RED
FIȘĂ DE LUCRU – POLITICI DE MARKETING

Prof. Belega Cristina Elena
Colegiul Economic ”Virgil Madgearu” Târgu Jiu

Metoda didactică folosită pentru realizarea activității propuse este **Metoda pălăriilor gânditoare**. Aceasta este o tehnică interactivă, de stimulare a creativității elevilor, bazată pe interpretarea de roluri în funcție de pălăria aleasă.

Elevii sunt împărțiți în șase echipe, fiecare dintre acestea „purtând” o pălărie de altă culoare: alb, roșu, galben, verde, albastru și negru. Pălăria galbenă simbolizează optimistul, cea roşie intuitivul, cea neagră negativistul, cea albă pe cel care gândeşte obiectiv, cea verde creativul iar cea albastră dirijorul.

Pe scurt, ce trebuie să facă fiecare echipă?

– **Pălăria albastră** definește problema;
– **Pălăria albă** oferă informații și materiale disponibile în legătură cu problema discutată;
– **Pălăria verde** vizează soluțiile posibile;
– **Pălăria galbenă** are în vedere posibilitățile reale de realizare a soluțiilor propuse;
– **Pălăria neagră** prezintă aspectele negative;
– **Pălăria roşie** stimulează participanții să răspundă la întrebări: Ce simți în legătură cu soluțiile propuse?
– **Pălăria albastră** alege în final soluția corectă.

Întrebări ajutătoare pentru echipe:

– **Pălăria albă**: Ce informații avem? Ce informații lipsesc? Cum putem obține informațiile?
– **Pălăria roșie:** Cum vezi tu lucrurile? Ce sentimente ai în legătură cu problema supusă atenției?
– **Pălăria neagră:** Care sunt erorile? Care sunt riscurile?
– **Pălăria galbenă:** Care sunt beneficiile? Pe ce se bazează aceste idei?
– **Pălăria verde:** Cum putem rezolva problema și altfel? Există și altă explicație?
– **Pălăria albastră**: Care sunt ideile principale ale situației/problemei?

Elevii vor pleca de la fișa de documentare –mixul de marketing:

Sarcini de lucru pentru elevi:

Echipa pălăriei albastre: Definește mixul de markering.

Echipa pălăriei albe: Informează-te care sunt componentele mixului de marketing, în diverse variante propuse de-a lungul timpului.

Echipa pălăriei verzi:Propune o variantă de mix de marketing, cu un număr de componente necesare și suficiente pentru o activitate eficientă de marketing.

Echipa pălăriei galbene: Identifică beneficiile pe care le poate dobândi o întreprindere care își bazează activitatea de marketing pe cei 4 P.

Echipa pălăriei roșii: 4 P sau 4 C? **Care crezi că este cea mai bună soluție?**
Argumentează.

Echipa pălăriei negre: Identifică riscurile pe care și le asumă o întreprindere
care își fundamentează activitatea de marketing doar pe cei 4 P, fără a avea în vedere cei 4 C.

Echipa pălăriei albastre: Prezintă ideile principale privind mixul de marketing.