

Uczestnicy i uczestniczki: \_\_\_\_\_

**Cel:** zapoznanie się z pojęciem marketingu szeptanego

**Zadania:**

1. Wybierzcie role. Razem zdecydujcie, kto będzie liderem grupy, kto będzie pilnował czasu, kto będzie notował, kto będzie prezentował.
2. Zapoznajcie się z artykułem 16 pkt 1 Ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.
3. Zapoznajcie się z definicją marketingu szeptanego.
4. Odpowiedzcie na pytania.
5. Sprawdźcie, czy wszyscy potraficie wyjaśnić, czym jest marketing szeptany.
6. Wypełnijcie samoocenę pracy grupy.

**Role:**

Lider – dba o udział wszystkich uczestników w zadaniu, dba o wykonanie zadań w kolejności

Pilnujący czasu – pilnuje czasu, zwraca uwagę ile czasu zostało

Skryba – wypełnia kartę pracy, robi notatki, jeśli jest taka potrzeba

Prezenter – na koniec prezentuje wyniki pracy grupy innym grupom

**Art. 16.** Ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji

1. Czynem nieuczciwej konkurencji w zakresie reklamy jest w szczególności:

- 1) reklama sprzeczna z przepisami prawa, dobrymi obyczajami lub uchybiająca godności człowieka;
- 2) reklama wprowadzająca klienta w błąd i mogąca przez to wpłynąć na jego decyzję co do nabycia towaru lub usługi;
- 3) reklama odwołująca się do uczuć klientów przez wywoływanie lęku, wykorzystywanie przesądów lub łatwości dzieci;
- 4) wypowiedź, która, zachęcając do nabywania towarów lub usług, sprawia wrażenie neutralnej informacji;
- 5) reklama, która stanowi istotną ingerencję w sferę prywatności, w szczególności przez uciążliwe dla klientów nagabywanie w miejscach publicznych, przesyłanie na koszt klienta niezamówionych towarów lub nadużywanie technicznych środków przekazu informacji.

**Marketing szeptany** (ang. *whisper marketing*, *word of mouth marketing*) – to działania marketingowe mające za zadanie dotarcie z informacją marketingową do odbiorcy za pośrednictwem bezpośredniego, „spontanicznego” przekazu, sprawiającego wrażenie informacji niehandlowej.

Kanałem przekazu informacji w marketingu szeptanym jest bezpośrednia dyskusja, opowiadanie, dyskusje na forach i czatach internetowych, posty na portalach społecznościowych.

Na podstawie: Wikipedia, Marketing szeptany, [http://pl.wikipedia.org/w/index.php?title=Marketing\\_szeptany&action=history](http://pl.wikipedia.org/w/index.php?title=Marketing_szeptany&action=history), CC BY-SA

**Pytania:**

1. Który ustęp Artykułu 16 dotyczy marketingu szeptanego?  
.....
2. Jakie kanały komunikacji mogą być używane przez marketing szeptany?  
.....
3. Wymyślcie i opiszcie przykładowe kampanie reklamowe wykorzystujące marketing szeptany. Opiszcie, jakiego produktu będzie dotyczyć reklama, na czym będzie polegać kampania, wymyślcie hasło reklamowe.
  - a)
  - b)
  - c)

**Samooceńca pracy grupy.** Wypowiedzcie się po kolei i wypełnijcie razem.

1. Wszyscy uczestniczyliśmy w wykonywaniu zadania

1 – nie bardzo	2	3	4	5 - bardzo

2. Byliśmy skoncentrowani na zadaniu

1 – w ogóle	2	3	4	5 - zawsze

3. Uwzględnialiśmy głosy każdego uczestnika i uczestniczki

1 – nie bardzo	2	3	4	5 - bardzo

4. Co mogliście zrobić lepiej?

.....

Podpisy uczestników i uczestniczek:

\_\_\_\_\_