



**UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI
MEDICINĂ VETERINARĂ CLUJ-NAPOCA
ȘCOALA DOCTORALĂ DE ȘTIINȚE AGRICOLE
INGINEREȘTI
SPECIALIZAREA: MANAGEMENT ȘI MARKETING
ÎN AGRICULTURĂ**



Camelia Viorica BUHAI

TEZĂ DE DOCTORAT

Rezumat

**EFICIENȚA METODELOR INTERACTIVE ÎN CADRUL LECȚIILOR DE
MARKETING**

**CONDUCĂTOR ȘTIINȚIFIC:
Prof. dr. Sabina FUNAR**

**CLUJ-NAPOCA
2014**

REZUMAT

INTRODUCERE

Lucrarea de față își propune să aducă o mică contribuție la îmbogățirea activității didactice a predării și însușirii marketingului, cu referire specială la dezvoltarea gândirii, a spiritului antreprenorial, prin folosirea metodelor interactive.

PARTEA I - STADIUL ACTUAL AL CUNOAȘTERII

CAPITOLUL I

MARKETINGUL - BAZĂ DE FUNDAMENTARE A METODELOR EDUCAȚIONALE

1.1. CONCEPTUL DE MARKETING

Marketingul este „activitatea umană orientată în direcția satisfacerii nevoilor și dorințelor prin intermediul schimbului” (KOTLER, 2004). Marketingul reprezintă, înainte de toate, așa cum cei mai mulți susțin, o nouă optică, o nouă concepție, asupra orientării și desfășurării activității economice. Potrivit acestei concepții, orice activitate economică este orientată în direcția satisfacerii cerințelor consumatorilor cu maximum de eficiență.

1.2. LOCUL MARKETINGULUI ÎN FAMILIA ȘTIINȚELOR ECONOMICE

Marketingul formează un larg câmp de studii pe trepte superioare ale învățământului economic dintr-un mare număr de țări. La noi în țară marketingul a fost introdus ca obiect de studiu în învățământul superior economic în anul universitar 1971 – 1972.

Prin conținutul său teoretico - metodologic, marketingul face parte din familia științelor economice, ca rezultat firesc al dezvoltării acestora. El a preluat și încorporat multe noțiuni, teze aparținând unor ramuri ale științelor economice constituite anterior, bucurându-se astfel de avantajul „ultimului venit”.

1.3. IMPORTANȚA STUDIERII MARKETINGULUI ÎN ȘCOLI

Marketingul dezvoltă capacitățile elevilor de a-și pune în practică ideile. Aceasta implică creativitate, originalitate, asumarea unor riscuri, precum și capacitatea de a planifica proiecte pentru realizarea obiectivelor propuse. De asemenea, este un sprijin pentru elevi în viața cotidiană privată și publică, crește gradul de conștientizare referitoare la activitatea lor și sporește capacitatea acestora de a profita de oportunități, oferind în același timp și o bază pentru practicarea antreprenoriatului.

De asemenea, marketingul:

- a) dezvoltă calitățile și abilitățile personale general aplicabile având rol în formarea spiritului și comportamentului antreprenorial;
- b) crește gradul de conștientizare al elevilor referitor la desfășurarea activităților independente și antreprenoriatul ca posibile opțiuni de carieră;
- c) consolidează abilitățile necesare afacerilor și cunoștințele privitoare la modul de a începe și de a conduce cu succes o întreprindere.

1.4. PREZENTARE SUCCINTĂ A EVOLUȚIILOR ANTREPRENORIATULUI DIN UNELE ȚĂRI EUROPENE

Antreprenoriatul este inclus în programele școlare în aproape toate țările europene. În unele țări (Spania, Polonia) participarea este obligatorie, dar, în majoritatea cazurilor, antreprenoriatul este opțional.

În România s-a introdus firma de exercițiu ca metodă interactivă având ca scop dezvoltarea competențelor antreprenoriale.

CAPITOLUL II

ACTIVITATEA DE PREDARE – ÎNVAȚARE - EVALUARE.

PARTICULARITĂȚI ALE DISCIPLINEI MARKETING

2.1. DELIMITĂRI TERMINOLOGICE

A preda înseamnă a organiza schimbarea a ceea ce există în ceea ce trebuie să existe angajând elevii într-o nouă experiență de cunoaștere sau de acțiune ori de trăire.

Învățarea presupune o modificare stabilă în comportamentul individual atribuită experienței trăite de subiect, ca răspuns la influențele mediului. Această schimbare are valoare adaptativă, conferindu-i individului o mai mare capacitate de acțiune asupra mediului lui de existență și de acțiune. Învățarea este înțeleasă ca o însușire de operații, stări, acțiuni, și evenimente interioare, conștient finalizate în modificări ce intervin în structurile de cunoștințe, în operațiile mentale în modul de oglindire a realității și de comportare ale elevului.

Evaluarea este principala pârghie de feed-back care oferă informațiile de autoreglare, utile în elaborarea deciziilor privind ameliorarea procesului/sistemului de învățământ.

Metoda reprezintă o cale de urmat în vederea atingerii unui scop sau un mod de urmărire, de căutare, de cercetare și de aflare a adevărului.

În practica școlară metoda se definește drept o cale de urmat în vederea atingerii unor obiective instructiv - educative stabilite anterior, ca cele de transmitere și însușire a unor cunoștințe, de formare a unor priceperi și deprinderi.

Diversitatea crescândă a metodelor de învățământ a impus și necesitatea clasificării lor:

a) Gradul de generalitate:

- metode generale;
- metode particulare.

b) Funcția fundamentală în procesul de învățământ:

- metode de predare – învățare;
- metode de verificare și evaluare.

c) Criteriul istoric:

- metode tradiționale (clasice);
- metode noi (moderne).

d) Forma de organizare a instruirii:

- metode frontale (colective);
- metode de grup (de echipă);
- metode individualizate.

e) Sursa principală a învățării:

- metode bazate pe comunicare;
- metode bazate pe explorarea realității;
- metode bazate pe acțiunea practică.

f) Tipul demersului cognitiv:

- metode algoritmice;
- metode euristice.

g) Tipul de învățare:

- metode de învățare prin receptare;
- metode de învățare prin descoperire;
- metode de învățare prin acțiune practică;

- metode de învățare prin creație.

2.2. TENDINȚE ACTUALE ÎN PREDARE - ÎNVĂȚARE – EVALUARE

În ultimele decenii a crescut, fără precedent, interesul pentru metodele interactive. Acest interes este generat de actuala orientare a școlii spre noi obiective și conținuturi, spre noi experiențe de cunoaștere, de trăire și de acțiune. Există, de asemenea, o necesitate mare de pregătire a elevilor și tinerilor pentru o viață activă și creativă, pentru muncă, pentru o mai bună participare la rezolvarea multiplelor și complexelor probleme ale vieții în general și ale practicii în special. Gradul de participare a tineretului școlar la întreaga problematică a vieții este un indice esențial al eficienței învățământului.

2.3. PROFILUL DE PERSONALITATE AL ELEVULUI DE LICEU CARE STUDIAZĂ DISCIPLINA MARKETING

Elevul care studiază această disciplină aparține ca temperament flegmaticului, este echilibrat, puternic, ordonat, structurează cu atenție toate noțiunile predate. În plan intelectual datorită răbdării realizează performanțe de lungă durată, participând la concursuri ale firmelor de exercițiu, se angajează mai greu în activitate dar este perseverent, are o mare capacitate de muncă; este foarte calm, răbdător, temperat, imperturbabil, inert; este puțin încordat, ușor nesociabil (dar își dorește să facă parte din grupul de elevi care compun o firmă de exercițiu) și are capacitate redusă de adaptare la situații noi.

CAPITOLUL III STUDII COMPARATIVE ÎNTRE METODELE TRADIȚIONALE DE PREDARE ȘI CELE MODERNE

„Împletirea metodelor și procedeele clasice cu cele moderne, întipărirea unui evident caracter activ metodelor de predare - învățare este calea ce asigură realizarea obiectivelor perfecționării învățământului. Alegerea metodelor didactice care să participe la antrenarea elevilor în activitatea instructivă nu presupune renunțarea la cele folosite în mod obișnuit în procesul studierii disciplinelor economice. Este necesară însă o reducere a metodelor expositive, verbale iar atunci când activitățile școlare o cer, să li se imprime un puternic caracter activ” (BUHAI, 2013).

PARTEA II CERCETĂRI PROPRII
CAPITOLUL IV
IMPACTUL METODELOR INTERACTIVE ÎN CADRUL LECȚIILOR DE
MARKETING

4.1.METODOLOGIA INVESTIGAȚIEI

Scopul tezei: evidențierea avantajelor și limitelor metodelor interactive în formarea și dezvoltarea de competențe prin predarea - învățarea disciplinei marketing la elevii din învățământul liceal.

Obiectivele acestei cercetări sunt:

OC1-experimentarea unor metode didactice interactive:”turul galeriei”,”învățarea prin cooperare”,”mozaicul”,”ciorchinele” și studiul eficienței lor prin analiza relației dintre rezultatele școlare și învățarea activă (interpretarea calitativă și cantitativă a rezultatelor elevilor la testele administrate, analizarea climatului educațional, a calității comunicării didactice, a motivației și satisfacției în activitatea didactică, a factorilor care stimulează sau frânează învățarea activă, a avantajelor și limitelor utilizării metodelor interactive);

OC2-formarea deprinderilor de muncă independentă și dezvoltarea gândirii prin varietatea situațiilor cărora trebuie să le facă față;

OC3-determinarea nivelului de pregătire al elevilor implicați în cercetare;

OC4-înregistrarea, monitorizarea și compararea rezultatelor obținute de elevii claselor experimentale și de control, la pretest și posttest;

OC5-cuantificarea și măsurarea gradului de implicare al celor doi componenți ai binomului educațional – elev și profesor – în derularea activității didactice;

OC6-dezvoltarea mecanismelor cognitive superioare: gândire, memorie, imaginație.

Ipoteza de la care am pornit această lucrare a fost aceea că, utilizând metode interactive în predarea - învățarea marketingului se realizează mai temeinic latura instructiv - formativă a procesului de învățământ, precum și creșterea performanțelor elevilor și împlinirea personalității lor.

CAPITOLUL V

MATERIAL ȘI METODĂ DE LUCRU

Metodele folosite pentru verificarea ipotezelor cercetării sunt: observația sistematică și îndelungată, convorbirea cu elevii, metoda testelor, metoda anchetei pe baza de chestionar, experimentul constatativ și formativ, organizarea unor jocuri destinate dezvoltării gândirii, metoda analizei produselor activității, metoda cercetării documentelor curriculare, firma de exercițiu, brainstorming, mozaicul, tehnica acvariului, turul galeriei, interviul în trei trepte, creioanele la mijloc, cubul, metoda frisco, metoda pălăriilor gânditoare, metoda studiului de caz, discuția, organizatorul grafic, jocul didactic, hărțile conceptuale, metoda RAI, tehnica 3-2-1, proiectul, portofoliul.

În prima etapă se urmărește stabilirea cunoștințelor pe care le au elevii, astfel se aplică un test inițial – pretest - ambelor clase, atât celei experimentale cât și celei de control.

În a doua parte, s-a realizat un studiu experimental privind rolul formativ al metodelor interactive. La clasa experimentală am introdus în predare o serie de metode moderne, în timp ce la clasa martor, lecțiile s-au desfășurat în mod tradițional. La sfârșitul perioadei experimentale am aplicat un test final atât clasei experimentale cât și clasei martor – posttest – pentru a se verifica validitatea ipotezei. Datele finale sunt raportate la datele de start sau referință pentru a testa relevanța diferențelor obținute, urmărindu-se în paralel evoluția clasei de control, față de clasa experimentală.

CAPITOLUL VI

REZULTATE ȘI DISCUȚII

Ca urmare a influenței factorului experimental, elevii din grupa experimentală au reușit să rezolve mai bine aplicațiile propuse prin intermediul metodelor interactive, observându-se eficiența lor în procesul de învățământ.

Nu doar aceste teste mi-au oferit informații despre progresul elevilor ci și observarea sistematică în timpul activităților organizate și analiza produselor activității lor. Toate aceste modalități de evaluare mi-au confirmat, în final, faptul că teoria didactică pe care am ales-o a dat rezultatele sperate.

Din experiența acumulată la clasă am constatat că metodele interactive bine organizate sunt atractive pentru copii. Important este ca, de fiecare dată, pe lângă informațiile pe care le dăm, să-i punem în situații diverse de aplicare a acestora. Astfel, dezvoltăm gândirea, le stimulăm una dintre calitățile gândirii, mobilitatea.

CONCLUZII FINALE ȘI RECOMANDĂRI

Am constatat că metodele didactice pot fi folosite cu rezultate remarcabile în majoritatea lecțiilor, fie la început, fie la sfârșit sau pe parcurs. Nu am considerat metodele interactive doar un remediu pentru fazele de oboseală care se instalează la un moment dat în rândul elevilor, deși am avut în vedere și acest aspect.

Pe baza rezultatelor obținute și a interpretării statistice am reușit să găesc căi noi pentru a-i ajuta pe elevi să participe activ la lecții, să se acomodeze în mediul lor școlar cu ușurință, în așa fel încât trecerea de la învățământul gimnazial la cel liceal să se facă treptat și cu plăcere, aceasta realizându-se prin utilizarea metodelor interactive.