

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ ГАГАРИНА Ю.А.»
(СГТУ имени Гагарина Ю.А.)
Саратовский колледж машиностроения и энергетики

«СОГЛАСОВАНО»
Решением П(Ц)МК
Протокол № _____
от «__» _____ 20__ г.

«УТВЕРЖДАЮ»
Заместитель директора по УР
_____ С.В. Клюквина
«__» _____ 20__ г.

***Методические рекомендации для студентов по
организации самостоятельной работы
по дисциплине «Маркетинг»
специальность 38.02.01
Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)***

Саратов 2020

СОДЕРЖАНИЕ

СОДЕРЖАНИЕ	
1. Самостоятельная работа как важнейшая форма учебного процесса.	
2. Цели и основные задачи СРС.....	
3. Виды самостоятельной работы.....	
4. Организация СРС	
5. Методические рекомендации для студентов по отдельным формам самостоятельной работы.....	
Список рекомендуемой литературы.....	

1. Самостоятельная работа как важнейшая форма учебного процесса.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Самостоятельная работа студентов является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения. Государственным стандартом предусматривается, как правило, 50% часов из общей трудоемкости дисциплины на самостоятельную работу студентов (далее СРС). В связи с этим, обучение включает в себя две, практически одинаковые по объему и взаимовлиянию части – процесса обучения и процесса самообучения. Поэтому СРС должна стать эффективной и целенаправленной работой студента.

Формы самостоятельной работы студентов разнообразны. Они включают в себя:

-) изучение и систематизацию официальных государственных документов - законов, постановлений, указов, нормативно-инструкционных и справочных материалов с использованием информационно-поисковых систем "Консультант-плюс", "Гарант", глобальной сети "Интернет";
-) изучение учебной, научной и методической литературы, материалов периодических изданий с привлечением электронных средств официальной, статистической, периодической и научной информации;
-) подготовку докладов и рефератов, написание курсовых и выпускных квалификационных работ;
-) участие в работе студенческих конференций, комплексных научных исследованиях.

Самостоятельная работа приобщает студентов к научному творчеству, поиску и решению актуальных современных проблем.

2. Цели и основные задачи СРС

Ведущая цель организации и осуществления СРС должна совпадать с целью обучения студента – подготовкой специалиста и бакалавра с высшим образованием. При организации СРС важным и необходимым условием становятся формирование умения самостоятельной работы для приобретения знаний, навыков и возможности организации учебной и научной деятельности.

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Задачами СРС являются:

-) систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
-) углубление и расширение теоретических знаний;
-) формирование умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
-) развитие познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
-) формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
-) развитие исследовательских умений;

) использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий на семинарах, на практических и лабораторных занятиях, при написании курсовых и выпускной квалификационной работ, для эффективной подготовки к итоговым зачетам и экзаменам.

3. Виды самостоятельной работы

В образовательном процессе выделяется два вида самостоятельной работы – аудиторная, под руководством преподавателя, и внеаудиторная. Тесная взаимосвязь этих видов работ предусматривает дифференциацию и эффективность результатов ее выполнения и зависит от организации, содержания, логики учебного процесса (межпредметных связей, перспективных знаний и др.):

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

) формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);

) написание рефератов;

) подготовка к семинарам и лабораторным работам, их оформление;

) составление аннотированного списка статей из соответствующих журналов по отраслям знаний (педагогических, психологических, методических и др.);

) подготовка рецензий на статью, пособие;

) выполнение микроисследований;

) подготовка практических разработок;

) выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач, проведения типовых расчетов, расчетно-компьютерных и индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплин и т.д.;

) компьютерный текущий самоконтроль и контроль успеваемости на базе электронных обучающих и аттестующих тестов.

(В зависимости от особенностей факультета перечисленные виды работ могут быть расширены, заменены на специфические).

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

) текущие консультации;

) коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин: (в часы консультаций, предусмотренных учебным планом);

) прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий);

) прием и защита лабораторных работ (во время проведения л/р);

) выполнение курсовых работ (проектов) в рамках дисциплин (руководство, консультирование и защита курсовых работ (в часы, предусмотренные учебным планом);

) выполнение учебно-исследовательской работы (руководство, консультирование и защита УИРС);

) прохождение и оформление результатов практик (руководство и оценка уровня сформированности профессиональных умений и навыков);

) выполнение выпускной квалификационной работы (руководство, консультирование и защита выпускных квалификационных работ) и др.

4. Организация СРС

Методика организации самостоятельной работы студентов зависит от структуры, характера и особенностей изучаемой дисциплины, объема часов на ее изучение, вида

заданий для самостоятельной работы студентов, индивидуальных качеств студентов и условий учебной деятельности.

Процесс организации самостоятельной работы студентов включает в себя следующие этапы:

) подготовительный (определение целей, составление программы, подготовка методического обеспечения, подготовка оборудования);

) основной (реализация программы, использование приемов поиска информации, усвоения, переработки, применения, передачи знаний, фиксирование результатов, самоорганизация процесса работы);

) заключительный (оценка значимости и анализ результатов, их систематизация, оценка эффективности программы и приемов работы, выводы о направлениях оптимизации труда).

Организацию самостоятельной работы студентов обеспечивают: факультет, кафедра, учебный и методический отделы, преподаватель, библиотека, ТСО, ИВТ, издательство и др.

5. Методические рекомендации для студентов по отдельным формам

Работа с книгой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги.

Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу.

Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем.

Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались.

Практические занятия.

Для того чтобы практические занятия приносили максимальную пользу, необходимо помнить, что упражнение и решение задач проводятся по вычитанному на лекциях материалу и связаны, как правило, с детальным разбором отдельных вопросов лекционного курса. Следует подчеркнуть, что только после усвоения лекционного материала с определенной точки зрения (а именно с той, с которой он излагается на лекциях) он будет закрепляться на практических занятиях как в результате обсуждения и анализа лекционного материала, так и с помощью решения проблемных ситуаций, задач. При этих условиях студент не только хорошо усвоит материал, но и научится применять его на практике, а также получит дополнительный стимул (и это очень важно) для активной проработки лекций.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками.

Самопроверка.

После изучения определенной темы по записям в конспекте и учебнику, а также решения достаточного количества соответствующих задач на практических занятиях и самостоятельно студенту рекомендуется, используя лист опорных сигналов, воспроизвести по памяти определения, выводы формул, формулировки основных положений и доказательств. В случае необходимости нужно еще раз внимательно разобраться в материале.

Консультации

Если в процессе самостоятельной работы над изучением теоретического материала или при решении задач у студента возникают вопросы, разрешить которые самостоятельно не удастся, необходимо обратиться к преподавателю для получения у него разъяснений или указаний. В своих вопросах студент должен четко выразить, в чем он испытывает затруднения, характер этого затруднения. За консультацией следует обращаться и в случае, если возникнут сомнения в правильности ответов на вопросы самопроверки.

Подготовка к экзаменам и зачетам.

Подготовка к экзамену способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На экзамене студент демонстрирует то, что он приобрел в процессе обучения по конкретной учебной дисциплине. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время экзаменационной сессии для систематизации знаний.

Структура самостоятельной работы

Самостоятельная работа №1

Виды и задачи маркетинга при различных состояниях спроса

Цель: Роль маркетинга, назначение основных элементов рынка в маркетинговой деятельности.

Изучить тему «Виды и задачи маркетинга», конспект. Литература:

Белоусова С.Н. Белоусов А.Г. Маркетинг. - Изд. 7-е, перераб. И доп. – Ростов н/Д Феникс, 2018. – 397с.

Басовский Л.Е. Маркетинг: Курс лекций. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 219 с.

Задание:

В рабочей тетради ответить на вопросы

- 1.Что такое рынок в вашем представлении? Что представляет собой свободный рынок продавца; покупателя?
- 2.Докажите, почему каждому предпринимателю важно знать связь спроса и предложения с конкуренцией и монополией?
- 3.Фермер выращивает картофель. Спрос на картофель на рынке выше предложения и фермер сосредотачивает свои усилия на увеличении объема производства картофеля и

снижении затрат, считая, что это делает его продукцию доступной широкому кругу покупателей. На какую концепцию ведения коммерческой деятельности опирается фермер?

4. Заполните таблицу «Классификация рынков», используя следующие показатели:

- ✓ Рынок покупателя, рынок продавца,
- ✓ Рынок по возрасту, полу, образованию, профессии,
- ✓ Региональный рынок, национальный рынок, внутренний рынок,
- ✓ Товарные, сырьевые рынки (нефть, газ, уголь),
- ✓ Рынок средств производства, рынок предметов потребления,
- ✓ Рынок предметов роскоши, предметов первой необходимости,
- ✓ рынок скоропортящихся товаров, рынок товаров длительного пользования
- ✓ потребительский рынок, рынок предприятий,
- ✓ удобный (активный, специальный рынок).

Критерии	Классификация
По использованию товара	
По поведению покупателя	
По физическим свойствам товара	
По общественному отношению	
По демографическому признаку	
По видам сырья	
По экономическому назначению	
По приоритету на рынке	

5. Постройте кривую предложения, (используя данные) и определите, какие факторы влияют на объем предложения:

P, руб	Q,D (кг)
10-----	10000
20-----	7000
30-----	4250
40-----	2500
50 -----	1250

Форма контроля и критерии оценки.

Задание должно быть выполнено в рабочей тетради.

«Отлично» выставляется в случае, если все ответы на поставленные вопросы даны полноценно и без ошибок (все задания).

«Хорошо» выставляется в случае, если присутствует 1 неточность или выполнено четыре задания.

«Удовлетворительно» - в случае, если выполнено правильно три задание.

«Неудовлетворительно» - ответы не верны и работа не выполнена.

Самостоятельная работа № 2

Факторы маркетинговой среды

Цель: Умение анализировать факторы, влияющие на деятельность фирмы.

Изучить тему «Окружающая среда маркетинга», конспект.

Задание 1

В рабочей тетради письменно ответить на вопросы:

1. На примере торговли сахара покажите, когда имеет место потребительский рынок, рынок товаров промышленного назначения и рынок промежуточных продавцов. Опишите различия между ними.
2. Объясните разницу между контактными аудиториями и потребителями.
3. Проведенные в 1975-1979 г. исследования образа жизни выявили положительную тенденцию в укреплении убеждения, что «приготовление пищи должно занимать как можно меньше времени». Каким образом скажется подобное отношение на сбыте замороженных овощей?
4. В школе имеется кафе:
 - а) назовите составляющие микросреды кафе;
 - б) зависит ли успех кафе от его сотрудников;
 - в) как отразится на результатах сбыта кафе повышение поставщиками цен на исходное сырье?
5. Из перечисленных названий фирм, организаций, учреждений выбрать те, которые являются маркетинговыми посредниками:
 - рекламные агентства; - банки; - инвестиционные компании; - консультативные фирмы;
 - брокерские фирмы; - радиостанции; - государственные учреждения;
 - акционеры; - фондовые биржи; - рабочие и служащие фирмы; - потребительский рынок;
 - широкая публика.

Задание 2

Подготовить реферат на тему:

Значение влияние экономических и политических факторов.

Форма контроля и критерии оценки реферата.

Реферат выполняется на листах формата А4. При выполнении следует использовать шрифт 14 с междустрочным интервалом 1,5. Параметры страницы (поля): верхнее – 2 см, нижнее – 2 см, левое – 3 см, правое – 1,5 см. Шрифт Times New Roman.

Иллюстрации (таблицы, схемы, графики и другой иллюстративный материал) должны иметь название и соответствующий номер. По структуре работа должна состоять из: - титульного листа; - содержания; - ответов на вопросы заданий; - списка литературы.

В конце привести перечень использованной литературы (не менее 3-х), проставить дату выполнения и подпись. Сведения об источниках необходимо давать в соответствии с требованиями ГОСТа.

«Отлично» выставляется в случае, если полностью раскрыта тема реферата, отражена точка зрения автора на рассматриваемую проблему, реферат написан грамотно, без ошибок. При защите реферата студент продемонстрировал отличное

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

знание материала работы, приводил соответствующие доводы, давал полные развернутые ответы на вопросы и аргументировал их.

«Хорошо» выставляется в случае, если полностью раскрыта тема реферата, отражена точка зрения автора на рассматриваемую проблему, реферат написан грамотно. При защите реферата студент продемонстрировал хорошее знание материала работы, приводил соответствующие доводы, но не смог дать полные развернутые ответы на вопросы и привести соответствующие аргументы.

«Удовлетворительно» - в случае, если тема реферата раскрыта не полностью, не отражена точка зрения автора на рассматриваемую проблему, реферат написан с ошибками. При защите реферата студент продемонстрировал слабое знание материала работы, не смог привести соответствующие доводы и аргументировать на свои ответы.

«Неудовлетворительно» - в случае, если тема реферата не раскрыта, не отражена точка зрения автора на рассматриваемую проблему, много ошибок в построении предложений.

Самостоятельная работа №3

Сегментирование рынка

Цель: Роль позиционирования товара на рынке

Изучить тему «Сегментирование рынка», конспект.

Задание:

Заполнить схему путей позиционирования товара, используя следующие данные:

- возможность создания товара;
- рынок достаточно велик, чтобы вместить двух конкурентов;
- предлагать товар, превосходящий товар конкурентов;
- наличие экономической возможности создания товара в рамках действующих цен;
- фирма располагает большими ресурсами, чем у конкурентов;
- достаточность покупателей, предпочитающих данный товар.

Позиционировать имеющийся товар	Позиционировать вновь созданный товар

Форма контроля и критерии оценки.

Задание должно быть выполнено в рабочей тетради.

«Отлично» выставляется в случае, если таблица выполнена аккуратно и правильно

«Хорошо» выставляется в случае, если таблица содержит 1-2 неточности или недостаточно полно раскрыта тема.

«Удовлетворительно» - в случае, если таблица выполнена неаккуратно, приведены многочисленные неточности.

«Неудовлетворительно» - таблица выполнена небрежно, примеры с ошибками.

Самостоятельная работа №4

Маркетинговая информация и маркетинговые исследования

Цель: Значение информации в работе маркетинговых служб для проведения исследования

Изучить тему «Маркетинговые службы, основные способы опроса».

Задание: Подготовить доклад в форме презентации

1. Рекомендации по дизайну презентации:

Презентация предполагает сочетание информации различных типов: текста, графических изображений, анимации и видеофрагментов

2. Рекомендации к содержанию презентации.

На слайдах презентации не пишется весь текст, который произносит докладчик.

Текст на слайде должен содержать только ключевые фразы (слова), которые докладчик развивает и комментирует устно. Если презентация является основой устного доклада, то второй слайд должен содержать краткое перечисление всех основных вопросов, которые будут рассмотрены в докладе.

3. По оформлению

На первом слайде пишется не только название презентации, но и имена авторов и дата создания. Все схемы и графики должны иметь названия, отражающие их содержание. Иллюстрации рекомендуется сопровождать пояснительным текстом; если графическое изображение используется в качестве фона, то текст на этом фоне должен быть хорошо читаем. Анимационные эффекты используются для привлечения внимания слушателей или для демонстрации динамики развития какого-либо процесса. Звуковое сопровождение должно отражать суть или подчеркивать особенность темы слайда, презентации. В конце презентации представляется список использованных источников, оформленный по правилам библиографического описания.

Правила хорошего тона требуют, чтобы последний слайд содержал выражение благодарности тем, кто прямо или косвенно помогал в работе над презентацией

Форма контроля и критерии оценки

Презентацию необходимо предоставить преподавателю для проверки в электронном виде.

«Отлично» выставляется в случае, если презентация выполнена аккуратно, примеры проиллюстрированы, полностью освещены все обозначенные вопросы.

«Хорошо» выставляется в случае, если работа содержит небольшие неточности.

«Удовлетворительно» - в случае, если презентация выполнена неаккуратно, не полностью освещены заданные вопросы.

«Неудовлетворительно» - работа выполнена небрежно, не соблюдена структура, отсутствуют иллюстрации.

Самостоятельная работа №5

Покупательское поведение

Цель: Особенности поведения различных групп покупателей на потребительском рынке. процесс принятия решения о покупке;

Изучить тему «Покупательское поведение потребителей», конспект.

Задание:

В рабочей тетради ответить на вопросы

1. Расскажите об основных факторах окружающей обстановки, которые могут повлиять на закупку транспортной фирмой новых автобусов для междугородных линий.

2. Заполните таблицу, факторов, влияющих на поведение покупателей на рынке товаров промышленного назначения по следующим данным:

- цель организации
- статус
- тип личности
- уровень первичного спроса
- деятельность конкурентов
- методы работы
- образование
- экономическая перспектива
- возраст
- умение убеждать
- темпы НТП
- полномочия
- уровень доходов
- политические установки
- служебное положение

3. Раскрыть взаимоотношения между побудительными приемами маркетинга и ответными реакциями потребителей.

4. Указать факторы покупательского поведения, относящихся к: социальным факторам, факторам культурного порядка, психологическим факторам, личностным факторам по следующим данным:

- культура,- мотивация,- референтные группы,- образ жизни,- усвоение
- роли и статусы,- социальное положение,- род занятий,- семья
- убеждения и отношения,- восприятие,- субкультура
- возраст,- экономическое положение,- тип личности.

5. Расскажите об основных факторах окружающей обстановки, которые могут повлиять на закупку транспортной фирмой новых автобусов для международных линий.

Форма контроля и критерии оценки.

Задание должно быть выполнено в рабочей тетради.

«Отлично» выставляется в случае, если все ответы на поставленные вопросы даны полноценно и без ошибок (все задания).

«Хорошо» выставляется в случае, если присутствует 1 неточность или выполнено четыре задания.

«Удовлетворительно» - в случае, если выполнено правильно три задание.

«Неудовлетворительно» - ответы не верны и работа не выполнена.

Самостоятельная работа № 6

Товарная политика

Цель: Особенности маркетинговых решений в отношении марки и маркировке, ЖЦТ

Изучить тему «Товарная политика», конспект.

Задание:

В рабочей тетради ответить на вопросы

- 1.Поясните, кому выгодно использование марочных названий?
- 2.Опишите, какие виды испытаний в рыночных условиях предложили бы вы для следующей новинки: пластиковые чемоданы «Самсонит».
- 3.Что должна делать фирма, чтобы защитить свою торговую марку от конкурентов на этапе зрелости?
- 4.Что покупают потребители: идею товара или замысел товара? Проведите четкое различие между идеей и замыслом товара.
- 5.Заполните таблицу, используя следующие данные:
 - └ товары, приобретаемые часто, без различий и с минимальными усилиями на их сравнение,
 - └ товары с уникальными характеристиками, марочные,
 - └ изделия, полностью потребляемые за один или несколько приемов,
 - └ товары не присутствующие в готовом изделии.

Кратковременного пользования	Повседневного спроса	Особого спроса	Вспомогательные материалы и услуги

Форма контроля и критерии оценки.

Задание должно быть выполнено в рабочей тетради.

«Отлично» выставляется в случае, если все ответы на поставленные вопросы даны полноценно и без ошибок (все задания).

«Хорошо» выставляется в случае, если присутствует 1 неточность или выполнено четыре задания.

«Удовлетворительно» - в случае, если выполнено правильно три задание.

«Неудовлетворительно» - ответы не верны и работа не выполнена.

Самостоятельная работа № 7

Ценовая политика

Цель: общие подходы к ценообразованию, ценовые стратегии в маркетинге

Изучить тему «Ценовая политика».

Задание: Подготовить сообщение в форме презентации

4. Рекомендации по дизайну презентации:

Презентация предполагает сочетание информации различных типов: текста, графических изображений, анимации и видеофрагментов

5. Рекомендации к содержанию презентации.

На слайдах презентации не пишется весь текст, который произносит докладчик.

Текст на слайде должен содержать только ключевые фразы (слова), которые докладчик развивает и комментирует устно. Если презентация является основой устного доклада, то второй слайд должен содержать краткое перечисление всех основных вопросов, которые будут рассмотрены в докладе.

6. По оформлению

На первом слайде пишется не только название презентации, но и имена авторов и дата создания. Все схемы и графики должны иметь названия, отражающие их содержание. Иллюстрации рекомендуется сопровождать пояснительным текстом; если графическое изображение используется в качестве фона, то текст на этом фоне должен быть хорошо читаем. Анимационные эффекты используются для привлечения внимания слушателей или для демонстрации динамики развития какого-либо процесса. Звуковое сопровождение должно отражать суть или подчеркивать особенность темы слайда, презентации. В конце презентации представляется список использованных источников, оформленный по правилам библиографического описания.

Правила хорошего тона требуют, чтобы последний слайд содержал выражение благодарности тем, кто прямо или косвенно помогал в работе над презентацией

Форма контроля и критерии оценки

Презентацию необходимо предоставить преподавателю для проверки в электронном виде.

«Отлично» выставляется в случае, если презентация выполнена аккуратно, примеры проиллюстрированы, полностью освещены все обозначенные вопросы.

«Хорошо» выставляется в случае, если работа содержит небольшие неточности.

«Удовлетворительно» - в случае, если презентация выполнена неаккуратно, не полностью освещены заданные вопросы.

«Неудовлетворительно» - работа выполнена небрежно, не соблюдена структура, отсутствуют иллюстрации.

Самостоятельная работа № 8

Конкурентная среда

Цель: виды конкуренции, конкурентоспособность товара, повышение конкурентоспособности.

Изучить тему «Конкурентная среда», конспект.

Задание:

В рабочей тетради ответить на вопросы

1. От каких параметров зависит конкурентоспособность товара предприятия на рынке?

2. Что или кто является предметом конкуренции (дать обоснование)?

3. Приведите случаи функциональной, видовой и предметной конкуренции по следующим товарам:

- зимние женские сапоги,
- самовар,
- тостер.
- сотовый телефон,
- часы,
- семена садовых растений.

4. Каковы могут быть виды реакции фирмы на действия конкурентов?

5. Каково содержание основных стратегий конкурентной борьбы?

Форма контроля и критерии оценки.

Задание должно быть выполнено в рабочей тетради.

«Отлично» выставляется в случае, если все ответы на поставленные вопросы даны полноценно и без ошибок (все задания).

«Хорошо» выставляется в случае, если присутствует 1 неточность или выполнено четыре задания.

«Удовлетворительно» - в случае, если выполнено правильно три задание.

«Неудовлетворительно» - ответы не верны и работа не выполнена.

Самостоятельная работа №9

«Сбытовая политика»

Цель: анализ и оценка сбытовой политики предприятия.

Изучить тему «Сбытовая политика», конспект.

Задание:

В рабочей тетради выполните задание:

1. Представьте, что вы директор магазина, который предлагает покупателям только женскую обувь. К какому типу розничных товаров торговых предприятий относится Ваш магазин? Обоснуйте.
2. Какой вид транспорта и почему Вы, скорее всего, использовали бы при организации распределения следующих товаров: газ, хлеб, живые цветы, ювелирные изделия?
3. Какой вид ВМС распределения представлен: 60% всех продаваемых корпорацией «Свет» товаров поступает в ее магазины с предприятий, часть акций принадлежит самой корпорации.
4. У фирмы «Колос» не хватает мощностей по разливу своего кваса, и она решила привлечь к работе на лицензированной основе разливочное предприятие, сотрудничающее с фирмой «Хлеб», которая так же производит квас. Какая маркетинговая система распространения здесь представлена? Возможно ли возникновение конфликта между фирмой «Хлеб» и разливочным заводом?
5. Зачем нужны посредники? Докажите, что посредники сокращают объем работы производителя, связанный со сбытом товара.

Форма контроля и критерии оценки.

Задание должно быть выполнено в рабочей тетради.

«Отлично» выставляется в случае, если все ответы на поставленные вопросы даны полноценно и без ошибок (все задания).

«Хорошо» выставляется в случае, если присутствует 1 неточность или выполнено четыре задания.

«Удовлетворительно» - в случае, если выполнено правильно три задание.

«Неудовлетворительно» - ответы не верны и работа не выполнена.

Самостоятельная работа № 10

Коммуникационная политика

Цель: специфические приемы комплекса маркетинговых коммуникаций.

Изучить тему «Коммуникационная политика», конспект.

Задание:

В рабочей тетради ответить на вопросы

1. Примените 4 основных средства комплекса маркетинговых коммуникаций к деятельности профессиональных спортивных команд..
2. Расскажите, на каких мотивах и почему будут строить содержание своих обращений следующие деятели рынка:
а) поставщики электроэнергии; б) производитель молочных изделий.
3. Расскажите, какие (из 4) средства продвижения вы будете использовать на этапах ЖЦТ:
- стадия роста; - стадия спада.
Расположите все средства по мере их значимости.
4. Соотнесите 6 состояний покупательской готовности с вашей последней покупкой лимонада.
5. Расскажите, на каких мотивах и почему будут строить содержание своих обращений следующие деятели рынка:
а) производитель электробытовых товаров; б) автомобильная фирма.

Форма контроля и критерии оценки.

Задание должно быть выполнено в рабочей тетради.

«Отлично» выставляется в случае, если все ответы на поставленные вопросы даны полноценно и без ошибок (все задания).

«Хорошо» выставляется в случае, если присутствует 1 неточность или выполнено четыре задания.

«Удовлетворительно» - в случае, если выполнено правильно три задание.

«Неудовлетворительно» - ответы не верны и работа не выполнена.

Самостоятельная аудиторная работа

А) Китайская компания «Ф», которой принадлежит крупнейший книжный магазин, за последние годы открыла 15 новых магазинов по всей стране. В каждом из них множество удобств. Это, по мнению руководства компании, увеличивает шансы на продажу книг покупателям. В новом магазине Китая к услугам покупателей кофейный бар. Здесь же проводятся литературные чтения, организуются представления детского театра. На книги предоставляются скидки в размере от 10 до 80%. Время работы магазина продлено.

Ответьте на вопросы:

а) Какой из трех методов разработки целевого рынка использует компания :

-массовый маркетинг;

- сегментация рынка;

-множественная сегментация

Объясните свою позицию.

б) Какие из 4 основных видов продвижения товаров применяет компания для увеличения спроса на книгу и улучшения собственного имиджа?

-реклама;

- публицити;

- персональные продажи;

- стимулирование сбыта

Б) На развивающемся российском рынке появилась новая для отечественных предпринимателей форма реализации продукции - «личные продажи». Она заключается в использовании коммивояжеров для продажи товаров. Эта форма работы привлекает как отечественные, так и иностранные фирмы. Однако результаты работы у них существенно различаются.

Ответьте на вопросы:

а) Почему российская фирма не смогла организовать успешную работу сбытовой сети?

б) В чем вы видите основное достоинство деятельности иностранных фирм?

в) имеет ли перспективу работа коммивояжеров на российском рынке?

г) Каким основным требованиям должен отвечать российский коммивояжер?

Самостоятельная работа №11

Рекламная деятельность

Цель: методы и правила рекламной деятельности

Изучить тему «Рекламная деятельность», конспект.

Задание:

Прочитать задание, в рабочей тетради ответить на вопросы:

На фоне традиционного российского экспорта энергоносителей, лесоматериалов и других преимущественно сырьевых ресурсов весьма необычно выглядит экспорт готовой продукции из России на японский автомобильный рынок.

Колесные диски, производимые на мощностях научно-производственного объединения «Авиатехнология», изготавливаются по современной технологии.

По всем своим характеристикам российская продукция превосходит японскую. Для того чтобы убедиться в этом, японцы устроили российской стороне серьёзную проверку: меняли параметры изделия, предъявили жесткие требования к качеству продукции, дизайну и т.д. Однако наши специалисты все сомнения японских деловых партнеров успешно развеяли.

К тому же Япония не первая страна, где убедились в высоком качестве продукции российских предприятий. У россиян имеется опыт работы с автомобильными предприятиями Германии. Продукция НПО «Авиатехнология» используется на спортивных автомобилях в престижных международных соревнованиях.

Ответьте на вопросы:

- а) Каковы предпосылки успеха российских предприятий на элитных автомобильных рынках?
- б) В чем особенности маркетинговой деятельности в высокоразвитых странах?
- в) В каком стиле представил бы производитель свое рекламное обращение.

Форма контроля и критерии оценки.

Задание должно быть выполнено в рабочей тетради.

«Отлично» выставляется в случае, если все ответы на поставленные вопросы даны полноценно и без ошибок (все задания).

«Хорошо» выставляется в случае, если присутствует 1 неточность или выполнено четыре задания.

«Удовлетворительно» - в случае, если выполнено правильно три задания.

«Неудовлетворительно» - ответы не верны и работа не выполнена.

Самостоятельная работа №12

Стратегическое планирование

Маркетинг в сфере профессиональной деятельности

Цель: Оценка подходов к маркетинговой деятельности.

Подготовить реферат на тему:
Маркетинг в сфере профессиональной деятельности

Литература:

Форма контроля и критерии оценки реферата.

Реферат выполняется на листах формата А4. При выполнении следует использовать шрифт 14 с междустрочным интервалом 1,5. Параметры страницы (поля): верхнее – 2 см, нижнее – 2 см, левое – 3 см, правое – 1,5 см. Шрифт Times New Roman.

Иллюстрации (таблицы, схемы, графики и другой иллюстративный материал) должны иметь название и соответствующий номер. По структуре работа должна состоять из: - титульного листа; - содержания; - ответов на вопросы заданий; - списка литературы.

В конце привести перечень использованной литературы (не менее 3-х), проставить дату выполнения и подпись. Сведения об источниках необходимо давать в соответствии с требованиями ГОСТа.

«Отлично» выставляется в случае, если полностью раскрыта тема реферата, отражена точка зрения автора на рассматриваемую проблему, реферат написан грамотно, без ошибок. При защите реферата студент продемонстрировал отличное знание материала работы, приводил соответствующие доводы, давал полные развернутые ответы на вопросы и аргументировал их.

«Хорошо» выставляется в случае, если полностью раскрыта тема реферата, отражена точка зрения автора на рассматриваемую проблему, реферат написан грамотно. При защите реферата студент продемонстрировал хорошее знание материала работы, приводил соответствующие доводы, но не смог дать полные развернутые ответы на вопросы и привести соответствующие аргументы.

«Удовлетворительно» - в случае, если тема реферата раскрыта не полностью, не отражена точка зрения автора на рассматриваемую проблему, реферат написан с ошибками. При защите реферата студент продемонстрировал слабое знание материала работы, не смог привести соответствующие доводы и аргументировать на свои ответы.

«Неудовлетворительно» - в случае, если тема реферата не раскрыта, не отражена точка зрения автора на рассматриваемую проблему, много ошибок в построении предложений.

Список рекомендуемой литературы

Основные источники

1. Белоусова С.Н. Белоусов А.Г. Маркетинг. - Изд. 7-е, перераб. И доп. – Ростов н/Д: феникс, 2018. – 397с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга/ Ф. Котлер. - М.: Прогресс, 2017. – 912 с.
3. Басовский Л.Е. Маркетинг: Курс лекций. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 219 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент / Ф. Котлер. - 12-е изд. - СПб.: ПИТЕР, 2018.– 816 с.
5. Маркетинг: Учебник/Под ред. А.Н. Романова. – 4-е изд. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2018. – 463 с.