

Утверждаю
Ректор института
_____ А.А. Паршина

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по организации самостоятельной работы студентов и
проведению
практических (семинарских) занятий
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Маркетинг в отраслях и сферах деятельности
(наименование дисциплины (модуля))

Код и наименование направления	38.03.06. Торговое дело
подготовки	
Квалификация (степень) выпускника	бакалавр

Тема 1. Введение в курс «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Сущность и содержание дисциплины «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности».
2. Цели и задачи курса.
3. Маркетинг на рынке продукции производственно-технического назначения
4. Рынок продукции производственно-технического назначения.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Специфические особенности маркетинга продукции производственно-технического назначения.
2. Источники маркетинговой информации о рынке средств производства.
3. Лизинг: сущность, преимущества, виды, проблемы и перспективы развития в РФ.
4. Маркетинговое обеспечение лизинговых операций на рынке продукции производственно-технического назначения.

Тема 2. Маркетинг в агропромышленном комплексе

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Агропромышленный комплекс: сельское хозяйство, сфера ресурсов, сфера сервиса, маркетинговая сфера.
2. Структура агробизнеса в Российской Федерации.
3. Особенности рынков в комплексе агробизнеса.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Особенности сельскохозяйственного производства.
2. Маркетинговая деятельность в сельскохозяйственном производстве.
3. Рынок продукции сельского хозяйства: маркетинговый аспект.
4. Риски в сельском хозяйстве и их нейтрализация.

Тема 3. Маркетинг в сфере услуг

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Понятие услуг, их отличия от товаров.
2. Характеристики услуг, классификация услуг.
3. Особенности сферы услуг (непроизводственной сферы) в РФ.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Анализ рыночных возможностей предприятия сферы услуг.
2. Выбор целевых рынков.
3. Разработка комплекса маркетинга в сфере услуг.
4. Реализация маркетинговых мероприятий предприятия сферы услуг.

Тема 4. Особенности маркетинга в сфере образования

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Концепция маркетинга образовательных услуг и продуктов.
2. Сущность, проблемы, возможности маркетинга образовательных услуг.
3. Основные тенденции на рынке образовательных услуг и продуктов в РФ.
4. Рынок образовательных услуг в России: маркетинговая среда и сегментация рынка образовательных услуг и продуктов.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

- 1.Маркетинговая деятельность образовательного учреждения.
- 2.Маркетинговый подхода к предоставлению образовательных услуг.
- 3.Участники рынка образовательных услуг.
- 4.Новые технологии на рынке образовательных услуг.

Тема 5. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

- 1.Маркетинг во внешнеэкономической деятельности: сущность, цели, особенности, структура и содержание.
- 2.Международные маркетинговые исследования: сущность, цели, направления, объекты, этапы.
- 3.Виды маркетинговых исследований во внешнеэкономической сфере.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

- 1.Источники информации на зарубежном рынке.
- 2.Маркетинговые стратегии выхода фирмы на внешний рынок.
- 3.Способы организации международной деятельности.

Тема 6. Особенности маркетинга в страховой деятельности

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

- 1.Общие сведения о страховании.
- 2.Федеральный закон «О страховании».
- 3.Виды и объекты страхования.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Анализ страхового рынка России: проблемы становления и развития.
2. Основные принципы маркетинга в страховании.
3. Классификация рынка страховых компаний: страховые продукты и клиенты (страхователи).

Тема 7. Особенности маркетинга в оптовой и розничной торговле

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Классификация и виды оптовой торговли.
2. Задачи маркетинга оптовой торговли.
3. Проведение маркетинговых исследований.
4. Сегментирование рынка сбыта.
5. Маркетинг закупок.
6. Маркетинг-логистика.
7. Маркетинговые решения сбыта.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Организация мерчандайзинга.
2. Оценка конкурентной среды розничного торгового предприятия.
3. Ассортиментная политика предприятия розничной торговли: сущность, основные элементы, задачи.
4. Формирование конкурентоспособной ассортиментной модели предприятия торговли.
5. Оценка работы торговых предприятий.

Тема 8. Особенности маркетинга в туристическом бизнесе

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Особенности маркетинга в туризме.
2. Маркетинговое исследование рынка туристских услуг.
3. Методы сегментации рынка туризма.
4. Маркетинговые коммуникации в туризме.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Международный туризм: история развития и современное состояние.
3. Виды туризма.
4. Факторы, определяющие привлекательность туристского региона.
5. Туристский продукт: сущность, структура, особенности планирования, разработки, позиционирования, продвижения и распределения туристского продукта на рынке.

Тема 9. Маркетинг в банковской сфере

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Сущность и особенности банковского маркетинга.
2. Инструменты рыночной политики банка.
3. Цели и задачи маркетингового исследования рынка банковских услуг и продуктов.
4. Основные функции маркетинга в банковской сфере.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Концепция банковской технологии маркетинга.
2. Классификация банковских рисков.
3. Комплекс маркетинга в банковской деятельности.
4. Особенности маркетинга в различных сферах банковской деятельности.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Примерные темы курсовых проектов (работ) по дисциплине (модулю) «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»

1. Банковский маркетинг.
2. Страховой маркетинг.
3. Транспортный маркетинг.
4. Маркетинг в туризме.
5. Методы продвижения и продажи туристического продукта.
6. Новые технологии в деловом туризме.
7. Маркетинг в сфере образования.
8. Мониторинг рынка образовательных услуг.
9. Маркетинг на рынке недвижимости.
10. Маркетинг научно-технических разработок.
11. Маркетинг на рынке труда.
12. Сущность и особенности применения HR-маркетинга.
13. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности на рынке труда.
14. Маркетинг на потребительском рынке.
15. Маркетинговое обеспечение лизинговых операций.
16. Промышленный маркетинг.
17. Цели и средства маркетинговой коммуникации в промышленной среде
18. Маркетинг информационно-справочных ресурсов.
19. Роль информационных технологий в маркетинговой деятельности
20. Международный маркетинг.
21. Маркетинг концертно-театральной деятельности.
22. Задачи и проблемы внедрения маркетинга в систему управления медицинскими учреждениями.
23. Спортивный маркетинг.
24. Региональный, экологический и геополитический маркетинг.
25. Маркетинг в агробизнесе.
26. Особенности ценообразования в сельском хозяйстве.
27. Маркетинг в торговле.
28. Особенности маркетинга в розничной торговле.
29. Маркетинг в сфере услуг.
30. Маркетинговые стратегии в сфере обслуживания.
31. Особенности применения маркетинга в сфере услуг.
32. Маркетинг в малом бизнесе.
33. Маркетинг на рынке интеллектуальной собственности.
34. Управление рисками на предприятии.
35. Особенности Интернет-маркетинга: продвижение товаров и услуг
36. Маркетинг в сфере социальной инфраструктуры.
37. Состояние и проблемы организации защиты прав потребителей в регионе.

38. Маркетинг услуг сотовой связи в регионе.
39. Политический маркетинг.
40. Бенчмаркинг и его применение в современных условиях.

Указания по выполнению курсовой работы по дисциплине (модулю)

Курсовая работа, выполняемая по дисциплине «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности», является самостоятельным исследованием.

Студент может сам выбрать тему для исследования и согласовать ее с руководителем. Целесообразно выбирать тему курсовой работы с учетом предполагаемой темы выпускной квалификационной (бакалаврской) работы.

Курсовая работа должна в обязательном порядке содержать следующие разделы:

- Введение
- Теоретическая (основная) часть (включает в себя два раздела (главы), каждый из которых состоит из 2-3 параграфов)
- Заключение
- Список использованных источников и литературы
- Приложения (на усмотрение автора)

В *содержании* последовательно перечисляются заголовки разделов, подразделов, пунктов и названия приложений (приложения именуются 1, 2, 3 и т.д.) с указанием страниц, с которых начинаются эти элементы работы. Содержание должно включать все заголовки, имеющиеся в бакалаврской работе.

Введение – концептуальная часть курсовой работы, в которой должна быть представлена краткая оценка современного теоретического и практического состояния решаемой проблемы, ее актуальность, тенденции развития проблемы, обоснование необходимости выполнения работы по данной теме. Показывается новизна темы, приводится исходная экономико-статистическая информация, дается ее характеристика. Указываются объект, предмет и метод исследования, цель и задачи работы.

Структура введения состоит из следующих элементов:

- Актуальность темы исследования (объем текста 0,5 страницы);
- Степень разработанности проблемы;
- Цель и задачи исследования;

- Объект исследования;
- Предмет исследования
- Теоретическая база исследования;
- Информационная база исследования;
- Краткое описание структуры курсовой работы.

В *теоретической (основной) части* курсовой работы раскрывается содержание выбранной темы, приводятся суждения автора, анализ статистических материалов и т.п.

В *заключении* курсовой работы последовательно излагаются:

- обобщения по теоретической части работы;
- выводы по практической части работы;
- оценка полноты решений поставленных задач и достижения цели исследования;
- возможные направления дальнейших исследований.

Выводы должны быть содержательными, но достаточно краткими и четкими, дающими полное представление о значимости, обоснованности и эффективности работы.

Список использованных источников и литературы содержит перечень всех использованных источников информации, описанных в соответствии с установленными требованиями и расположенных в алфавитном порядке.

В работе могут быть использованы: законы, нормативные акты, инструкции, отчеты, монографии, диссертации и их авторефераты, научные статьи из сборников и периодических изданий, справочники, энциклопедии, учебники и учебные пособия.

При оформлении списка использованных источников и литературы все источники делят на две группы:

1. Нормативно-правовые акты

В данный раздел вносятся библиографические описания нормативно-правовых актов: Кодексы, Законы, Указы президента и правительства, Положения и т.п.

2. Специальная литература

В этот раздел вносятся библиографические описания учебной и монографической литературы, публикации, взятые из периодических журналов, газет и Интернета в алфавитном порядке авторов.

Общее число источников должно быть не менее 15 наименований.

В **приложения** рекомендуется включать материалы вспомогательного, иллюстративного характера: промежуточные расчеты, таблицы вспомогательных цифровых данных, методики, рисунки вспомогательного характера, анкеты и т. п., которые при изложении в основной части загромождают текст работы.

Приложения даются после списка использованных источников и оформляются как продолжение работы с последующим указанием страниц. Приложения располагаются в порядке появления на них ссылок в тексте.

Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием в правом верхнем углу (после номера страницы) слова ПРИЛОЖЕНИЕ, написанного прописными буквами без кавычек. Кроме этого, каждое приложение должно иметь содержательный заголовок, также как иллюстрация или таблица.

Приложения нумеруются последовательно, в порядке появления ссылок в тексте, арабскими цифрами, без знака №. Например, ПРИЛОЖЕНИЕ 1, ПРИЛОЖЕНИЕ 2 и т.д.

Если приложение дается на нескольких листах то, начиная со второго листа, в правом верхнем углу пишется строчными буквами (кроме первой прописной) слово "Продолжение" и указываются № продолженного приложения, например, "Продолжение приложения 3".

В текстовой части ссылки на приложение даются по типу: "... в приложении 2" или (приложение 2).

Текст курсовой работы выполняется на одной стороне листа формата А4 (210×297 мм), при этом используется распечатка на принтере.

В компьютерном варианте работа выполняется с использованием текстового редактора Word; табличных процессоров, графических редакторов. Тип шрифта – Times New Roman, размер (кегель) шрифта – 14, межстрочный интервал – полуторный – 1,5, начертание – обычное, для выделения ключевых понятий и фраз – курсивное, полужирное, полужирное

курсивное. Выравнивание основного текста – по ширине, обязательен *автоматический перенос*.

Со всех четырех сторон страницы оставляют поля. Размер левого поля – 30 мм, правого – 15 мм, верхнего и нижнего – 20 мм.

Объём курсовой работы должен составлять 25-30 листов.

Нумерация страниц должна быть сквозной и включать титульный лист и приложения. Номер страницы **ставится вверху посередине листа арабскими цифрами или в правом углу**, начиная с текстовой части «Введения», со страницы под номером 3. Первой страницей считается "Титульный лист", за ним следует "Содержание" работы - на этих листах не проставляется номер страницы, но они включаются в общую нумерацию работы, далее начало текста "Введения". Поэтому указание страниц начинается не раньше 3-го номера.

Распечатки в компьютерном варианте и другие приложения должны соответствовать формату А4, т.е. могут разрезаться в пределах указанного формата. Помещают их в раздел "ПРИЛОЖЕНИЯ" и включают в общую нумерацию страниц работы.

Текст теоретической части курсовой работы делится на главы, которые нумеруются арабскими цифрами; после номера главы ставят точку. (Глава 1., Глава 2.)

Тексты глав делят на подразделы, которые нумеруют в пределах каждой раздела главы арабскими цифрами, разделенными точкой. Первая цифра – номер главы, вторая – номер подраздела. В конце номера подраздела не ставят точку, например: «1.1, 1.2, 2.1, 2.2».

В содержание выносятся номера и заголовки глав и подразделов.

Каждый раздел (глава) печатается с новой страницы.

Заголовки первой ступени, являющиеся основными – названия глав и обязательных структурных элементов работы (Содержание, Введение, Главы (Глава 1., Глава 2. и т.д.), Заключение, Список использованных источников и литературы, Приложения), печатают прописными заглавными буквами жирного начертания с новой страницы. Обязательные структурные элементы работы не нумеруют (только главы: Глава 1. Глава 2. и т.д.)

Заголовки печатают по центру страницы, симметрично тексту, без точки в конце, не подчеркивая. Переносы слов в заголовках не допускаются. Сам заголовок должен быть короче строк текста.

Заголовки параграфов пишутся обычным шрифтом с выделением жирным. Фразы, начинающиеся с новой строки, печатают с абзацным отступом с начала строки, равным 1,25 мм.

При написании курсовой работы использование цитат, мнений, суждений, формул, фактических данных и др. разрешается только с подробной ссылкой на автора. При этом на одной странице не должно быть более 2-3 цитат или фактических данных, подтвержденных ссылками. Все остальное должен быть авторский текст.

Текст сноски набирается в нижнем поле страницы. Сноски проставляются автоматически. Текст в сносках набирается в текстовом редакторе Microsoft Word шрифтом *Times New Roman*. размером шрифта «10» интервал «1».

Курсовая работа, оформленная с нарушением установленных требований и не содержащая ссылки на первоисточники, к рецензированию не принимается.