

## SCENARIUSZ ĆWICZENIA

**Temat:** Docelowy klient.

### **Powiązanie z wcześniejszą wiedzą**

#### Podstawy przedsiębiorczości ( IV etap edukacyjny)

Uczeń/uczennica: 1.7) podejmuje racjonalne decyzje, opierając się na posiadanych informacjach, i ocenia skutki własnych działań; 1.8) stosuje różne formy komunikacji werbalnej i niewerbalnej w celu autoprezentacji oraz prezentacji własnego stanowiska; 5.1) charakteryzuje otoczenie, w którym działa przedsiębiorstwo.

#### Powiązanie z podstawą programową ekonomii w praktyce

Uczeń/uczennica: 2.1) opisuje rynek, na którym działa przyjęte przez uczniów przedsięwzięcie uczniowskie; 2.2) zbiera informacje o rynku i wyjaśnia rządzące nim mechanizmy; 2.3) prezentuje zebrane informacje o rynku.

### **Cele ćwiczenia**

#### Uczeń/uczennica:

- dowiaduje się, co to jest segmentacja rynku;
- opisuje docelowego klienta wybranej przez siebie firmy;
- poznaje cele zastosowania segmentacji rynku;
- stosuje segmentację rynku dla swojego przedsięwzięcia ekonomicznego.

#### **Cele sformułowane w języku ucznia/uczennicy**

#### Na dzisiejszych zajęciach:

- dowiesz się, co to jest segmentacja rynku oraz w jakim celu się ją stosuje;
- będziesz opisywać docelowego klienta własnego przedsięwzięcia.

#### **NaCoBezU (kryteria sukcesu)**

#### Uczeń/uczennica potrafi po lekcji:

- omówić – na przykładzie – cele segmentacji rynku;
- opisać docelowego klienta wybranego przez siebie przedsięwzięcia ekonomicznego

### **Materiały pomocnicze**

Materiał pomocniczy nr 1. Docelowy klient.

### Pytania kluczowe

- Czy można stworzyć produkt, który jest skierowany do każdego i czy taki produkt istnieje?

### Przebieg ćwiczenia

1. Zapytaj uczniów, czy istnieje – ich zdaniem produkt, który jest skierowany/przeznaczony dla każdego. Pozwól na krótkie wypowiedzi, a następnie sprawdź, czy uczniowie wiedzą, co to jest segmentacja rynku. Jeśli nie, wyjaśnij im krótko to pojęcie, wskazując głównie na cele.
2. Przedstaw uczniom cele ćwiczenia – wyjaśnij, do czego potrzebna jest im wiedza na temat segmentacji rynku i zasad jej stosowania. Zanim uczniowie przystąpią do analizy klienta docelowego swojego przedsięwzięcia przećwicz z nimi to na konkretnym przykładzie znanego im (np. lokalnego) przedsiębiorstwa.
3. Zapisz na tablicy nazwę tego przykładowego przedsiębiorstwa. Poproś uczniów, aby próbowali kolejno odpowiadać na zadawane przez Ciebie pytania: 1) Ile lat ma klient docelowy tego przedsiębiorstwa? 2) Gdzie mieszka? 3) Jakie ma wykształcenie? 4) Ile zarabia? Podawane przez uczniów odpowiedzi zapisuj na tablicy dzieląc je już podczas zapisu na określone kategorie (czynniki geograficzne, demograficzne, społeczne i finansowe). Nie podawaj – dopóki uczniowie nie podadzą wszystkich odpowiedzi – nazw tych kategorii.

Na zakończenie zapytaj uczniów, czy potrafią ogólnie zdefiniować czynniki, które brane są pod uwagę przy segmentacji rynku. Jeśli nie, podaj nazwy tych kategorii.

4. Poproś uczniów, by usiedli w swoich zespołach (pracujących wspólnie nad realizacją przedsięwzięcia ekonomicznego). Rozdaj Materiał pomocniczy nr 2. I poproś aby uczniowie szczegółowo scharakteryzowali klienta wybranego przez siebie przedsięwzięcia według określonych kryteriów. Zapowiedz, że efekty pracy w zespołach będą prezentowali na forum. Zachęć ich do tego, by np. spróbowali to przedstawić w postaci graficznej, lub w atrakcyjnym wystąpieniu.
5. Podczas prezentacji „klienta docelowego” na forum pozostali uczniowie w klasie mogą zgłaszać swoje uwagi lub proponować dodatkowe (brakujące) elementy.

**MATERIAŁY POMOCNICZE**

**Materiał pomocniczy nr 1. Docelowy klient**

Scharakteryzujcie szczegółowo klienta wybranego przez siebie przedsięwzięcia według określonych poniżej kryteriów. Efekty pracy w zespołach będziecie prezentowali na forum. Możecie je przedstawić w postaci graficznej, lub w atrakcyjnym wystąpieniu. Wyznaczcie osoby prezentujące.

CZYNNIKI			
GEOGRAFICZNE	DEMOGRAFICZNE	SPOŁECZNE	FINANSOWE
państwo	wiek	styl życia	zarobki
województwo	płeć	zainteresowania	dochód w przeliczeniu na osobę
region	wykształcenie	sposób spędzania wolnego czasu	zgromadzony majątek
wielkość aglomeracji	zawód	sposób wydawania ekstra gotówki	obciążenia kredytowe
gęstość zaludnienia	liczba członków rodziny	rozrywki	
dzielnica	faza cyklu rozwoju rodziny	osobowość	
klimat	dochód	status społeczny	
	rasa		
	narodowość		
	klasa społeczna		