitve (TV, družbeni mediji, revije, radio) • Ugotavlja povezave med oglasi in izdelki <p>KOMPETENCE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Je samostojen pri predstavljanju zgodb oglasa • Aktivni uporabnik družabnih medijev ali metod spletnega trženja • Dajanje učinkovitih povratnih informacij <p>Raven 6:</p> <p>ZNANJE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Našteje ključne komponente inovativnih trženjskih metod • Osnovno znanje pogajanj <p>VEŠČINE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uporablja in razvija nove inovativne metode v praksi (sodelovanje z influencerji, igrami...) <p>KOMPETENCE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Samostojno razvija in ustvarja nove inovativne metode • Je učinkovit pogajalec

	<p>Povezava do delovnega lista, ki ga predavatelj natisne udeležencem: https://en.islcollective.com/english-esl-worksheets/vocabulary/advertisingmarketing/marketing-vocabulary/106715. Literatur Kako najti in targetirati na ciljno skupino s pomočjo družbenih omrežji, prav tako so na voljo tudi različni delovni listi https://blog.hootsuite.com/target-market/.</p>
--	---



Delovni list 1

I.1-1[Moja oglaševalska kampanja]

Delo naj poteka v parih. Vsak par se odloči, kateri izdelek / storitev želi uporabiti za svojo tržno kampanjo (izdelek, ki ga prodaja). Narišite svojo vizijo oglaševalske kampanje za izbrani izdelek / storitev.

