

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)

Маркетинг
(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 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. Приоритетные принципы и разновидности маркетинговой деятельности.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Инновационность маркетинга
2. Ориентация на потребителя
3. Сегментация и выявление целевого рынка
4. Рыночная адаптация производственно-сбытовой деятельности
5. Концептуально-методологические признаки, характер экономического спроса и территории экономического пространства в маркетинге.
6. Представление об основных функциях современной маркетинговой работы.

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

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Теоретическое представление об основных функциях современной маркетинговой работы
2. Комплексное исследование рыночной среды и запросов потенциальных потребителей
3. Сегментация рынка
4. Маркетинговый анализ производственно-сбытовых возможностей хозяйствующих субъектов
5. Выбор целевого рынка

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Разработка инновационно-стратегической маркетинговой политики предприятий
2. Товарная, ценовая, сбытовая разновидности маркетинговой политики предприятий
3. Установление коммуникационных отношений

- 4.Разработка кадровой маркетинговой стратегии
- 5.Формирование маркетинговых служб предприятия
- 6.Маркетинговый контроль и оценка экономической деятельности хозяйствующего субъекта
- 7.Важнейшие разновидности маркетинговой деятельности предприятий-товаропроизводителей, определяемые структурой маркетинговой концепции

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

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

- 1.Теоретическое понятие о внутренней и внешней маркетинговой среде современных предприятий-товаропроизводителей.
- 2.Макросреда хозяйствующих субъектов и экономические факторы принятия маркетинговых решений.
- 3.Представление об основных и дополнительных направлениях маркетинговой деятельности предприятий.
- 4.Важнейшие принципы организации маркетинговой работы компаний.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Содержательная сущность внешней (макро- и микро-) и внутренней маркетинговой среды. Специфика их изучения.
2. Исследование приоритетных экономических факторов принятия маркетинговых решений.
3. Дифференциация основных и дополнительных направлений маркетинговой деятельности современных хозяйствующих субъектов.
4. Определение экономически доминирующих принципов организации маркетинговой работы компаний.

Тема 4. Современные маркетинговые исследования

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

- 1.Комплексный анализ рыночных условий.
- 2.Маркетинговое исследование потребительской мотивации.
- 3.Представление о рыночной сегментации и ее атрибутивных признаках.
- 4.Изучение внутренней маркетинговой среды.

5. Особенности выбора целевого рынка.
6. Методы, процессы и планы современных маркетинговых исследований.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Методы современных маркетинговых исследований.
2. Содержательная сущность внешней (макро- и микро-) и внутренней маркетинговой среды. Специфика их изучения.
3. Атрибутивные признаки классификации проектов маркетинговых исследований.
4. Характеристика принципиальных различий качественных и количественных маркетинговых исследований.

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

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

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.
4. Стратегии Котлера-Портера, PIMS, БКГ.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

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

Тема 6. Товарная 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. Представление об инновационной товарной политике в маркетинговой науке.
4. Вопросы практической разработки эффективной торговой марки и упаковки товара.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Содержательная сущность понятия «жизненный цикл» товара
2. Задачи пролонгирования жизненного цикла 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 занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

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.
4. Стратегии «снятия сливок» и «прорыва».

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Дифференцированные, единые, неизменные и гибкие цены.
2. Стратегия ценового лидерства.
4. Социально-психологические методы ценообразования.
5. Инициативное повышение и сокращение цены.

Тема 8. Политика формирования сбыто-распределительной сети

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

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

предприятий.

3. Содержательная сущность традиционной, вертикальной, горизонтальной и многоканальной систем сбыта.

4. Маркетинговые факторы формирования сбыто-распределительной сети хозяйствующих субъектов.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Традиционные варианты построения сбыто-распределительной инфраструктуры российских хозяйствующих субъектов.
2. Полиморфные методы формирования каналов товаропродвижения.
3. Содержательная сущность и предназначение трейд-маркетинга.
4. Особенности организации мерчандайзинга в компании.
5. Обоснование экономической целесообразности прямых продаж.
6. Экономическая взаимосвязь торгового маркетинга и сбытовой деятельности хозяйствующих субъектов.

Тема 9. Коммуникационная политика хозяйствующих субъектов

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Содержательная сущность и предназначение коммуникационных стратегий
2. Реклама и ее функции в коммуникационной маркетинговой политике.
3. Основные разновидности современной рекламной деятельности.
4. Планирование рекламных кампаний.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Каналы распространения информации.
2. Представление о связях с общественностью.
3. Организация персональных продаж.
4. Маркетинговые рычаги стимулирования сбытовой деятельности предприятий.

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

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

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

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.
3. Важнейшие задачи современных маркетинговых исследований предприятий.
4. Основные методы сбора первичной экономической информации.

Тема 11. Маркетинговая программа современных предприятий

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Теоретическое представление о внутрифирменном планировании.
2. Содержательная сущность маркетинговых программ предприятий.
3. Методология и приоритетные принципы составления маркетинговых программ.
4. Основные разновидности маркетинговых программ хозяйствующих субъектов.
5. Традиционная структура маркетинговых программ.
6. Бюджетирование, оценка экономической эффективности и контроль выполнения маркетинговых программ.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Содержательная сущность важнейших критериев формирования современных маркетинговых программ.
2. Экономические преимущества процесса маркетингового планирования.
3. Бизнес-план современных хозяйствующих субъектов.
4. Специфика сценарного планирования в маркетинге.
5. Основные отличия маркетинговой программы от плана развития фирмы и бизнес-плана.