

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

РАССМОТРЕНО И СОГЛАСОВАНО  
на заседании кафедры «Маркетинг»  
протокол 11 от 26.06.2017 г.  
Зав. кафедрой «Маркетинг»



к.э.н., доц. Крамаренко Р.Р.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**  
по организации самостоятельной работы студентов и проведению  
практических (семинарских) занятий  
по дисциплине (модулю)  
**Основы маркетинга**

код и наименование направления подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности
Квалификация (степень) выпускника	Бакалавр

**Ростов-на-Дону  
2017г.**

Учебно-методические указания по организации самостоятельной работы студентов и проведению практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю) «Основы маркетинга» направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата),

Автор(ы):

К.э.н., доц. Левчук В.В.кафедры «Маркетинг»

(инициалы, фамилия, должность, ученая степень, ученое звание)

©Левчук В.В. 2017

© ЧОУ ВО «Ростовский институт защиты предпринимателя

## **Тема 1. Концепция и методология современного маркетинга**

### **Задания для семинарского занятия**

1. Содержательная сущность, цели, задачи и основные направления развития современной маркетинговой науки.
2. Приоритетные принципы (инновационность; ориентация на потребителя; сегментация и выявление целевого рынка; рыночная адаптация производственно-сбытовой деятельности и др.) и разновидности (по концептуально-методологическим признакам, характеру экономического спроса и территориям экономического пространства) маркетинговой деятельности.
3. Представление об основных функциях современной маркетинговой работы.

### **Задания для самостоятельной работы**

1. Эволюция маркетинговых теорий.
2. Маркетинг как концепция экономического управления хозяйствующими субъектами.

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

### **Задания для семинарского занятия**

1. Теоретическое представление об основных функциях современной маркетинговой работы:
  - комплексном исследовании рыночной среды и запросов потенциальных потребителей;
  - сегментации рынка;
  - маркетинговом анализе производственно-сбытовых возможностей хозяйствующих субъектов; в
  - выборе целевого рынка;
  - разработке инновационно-стратегической, товарной, ценовой, сбытовой разновидностей маркетинговой политики предприятий;
  - установлении коммуникационных отношений;
  - разработке кадровой маркетинговой стратегии и формировании маркетинговых служб предприятия;
  - маркетинговом контроле и оценке экономической деятельности хозяйствующего субъекта.

### **Задания для самостоятельной работы**

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 семинарского занятия**

1. Теоретическое понятие о внутренней и внешней маркетинговой среде

современных предприятий-товаропроизводителей.

2.Макросреда хозяйствующих субъектов и экономические факторы принятия маркетинговых решений.

3.Важнейшие принципы организации маркетинговой работы компаний.

#### **Задания для самостоятельной работы**

Представление об основных и дополнительных направлениях маркетинговой деятельности предприятий.

### **Тема 4. Современные маркетинговые исследования**

#### **Задания для семинарского занятия**

1.Комплексный анализ рыночных условий.

2.Маркетинговое исследование потребительской мотивации.

3.Изучение внутренней маркетинговой среды.

4.Методы, процессы и планы современных маркетинговых исследований.

#### **Задания для самостоятельной работы**

1.Представление о рыночной сегментации и ее атрибутивных признаках.

2.Особенности выбора целевого рынка.

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

#### **Задания для семинарского занятия**

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

2.Факторы формирования современных маркетинговых стратегий.

3.Важнейшие разновидности маркетинговых стратегий и их дифференциация в зависимости от рыночного спроса, уровня конкуренции и величины рыночной доли хозяйствующих субъектов.

4.Оценка экономической эффективности маркетинговых стратегий хозяйствующих субъектов.

#### **Задания для самостоятельной работы**

1.Представление о векторах расширения рыночной активности И.Ансоффа.

2.Стратегии Котлера-Портера, PIMS, БКГ.

3.Содержательная сущность атакующей, оборонительной и тактической (отступательной) стратегий предприятий.

### **Тема 6. Товарная политика хозяйствующих субъектов**

#### **Задания для семинарского занятия**

1.Теоретико-методологические основы проблемы повышения качества товара и степени его конкурентоспособности.

2.Представление об инновационной товарной политике в маркетинговой науке.

3.Содержательная сущность понятия «жизненный цикл» товара и задачи его пролонгирования в контексте маркетинговой деятельности предприятий.

4.Ассортиментная стратегия современных хозяйствующих субъектов: принципы, факторы, проблемы оптимизации.

#### **Задания для самостоятельной работы**

1.Позиционирование товара.

2. Вопросы практической разработки эффективной торговой марки и упаковки товара.
3. Бренд-менеджмент.

### **Тема 7. Ценовая политика хозяйствующих субъектов**

#### **Задания для семинарского занятия**

1. Предназначение ценовой политики в контексте маркетинговой деятельности хозяйствующих субъектов.
2. Основные разновидности ценовых стратегий: стратегии «снятия сливок» и «прорыва», дифференцированных, единых, неизменных и гибких цен.
3. Стратегия ценового лидерства.
4. Социально-психологические методы ценообразования.

#### **Задания для самостоятельной работы**

1. Методология и принципы определения ценовых уровней, прибыли и рентабельности.
2. Инициативное повышение и сокращение цены.

### **Тема 8. Политика формирования сбыто-распределительной сети**

#### **Задания для семинарского занятия**

1. Представление об основных методах и маркетинговых системах сбыта.
2. Организация сбыто-распределительной инфраструктуры современных предприятий.
3. Маркетинговые факторы формирования сбыто-распределительной сети хозяйствующих субъектов.

#### **Задания для самостоятельной работы**

Содержательная сущность :

- традиционной систем сбыта;
- вертикальной систем сбыта;
- горизонтальной систем сбыта;
- многоканальной систем сбыта;

### **Тема 9. Коммуникационная политика хозяйствующих субъектов**

#### **Задания для семинарского занятия**

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

#### **Задания для самостоятельной работы**

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

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

### **Задания для семинарского занятия**

1. Экономическое предназначение брендинговых операций в контексте маркетинговой деятельности хозяйствующих субъектов.
2. Маркетинговые исследования экономических предпочтений потребителей посредством брендинговых операций.

### **Задания для самостоятельной работы**

Теоретическое представление о содержательной сущности и основных понятиях современного брендинга.

## **Тема 11. Маркетинговая программа современных предприятий**

### **Задания для семинарского занятия**

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. Наиболее традиционная структура маркетинговых программ.
2. Бюджетирование структура маркетинговых программ.
3. Оценка экономической эффективности и контроль выполнения структура маркетинговых программ.