

Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя»
(РИЗП)

Утверждаю
Ректор института
_____ А.А. Паршина

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

Основы маркетинга (наименование дисциплины (модуля))

| | |
|---|-----------------------------|
| Код и наименование направления подготовки (специальности) | 38.05.02 Таможенное дело |
| Квалификация выпускника (специальность) | Специалист таможенного дела |

Ростов-на-Дону

Тема 1. Концепция и методология современного маркетинга

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Теоретическое представление, содержательная сущность, цели, задачи и основные направления развития современной маркетинговой науки.
2. Эволюция маркетинговых теорий.
3. Маркетинг как концепция экономического управления хозяйствующими субъектами.
4. Представление об основных функциях современной маркетинговой работы.
5. Важнейшие разновидности маркетинговой деятельности предприятий-товаропроизводителей

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Приоритетные принципы и разновидности маркетинговой деятельности.
2. Разработка кадровой маркетинговой стратегии и формирование маркетинговых служб предприятия.
3. Теоретическое представление об основных функциях современной маркетинговой работы.
4. Разновидности маркетинга по территориям охвата и характеру экономического спроса.

Тема 2. Маркетинговая среда современных хозяйствующих субъектов.

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Факторы, направления и принципы маркетинговой деятельности компаний
2. Теоретическое понятие о внутренней и внешней маркетинговой среде современных предприятий-товаропроизводителей.
3. Макросреда хозяйствующих субъектов и экономические факторы принятия маркетинговых решений.

4. Представление об основных и дополнительных направлениях маркетинговой деятельности предприятий.

5. Важнейшие принципы организации маркетинговой работы компаний.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Маркетинг в России.

2. Понятие маркетинговой среды.

3. Внутренняя и внешняя среда маркетинга.

4. Основные факторы микросреды: покупатели, конкуренты, поставщики, посредники, контактные аудитории.

5. Факторы макросреды маркетинга и их характеристика.

Тема 3. Современные маркетинговые исследования и анализ приоритетных стратегий

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Процедура маркетинговых исследований.

2. Основные этапы и инструменты маркетингового исследования.

3. Кабинетные и полевые исследования.

4. Маркетинговые исследования в различных областях деятельности.

5. Понятие системы маркетинговой информации.

6. Первичная и вторичная информация.

7. Требования к маркетинговой информации.

8. Методология, основные направления, этапы и алгоритмы разработки маркетинговых стратегий.

9. Факторы формирования современных маркетинговых стратегий.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Система внутренней отчетности.

2. Система внешней маркетинговой информации
3. Методы современных маркетинговых исследований
4. Атрибутивные признаки классификации проектов маркетинговых исследований
5. Характеристика принципиальных различий качественных и количественных маркетинговых исследований.
6. Оценка экономической эффективности маркетинговых стратегий хозяйствующих субъектов.

Тема 4. Товарная и ценовая политика хозяйствующих субъектов

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Теоретико-методологические основы проблемы повышения качества товара и степени его конкурентоспособности.
2. Позиционирование товара.
3. Содержательная сущность понятия «жизненный цикл» товара.
4. Ассортиментная стратегия современных хозяйствующих субъектов.
5. Методология и принципы определения ценовых уровней, прибыли и рентабельности.
6. Основные разновидности ценовых стратегий.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Представление об инновационной товарной политике в маркетинговой науке.
2. Вопросы практической разработки эффективной торговой марки и упаковки товара.
3. Бренд-менеджмент.
4. Предназначение ценовой политики в контексте маркетинговой деятельности хозяйствующих субъектов.

Тема 5. Политика формирования сбыто-распределительной сети

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Основные методы и маркетинговые системы сбыта.
2. Организация сбыто-распределительной инфраструктуры современных предприятий.
3. Традиционная, вертикальная, горизонтальная и многоканальная системы сбыта.
4. Маркетинговые факторы формирования сбыто-распределительной сети хозяйствующих субъектов.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Предназначение сбыто-распределительной политики в комплексе маркетинговой деятельности современных предприятий.
2. Индикация экономических преимуществ и недостатков прямого и косвенного методов реализации товаров.
3. Определение основных функций посредников сбыто-распределительного процесса хозяйствующих субъектов.
4. Важнейшие этапы планирования маркетинговой сбыто-распределительной стратегии.

Тема 6. Коммуникационная политика хозяйствующих субъектов

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Продвижение как элемент комплекса маркетинга.
2. Формирование спроса и стимулирование сбыта.
3. Личные продажи в системе маркетинговых коммуникаций.
4. Реклама: сущность, функции, виды, цели.
5. Бюджет рекламы.
6. Паблик рилейшнз (PR), функции и виды.

7. Роль PR в формировании общественного мнения.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Содержательная сущность и приоритетные направления реализации коммуникационной политики хозяйствующих субъектов.
2. Основные этапы процесса планирования рекламной кампании.
3. Представление о доминирующих маркетинговых мерах стимулирования сбытовой деятельности современных предприятий.
4. Приоритетные методы прямого маркетингового воздействия.

Тема 7. Концепция брендинга и ее экономическое предназначение в современном маркетинге

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Содержательная сущность и основные понятия современного брендинга.
2. Экономическое предназначение брендинговых операций.
3. Маркетинговые исследования экономических предпочтений потребителей посредством брендинговых операций.
4. Основы формирования бренда.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Анализ категорий «марочное наименование», «марочная эмблема», «марочный капитал», «товарный знак» и «стоимость марки».
2. Основные экономические преимущества брендинговых операций в маркетинговой деятельности хозяйствующих субъектов.
3. Важнейшие задачи современных маркетинговых исследований предприятий.
4. Дифференциация основных методов сбора первичной экономической информации и стратегии.

Тема 8. Маркетинговая программа современных предприятий

1. Организация деятельности маркетинговых служб предприятий.
2. Принципы и этапы организации службы маркетинга.
3. Руководители службы маркетинга.
4. Регламентация деятельности маркетинговой службы на предприятии.
5. Внутрифирменное планирование и содержательная сущность маркетинговых программ предприятий

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Изучение основных функций маркетинговой деятельности современных хозяйствующих субъектов.
2. Содержательная сущность маркетинговых воздействий
3. Специфика формирования и проявления интегрированного, производственно-сбытового, инновационно-стратегического, экологического и социального маркетинга.
3. Классификация маркетинговых воздействий по территориям охвата.
4. Понятие о внутреннем, экспортном, импортном, внешнеторговом, внешнеэкономическом, международном, мультинациональном и глобальном маркетинге.
4. Характеристика разновидностей маркетинга, определяемых характером экономического спроса: конверсионного, стимулирующего, поддерживающего, противодействующего, а также ремаркетинга, синхромаркетинга, демаркетинга.