

Секачева Анна Сергеевна

преподаватель

ГБПОУ НСО «Новосибирский автотранспортный колледж»

г. Новосибирск, Новосибирская область

ПЛАН ПРОВЕДЕНИЯ ВНЕКЛАССНОГО МЕРОПРИЯТИЯ

Аннотация: в статье представлен план проведения внеклассного мероприятия по дисциплине маркетинг. Автор предлагает интерактивную игру по изучению и продвижению товара на рынке. В ходе изучения студенты получают первичные знания об основных этапах воронки продаж.

Ключевые слова: воронка продаж, трип-вайер, лид-магнит, продуктовая матрица, кросс-сейл, ап-сейл, даун-сейл.

Тема внеурочного мероприятия: «Воронка продаж, и как это работает»

Методы обучения: словесный – беседа, зрительный – презентация, практический – решение ситуационных задач.

Междисциплинарные связи: экономика, маркетинг, менеджмент.

Средства обучения: иллюстрации, презентация, проектор

Цели и задачи урока:

Образовательная:

- формирование знаний об основанных понятиях в продажах, понятия воронки продаж ее формирования, принципы маркетинговых коммуникаций с потребителями выбранного товара;

- объяснение ключевых понятий и принципов их действия;

- организовать деятельность учащихся по закреплению изученной темы.

Развивающая:

- развитие коммуникативных навыков, основ работы в команде, развитие аналитических способностей.

Воспитательная:

- обеспечение условий к формированию интереса к изучению дисциплины;
- воспитание культуры речи и уважения к окружающим.

Задачи мероприятия.

1. Способность развития у обучающихся положительных эмоций.
2. Получить основные знания в правилах продаж.
3. Научиться работать в команде.

Краткий план проведения внеурочного мероприятия.

1. Вступительное слово преподавателя – 2 мин.
2. Проведение мероприятия:
 - изучение теоретических основ в стратегии продаж;
 - изучение продуктовой матрицы и воронки продаж;
 - изучение понятия «трипвайр», и как он работает; 10 минут;
 - что из себя представляет основной продукт; 10 минут;
 - как максимизировать прибыль используя «апсейл», «кросс-сейл», «даун-сейл»;
 - как заставить вернуться потребителя снова и снова за твоим товаром.
3. Выполнение практической работы.
4. Обработка полученных результатов.
5. Выводы, подведение итогов.

Таблица 1

Сценарий проведения урока

Организационная структура открытого урока			
Модуль урока	Деятельность преподавателя	Деятельность студентов	Средства обучения
Вступительное слово, организационные моменты (10 минут)	Приветствие, настраивание студентов на хорошую работу. Проверка домашнего задания, сообщение об уроке и его особенности сообщение об особенностях урока, проверка готовности к уроку.	Приветствие педагога	Презентация, слайд 1
Получение опорных знаний (25 минут)	-тема практического занятия; -вспоминаем, что изучали на прошлом уроке, подчеркивает значимость и необходимость правильного выбора стратегии продвижения товара. Рассказывает продуктовую матрицу и воронку продаж:	Отвечают на вопросы, настраиваются на получение новых знаний -студенты приводят примеры каждого понятия, после получения первичных	Презентация слайд 2–9

	- понятие лид-магнит что в него входит -трипвайр и примеры -что является основным продуктом -максимизация прибыли -тропинка возврата	знаний	
Первичное закрепление (5 минут)	Повторение записанного в тетрадь	Отвечают на вопросы	
Практические навыки, мозговой штурм (20 минут)	-Сообщение о необходимости делится на команды - раздает задание на группу в устной форме -выдает сегментацию потребителей	Студенты делятся на две группы, придумывают название, выбирают капитана команды -после полученные задания прописывают каждый этап воронки продаж на листок	Лист чистый, ручка
Подведение итогов урока	выслушивает презентацию товаров каждой команды	капитан команды и/или члены команды, выходят к доске и презентуют свой продукт	
Рефлексия	Преподаватель дает комментарии о выступлениях студентов	Студенты говорят, о том, что им понравилось, что ни узнали нового, что было сложно и т. д.	

Список литературы

1. Лукичёва Т.А. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Т.А. Лукичёва [и др.]; под ред. Т.А. Лукичёвой, Н.Н. Молчанова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2024. – 386 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/536534> (дата обращения: 13.06.2024).

2. Стеганцов Е.Н. План урока / Е.Н. Стеганцов // Takeup [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.takeup.ru/lesson-plan/> (дата обращения: 14.06.2024).

3. Кузьмин Д. Этапы воронки продаж: пошаговая инструкция по внедрению в 2024 году / Д. Кузьмин // Контур [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kontur.ru/articles/5734> (дата обращения: 14.06.2024).