

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
по дисциплине (модулю)

Внутренний маркетинг и коммуникации
(наименование дисциплины (модуля))

Код и наименование направления	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
подготовки	
Квалификация (степень) выпускника	Бакалавр

Ростов-на-Дону

Тема 1. Концепция и методология современного маркетинга

Задания для семинарских занятий:

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. Приоритетные принципы маркетинга

Задания для самостоятельной работы:

1. Инновационность маркетинга
2. Ориентация на потребителя
3. Сегментация и выявление целевого рынка
4. Рыночная адаптация производственно-сбытовой деятельности
5. Разновидности (по концептуально-методологическим признакам, характеру экономического спроса и территориям экономического пространства) маркетинговой деятельности.
6. Представление об основных функциях современной маркетинговой работы.

Тема 2. Приоритетные функции и важнейшие разновидности маркетинговой деятельности хозяйствующих субъектов

Задания для семинарских занятий:

1. Теоретическое представление об основных функциях современной маркетинговой работы
2. Комплексное исследование рыночной среды и запросов потенциальных потребителей
3. Сегментации рынка и маркетинговый анализ производственно-сбытовых возможностей хозяйствующих субъектов
4. Выбор целевого рынка
5. Разработка инновационно-стратегической, товарной, ценовой, сбытовой разновидностей маркетинговой политики предприятий
6. Установление коммуникационных отношений; разработка кадровой маркетинговой стратегии и формирование маркетинговых служб предприятия
7. Маркетинговый контроль и оценка экономической деятельности хозяйствующего субъекта.
8. Важнейшие разновидности маркетинговой деятельности предприятий-товаропроизводителей, определяемые структурой маркетинговой концепции, разновидностями маркетинга по территориям охвата и характеру экономического спроса и т.д.

Тема 3. Маркетинговая среда современных хозяйствующих субъектов. Факторы, направления и принципы маркетинговой деятельности компаний

Задания для семинарских занятий:

1. Теоретическое понятие о внутренней и внешней маркетинговой среде современных предприятий-товаропроизводителей.
2. Макросреда хозяйствующих субъектов и экономические факторы принятия маркетинговых решений.

Задания для самостоятельной работы:

1. Представление об основных и дополнительных направлениях маркетинговой деятельности предприятий.
2. Важнейшие принципы организации маркетинговой работы компаний.

Тема 4. Современные маркетинговые исследования

Задания для семинарских занятий:

1. Комплексный анализ рыночных условий.
2. Маркетинговое исследование потребительской мотивации.

Задания для самостоятельной работы:

1. Представление о рыночной сегментации и ее атрибутивных признаках.
2. Изучение внутренней маркетинговой среды.
3. Особенности выбора целевого рынка.
4. Методы, процессы и планы современных маркетинговых исследований.

Тема 5. Анализ приоритетных стратегий, организационно-управленческой системы и экономической эффективности маркетинговой работы хозяйствующих субъектов

Задания для семинарских занятий:

1. Методология, основные направления, этапы и алгоритмы разработки маркетинговых стратегий.
2. Факторы формирования современных маркетинговых стратегий.
3. Представление о векторах расширения рыночной активности И. Ансоффа. Стратегии Котлера-Портера, PIMS, БКГ.

Задания для самостоятельной работы:

1. Важнейшие разновидности маркетинговых стратегий и их дифференциация в зависимости от рыночного спроса, уровня конкуренции и величины рыночной доли хозяйствующих субъектов.
2. Содержательная сущность атакующей, оборонительной и тактической (отступательной) стратегий предприятий.
3. Оценка экономической эффективности маркетинговых стратегий хозяйствующих субъектов.

Тема 6. Товарная политика хозяйствующих субъектов

Задания для семинарских занятий:

1. Теоретико-методологические основы проблемы повышения качества товара и степени его конкурентоспособности.
2. Позиционирование товара.
3. Представление об инновационной товарной политике в маркетинговой науке.
4. Вопросы практической разработки эффективной торговой марки и упаковки товара.

Задания для самостоятельной работы:

1. Содержательная сущность понятия «жизненный цикл» товара
2. Задачи пролонгирования товара в контексте маркетинговой деятельности предприятий.
3. Ассортиментная стратегия современных хозяйствующих субъектов: принципы, факторы, проблемы оптимизации.
4. Бренд-менеджмент.

Тема 7. Ценовая политика хозяйствующих субъектов

Задания для семинарских занятий:

1. Предназначение ценовой политики в контексте маркетинговой деятельности хозяйствующих субъектов.
2. Методология и принципы определения ценовых уровней, прибыли и рентабельности.
3. Основные разновидности ценовых стратегий: стратегии «снятия сливок» и «прорыва», дифференцированных, единых, неизменных и гибких цен.

Задания для самостоятельной работы:

1. Стратегия ценового лидерства.
2. Социально-психологические методы ценообразования.
3. Инициативное повышение и сокращение цены.

Тема 8. Политика формирования сбыто-распределительной сети

Задания для семинарских занятий:

1. Представление об основных методах и маркетинговых системах сбыта.
2. Организация сбыто-распределительной инфраструктуры современных предприятий.

Задания для самостоятельной работы:

1. Содержательная сущность традиционной, вертикальной, горизонтальной и многоканальной систем сбыта.
2. Маркетинговые факторы формирования сбыто-распределительной сети хозяйствующих субъектов.

Тема 9. Коммуникационная политика хозяйствующих субъектов

Задания для семинарских занятий:

1. Содержательная сущность и предназначение коммуникационных стратегий в контексте маркетинговой деятельности хозяйствующих субъектов.
2. Реклама и ее функции в коммуникационной маркетинговой политике.

Задания для самостоятельной работы:

1. Основные разновидности современной рекламной деятельности.
2. Планирование рекламных кампаний и каналы распространения информации.
3. Представление о связях с общественностью.
4. Организация персональных продаж.
5. Маркетинговые рычаги стимулирования сбытовой деятельности предприятий

Тема 10. Концепция брендинга и ее экономическое предназначение в современном маркетинге

Задания для семинарских занятий:

1. Теоретическое представление о содержательной сущности и основных понятиях современного брендинга.
2. Экономическое предназначение брендинговых операций в контексте маркетинговой деятельности хозяйствующих субъектов.
3. Маркетинговые исследования экономических предпочтений потребителей посредством брендинговых операций.

Задания для самостоятельной работы:

1. Современные российские бренды: история создания
2. Зарубежные бренды: страновой обзор

Тема 11. Маркетинговая программа современных предприятий

Задания для семинарских занятий:

1. Теоретическое представление о внутрифирменном планировании и содержательной сущности маркетинговых программ предприятий.
2. Методология и приоритетные принципы составления маркетинговых программ.
3. Основные разновидности маркетинговых программ хозяйствующих субъектов.

Задания для самостоятельной работы:

1. Традиционная структура маркетинговых программ
2. Бюджетирование, оценка экономической эффективности и контроль выполнения.