Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Пономарев Александр Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 04.04.2023 15:05:44
Уникальный программный ключ:
b4d9d809cd665c8cfd4389f1f19bb59ee6a0c0f9

Частное образовательное учреждение высшего образования
«Институт социальных и гуманитарных знаний»
ЧОУ ВО «ИСГЗ»

Методические рекомендации по изучению дисциплины

Маркетинг

по направлению подготовки
38.03.01 Экономика

Содержание

1.Общие положения 3

2.Методические указания по изучению разделов и тем 5

1.Общие положения

Курс «Маркетинг» представляет собой краткое изложение основных разделов современной концепции маркетинга, применяемой на практике во всех развитых странах мира. Термин «маркетинг» происходит от английского слова «market» - что означает рынок. Поэтому в самой первой лекции раскрывается сущность понятия «рынок», его разновидности и особенности функционирования рыночных отношений в условиях трансформационной экономики России.

В представленном курсе раскрываются основные группы функциональных задач маркетинга: аналитико-оценочные, стратегические и исполнительные (вспомогательные).

Много внимания уделено рассмотрению проблем, связанных с организацией и проведением маркетинговых исследований, поскольку без их проведения многократно возрастает риск деятельности фирмы в условиях острейшей конкуренции на рынке.

Большое место в данном курсе занимает изложение основных маркетинговых стратегий. К их числу относятся разработка товарной, сбытовой и ценовой политики на современной фирме. Нельзя не отметить и того обстоятельства, что эффективность использования в настоящее время маркетинговых мероприятий во многом зависит от разработки научно-обоснованного плана маркетинга и контроля за его реализацией.

Внимание уделено так же вопросам организации службы маркетинга, ее целям, задачам, функциям и факторам, влияющим на ее структуру. Определенное место в курсе занимает тема контроля на различных уровнях проведения маркетинговых мероприятий, а также на этапах проведения маркетинговых мероприятий и существующей службы маркетинга.

Для хорошего освоения курса нужна систематическая работа с учебной и научной литературой, а конспект может лишь облегчить понимание и усвоение материала. Литература, рекомендуемая для изучения, а также нормативные правовые акты приведены в конце рабочей программы дисциплины и включают как печатную литературу Института, так и источники электронной библиотечной системы по адресу **biblioclub.ru**

Ведение конспекта создает благоприятные условия для запоминания услышанного, т.к. в этом процессе принимают участие слух, зрение и рука.

Подготовку к семинару целесообразно проводить в четыре этапа.

На первом этапе необходимо по плану семинара уяснить тему, цель и вопросы, вынесенные на семинар. На основе этого необходимо:

- определить свою роль и задачу на семинаре (подготовка реферата, выступления и т. д.),
- объем и порядок работы,
- предусмотреть какие и когда потребуются источники по каждому вопросу семинара,
- когда, к какому сроку и в какой форме необходимо составить конспект

первоисточников,
- какой материал подготовить для обоснования,
- какие дополнительные материалы можно будет привлечь,
- где их найти.

Второй этап подготовки к семинару включает сбор и ознакомление с литературой путем беглого ее просмотра. Беглое ознакомление с книгами требует определенных навыков, приобретаемых во время учебы.

Третий этап подготовки к семинару включает глубокое изучение источников, конспектирование и одновременно смысловую группировку материала в соответствии с
планом семинара, т. е. выделение смысловых опорных пунктов, аргументов, необходимых для ответа на вопросы, поставленные в плане семинара. Целесообразно представление материала в виде записей или опорного конспекта (графических моделей, структурно-логических схем, таблиц или графиков). Особенно важно, чтобы в итоге изучения этого материала была выработана по данному вопросу своя точка зрения.
Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы. Они помогают понять построение изучаемой книги, выделить основные положения, проследить их логику и тем самым проникнуть в творческую лабораторию автора. Можно указать следующие основные формы записи: план (простой и развернутый), выписки, тезисы, конспект.

Четвертый, заключительный этап подготовки к семинару включает углубленную работу с конспектом. Следует еще раз внимательно прочесть конспект, произвести его
разметку (подчеркнуть заголовки, выделить наиболее важные цитаты и т. д.), составить план выступления и провести репетицию.
При подготовке к семинару необходимо:
- проанализировать тему, продумать вопросы, главные проблемы, которые вынесены для коллективного обсуждения;
- прочитать (если есть) лекцию по рассматриваемой проблеме;
- изучить рекомендованную литературу;
- выработать свою собственную систему записи при работе с литературными источниками:
- сделать краткие выписки в тетрадь (цитаты, примеры, основные положения);
- особо выделить собственное мнение, которое сложилось в процессе самостоятельной подготовки и аргументы его обосновывающие;
- записать вопросы, возникшие при изучении проблемы и обязательно получить на них ответы во время семинара, лабораторного или другого практического занятия.

Виды самостоятельной работы при изучении дисциплины:

– конспектирование;
– реферирование литературы;
– аннотирование книг и статей;
– выполнение заданий поисково-исследовательского характера;
– углубленный анализ научно-методической литературы;

– работа с лекционным материалом: проработка конспекта лекций, работа на полях конспекта с терминами, дополнение конспекта материалами из рекомендованной литературы;

– участие в работе семинаров и практических занятий: подготовка сообщений, докладов, заданий;

– лабораторно-практические занятия: выполнение задания в соответствии с инструкциями и методическими указаниями преподавателя, проведение анализа и обсуждение полученного результата;

– написание контрольной работы;

– подготовка к промежуточной аттестации;

– выполнение заданий по сбору материала во время практики (для написания курсовой и дипломной работы);

– научно-исследовательская работа.

Для организации самостоятельной работы студент должен рационально ее спланировать.

Методические указания по изучению разделов и тем

Тема 1. Современная концепция маркетинга

Знать определения терминов: Массовый маркетинг Целевой маркетинг конверсионный маркетинг
Стимулирующий маркетинг Развивающий маркетинг
РемаркетингПоддерживающий маркетинг Демаркетинг
Противодействующий маркетинг Просвещенный маркетинг

Решать тестовые задания, выполнить конспект, реферат.

Тема 2. Маркетинговая среда

Знать определения терминов:
Микросреда
МакросредаДемографическая среда
Экономическая средаПриродная средаНаучно-техническая средаПолитическая средаКультурная среда

Решать тестовые задания, выполнить конспект, реферат. Участвовать в интерактивном занятии.

Тема 3. Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей

Знать определения терминов:
Потенциальный (скрытый) спрос

Формирующийся спрос

Решать тестовые задания, выполнить конспект, реферат. Участвовать в интерактивном занятии.

Тема 4. Рынок предприятий

Знать определения терминов: Оценка характеристик товара

Решать тестовые задания, выполнить конспект, реферат. Участвовать в интерактивном занятии.

Тема 5. Сегментирование рынка

Знать определения терминов: Недифференцированный маркетинг
Дифференцированный маркетинг
Концентрированный маркетинг

Решать тестовые задания, выполнить конспект, реферат. Участвовать в интерактивном занятии.

Тема 6. Разработка товаров

Знать определения терминов: Товар
Товарная единица
Товарный ассортимент
Товарная номенклатура
Товарная марка
Товарный знак

Решать тестовые задания, выполнить конспект, реферат. Участвовать в интерактивном занятии.

Тема 7. Стратегия разработки новых товаров и ценообразование на разных типах рынков.

Перед началом занятия вспомнить: Чистая конкуренция Чистая монополия
Монополистическая конкуренция
Олигополистическая конкуренция

Решать тестовые задания, выполнить конспект, реферат. Участвовать в интерактивном занятии.

Тема 8. Реакция потребителей на изменение цен.

Знать: Методику расчета исходной цены и методы ценообразования

Решать тестовые задания, выполнить конспект, реферат. Участвовать в интерактивном занятии.

Тема 9. Стратегия коммуникации и стимулирования.

Знать: *План развития хозяйственного портфеля*

Решать тестовые задания, выполнить конспект, реферат. Участвовать в интерактивном занятии.

Тема 10. Маркетинг услуг и маркетинг в сфере некоммерческой деятельности.

Знать Классификацию услуг.

Решать тестовые задания, выполнить конспект, реферат.

Литература:

Полный перечень литературы представлен в рабочей программе. При изучении нормативных актов необходимо проверять их на предмет юридической силы путем обращения к справочной системе (Гарант).

Составитель: - к.э.н., доцент Игнатьева О.А.

Одобрено решением кафедры менеджмента
Протокол №_8___ от «19» апреля 2017г.
Зав. кафедрой Останина С.Ш.