



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Scenarious tool – good practice for inovative training

Teodora Chicioreanu, UPB-CAMIS

Future competences pathways for marketing and ICT education

www.knf.vu.lt/en/fuseit







The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



- > Bazele marketing-ului
- > Introducere în cercetarea de marketing
- > Fidelizarea clienților
- > Creativitatea strategică
- > Gestionarea Experienței Clienților
- > Marketing digital
- > Optimizarea publicității în Web
- > Analiză CRM
- > Analiză digitală
- > Mijloacele de comunicare sociale
- > Marketing prin dispozitivele mobile
- > Marketing prin e-mail
- > Marketing prin materiale video
- > WEM Gestionarea experienței on-line
- > BI și suportul decizional
- > Conceperea Design-ului
- > Excel

Module

Vă rugăm să selectați un modul pentru a accesa scenariu.

<p>efectuat: 1 de 1</p>  <p>Introducere în cercetarea de marketing</p> <p>1 Scenariu (scenarii)</p>	<p>efectuat: 1 de 1</p>  <p>Bazele marketing-ului</p> <p>1 Scenariu (scenarii)</p>	<p>efectuat: 1 de 1</p>  <p>Fidelizarea, satisfacția și atragerea clienților</p> <p>1 Scenariu (scenarii)</p>
<p>efectuat: 1 de 1</p>  <p>Creativitatea strategică</p> <p>1 Scenariu (scenarii)</p>	<p>efectuat: 0 de 2</p>  <p>Gestionarea Experienței Clienților</p>	<p>efectuat: 0 de 2</p>  <p>Analiză CRM</p> <p>2 Scenariu (scenarii)</p>



Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Descriere generala:

Durata simulării: 15 minute.

- a) Fiecare simulare are 3 nivele.
- b) În fiecare nivel avem 3 opțiuni: una este corectă (2 puncte), una este semi-corectă (1 punct) și una este incorectă (0 puncte).
- c) După alegerea celui corect, elevul merge mai departe (ar trebui să apară și feedback pozitiv).
- d) Dacă alege un răspuns incorect, apare o explicație conform căreia soluția aleasă este incorectă (feedback), motivul pentru care este incorectă și o cerere de „a încerca din nou”.
- e) Dacă el / ea alege răspunsul semi-corect, apare o explicație de ce este semi-corectă (feedback), iar elevul merge mai departe.
- f) Pentru fiecare răspuns este obligatoriu să aveți feedback legat de acel răspuns.
- g) Dacă elevul a răspuns greșit, el / ea ar trebui să fie invitat să citească mai multe despre subiect. Trebuie indicate părțile specifice la care se referă problema.
- h) Ne propunem să avem un agent virtual care să exprime emoțiile conform răspunsurilor elevului. Trebuie indicată starea emoțională a agentului virtual pentru acea opțiune.

Descrierea scenariului

a) O scurtă introducere (când și de ce a început problema).

b) Unde are loc acțiunea?

c) Ce actori sunt implicați, cine sunt (o propoziție despre fiecare actor)?

d) O scurtă descriere a situației (maxim 5 propoziții).



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Primul nivel

- Descrierea scenariului:

1S	
----	--

Număr	Răspuns	Rezultat (Corect / Greșit) + Puncte	Feedback	Resurse suplimentare de citit (Recomandări /muncă suplimentară) (Răspunsuri greșite)	Următoarea întrebare (răspunsuri corecte sau parțial corecte)
1A		Corect			2A
1B		Parțial-correct			2B
1C		Greșit			

Al doilea nivel

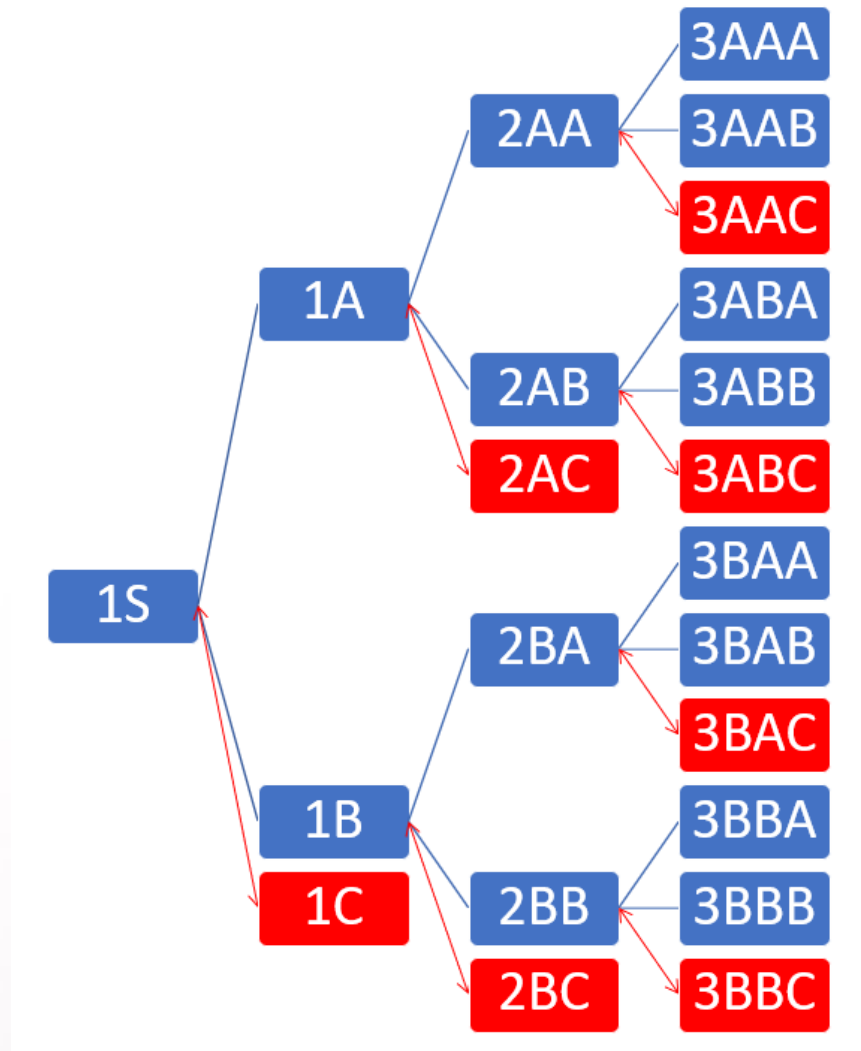
Dacă cursantul a ales răspunsul 1A:

- Descrierea scenariului:

2A	
----	--



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Module: Bazele marketing-ului Scenarii

Vă rugăm să alegeți un scenariu pentru a începe simularea.

USE IT

Salvarea unei vechi companii de familie

Malvina organizează prezentarea inițiativei sale de a salva compania de la faliment. Ea își declară disponibilitatea de a se dedica companiei tot timpul ei, de a deveni CEO al companiei și de a acoperi datoriile în viitorul apropiat. Creditorii sunt plini de scepticism și majoritatea își doresc doar să-și păstreze proprietatea, dar au decis să-i dea o șansă Malvinei și să-i asculte planul.

start

Clasamente

Module: Bazele marketing-ului Scenariu: Salvarea unei vechi companii de familie

Descriere Generala

Durata simulării: 15 minute.

- Fiecare simulare are 3 nivele.
- În fiecare nivel avem 3 opțiuni: una este corectă (2 puncte), una este semi-corectă (1 punct) și una este incorectă (0 puncte).
- După alegerea celui corect, elevul merge mai departe (ar trebui să apară și feedback pozitiv).
Dacă alege un răspuns incorect, apare o explicație conform căreia soluția aleasă este incorectă (feedback), motivul pentru care este incorectă și o cerere de „a încerca din nou”.
- Dacă el / ea alege răspunsul semi-corect, apare o explicație de ce este semi-corectă (feedback), iar elevul merge mai departe
- Dacă elevul a răspuns greșit, el / ea ar trebui să fie invitat să citească mai multe despre subiect. Trebuie indicate părțile specifice la care se referă problema

Descrierea scenariului

Obiective

- să prezinte principiile ideii și scopurile fenomenelor de marketing;
- ilustrează fundalul teoretic privind conceptele și metodele activităților de marketing
- ilustrează soluții teoretice și practice la provocările din marketing;
- ilustrează soluții teoretice și practice la provocările din cercetarea de marketing;

Prezentare



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Salvarea unei vechi companii de familie

Q. Malvina are o singură șansă să convingă creditorii. Ea trebuie să decidă care va fi ideea principală a planului considerare una dintre cele trei opțiuni pentru ideea principală de economisire a companiei. Care dintre ele este cea ce privește principiile de marketing:

- În ciuda faptului că nu există bani în companie, ea vrea să împrumute mai mulți bani pentru cercetarea potențialilor consumatori. Ea trebuie să decidă ce fel de produs are nevoie de potențialii consumatori
- Ea promite singură gratuit (nu mai sunt bani în companie) să ofere un audit detaliat al companiei și să-și dea seama ce fel de producție compania poate produce fără investiții suplimentare. Ea înțelege că creditorii trebuie să fie siguri de succesul său ca garant al siguranței investițiilor.
- Ea încearcă să-i convingă pe creditori doar să aștepte încă un an. Situația din lume se schimbă rapid, așa că cel mai sigur mod este să continui totul ca înainte. Nu există timp și resurse pentru schimbări rapide Greșit

Continua

Răspuns corect



ideea de marketing se referă la (nevoile clienților potențiali)

Kotler, Ph., Armstrong, G., (cu Opresnik, M.O.) Principles of Marketing 17th Edition, Pearson 2017: p.26-61

Continua

Kotler, Ph., Armstrong, G., (cu Opresnik, M.O.) Principles of Marketing 17th Edition, Pearson 2017: p.26-61

Ooohhh, Close. But definitely wrong.

Ideea de marketing nu este doar satisfacerea nevoilor consumatorilor în cel mai simplu mod, ci găsirea unei soluții care este benefică atât pentru consumator, cât și pentru companie (Win-Win)

Kotler, Ph., Armstrong, G., (with Opresnik, M.O.) Principles of Marketing 17th Edition, Pearson 2017: p.26-61

Încearcă din nou



Funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Exemplificare in timp real

<https://fuseit.eu/index.php>



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Thank you!

CAMIS- UPB

Splaiul Independentei nr313 Bucuresti

<http://www.camis.pub.ro/>

www.knf.vu.lt/en/fuseit

Project Implementation Period

01 11 2019 – 31 10 2021



FuseIT Project
#FuseIT



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union