

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета

Дата подписания: 05.09.2023 16:55:25

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8e1961

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение

высшего образования

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

Колледж Пятигорского института (филиала) СКФУ

МАРКЕТИНГ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ РАБОТ

Специальность 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Квалификация: менеджер по продажам

(ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ)

Пятигорск, 2021г.

Методические указания для самостоятельных занятий по дисциплине «Маркетинг» составлены в соответствии с требованиями ФГОС СПО к подготовке выпуска для получения квалификации Менеджер по продажам. Предназначены для студентов, обучающихся по специальности: 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Рассмотрено на заседании ПЦК колледжа Пятигорского института (филиала) СКФУ

Протокол № 8 от «22 » марта 2021 г.

Содержание

Пояснительная записка.....	4
План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине.....	6
Методические указания по выполнению СРС.....	9
Рекомендуемая литература.....	11

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Целью методических указаний для самостоятельных занятий студентов является организация и управление самостоятельной работой студентов в процессе изучения данной дисциплины.

Форму самостоятельной работы студент выбирает согласно рабочей программе (реферат, сообщение, конспект). К каждой теме предложен план, вопросы проверки и самопроверки. Это должно помочь студенту сориентироваться в изучаемой теме, верно расставить акценты.

Учебная дисциплина «Маркетинг» является основной профессиональной образовательной дисциплиной, устанавливающей знания для получения профессиональных навыков.

Целью методических указаний для самостоятельной работы студентов является организация и управление самостоятельной работой студентов в процессе изучения данной дисциплины.

Форму самостоятельной работы студент выбирает согласно рабочей программе (реферат, сообщение, конспект). К каждой теме предложен план, вопросы проверки и самопроверки. Это должно помочь студенту сориентироваться в изучаемой теме, верно, расставить акценты.

Целью методических рекомендаций является обеспечение эффективности самостоятельной работы студентов с литературой на основе организации её изучения.

Задачами методических рекомендаций по самостоятельной работе являются:

- активизация самостоятельной работы студентов;
- содействие развития творческого отношения к данной дисциплине;
- выработка умений и навыков рациональной работы с литературой;
- управление познавательной деятельностью студентов.

Функциями методических рекомендаций по самостоятельной работе являются:

- определение содержания работы студентов по овладению программным материалом;

- установление требований к результатам изучения дисциплины.

Сроки выполнения и виды отчётности самостоятельной работы определяются преподавателем и доводятся до сведения студентов.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **уметь**:

- составлять финансовые документы и отчеты;
- осуществлять денежные расчеты;
- пользоваться нормативными правовыми актами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;
- рассчитывать основные налоги;
- анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;
- применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;
- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
- обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
- проводить маркетинговые исследования рынка;
- оценивать конкурентоспособность товаров;

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **знать**:

- сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;
- финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;
- основные положения налогового законодательства;
- функции и классификацию налогов;
- организацию налоговой службы;
- методику расчета основных видов налогов;
- методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы;
- анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;
- составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
- средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;
- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
- конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;

- этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом.

План-график проведения самостоятельных работ

№	Наименование разделов и тем дисциплины, их краткое содержание; вид самостоятельной работы	Форма контроля	Зачетные единицы (часы)
3 семестр			25
1	Тема 2. Функции, принципы маркетинга. Вид самостоятельной работы: самостоятельное изучение темы.	Собеседование	2
2	Тема 3. Рынок как объект маркетинга. Концепция маркетинга. Вид самостоятельной работы: самостоятельное изучение темы.	Собеседование	2
3	Тема 4. Разработка комплекса маркетинга. Классификация маркетинга. Вид самостоятельной работы: самостоятельное изучение темы.	Собеседование	2
4	Тема 5. Классификация маркетинга Вид самостоятельной работы: самостоятельное изучение темы	Собеседование	2
5	Тема 8. Признаки сегментации. Вид самостоятельной работы: Написание реферата на тему: 1. Процесс принятия решения о покупке.	Реферат	2
6	Тема 9. Целевой рынок. Позиционирование товара. Вид самостоятельной работы: Написание реферата на тему: 1. Постройте простую модель покупательского поведения	Реферат	2
7	Тема 10. Сегментация рынка и позиционирование продукта, услуги. Вид самостоятельной работы: Написание реферата на тему: 1. Каким образом компании определяют привлекательные рыночные сегменты и выбирают стратегию охвата рынка.	Реферат	2
8	Тема 11. Понятие среды. Внутренняя среда. Вид самостоятельной работы: Вид самостоятельной работы: самостоятельное изучение темы	Собеседование	2

9	Тема 12. Микросреда. Вид самостоятельной работы: самостоятельное изучение темы.	Собеседование	2
10	Тема 13. Макросреда Вид самостоятельной работы: самостоятельное изучение темы.	Собеседование	2
11	Тема 14. Основные понятия. Иерархия потребностей Вид самостоятельной работы: самостоятельное изучение темы.	Собеседование	2
12	Тема 15. Матрица потребностей.Спрос. Вид самостоятельной работы: самостоятельное изучение темы.	Собеседование	2
13	Тема 17. Классификация потребителей. Факторы. Вид самостоятельной работы: самостоятельное изучение темы.	Собеседование	2
14	Тема 18. Типология потребителей. Вид самостоятельной работы: самостоятельное изучение темы.	Собеседование	2
15	Тема 19.Конкуренты. Виды конкурентов. Вид самостоятельной работы: самостоятельное изучение темы.	Собеседование	2
16	Тема 20. Служба маркетинга на предприятии. Вид самостоятельной работы: самостоятельное изучение темы.	Собеседование	2
17	Тема 21. Сущность и особенности международного маркетинга. Вид самостоятельной работы: Написание реферата на тему: 1. Особенности международного маркетинга	Реферат	2
18	Тема 22. Маркетинговые исследования международных рынков. Вид самостоятельной работы: самостоятельное изучение темы.	Собеседование	2
19	Тема 23. Сегментирование международного рынка. Вид самостоятельной работы: Написание реферата на тему: 1. Продвижения товара, анализ российского и международного рынка.	Реферат	2

20	Тема 24. Сущность, принципы и преимущества международного франчайзинга. Вид самостоятельной работы: самостоятельное изучение темы.	Собеседование	2
21	Тема 25. Международный факторинг для развития бизнеса российских предпринимателей. Вид самостоятельной работы: Написание реферата на тему: 1. Факторинговые операции, разновидности.	Реферат	2
22	Тема 26. Основные товарные стратегии современного международного маркетинга Вид самостоятельной работы: самостоятельное изучение темы.	Собеседование	2
	Итого за 4 семестр		44
23	Тема 27. Классификация товаров. Вид самостоятельной работы: самостоятельное изучение темы.	Собеседование	2
24	Тема 28. Концепция жизненного цикла товаров. Вид самостоятельной работы: самостоятельное изучение темы.	Собеседование	2
25	Тема 30. Торговые посредники. Типы и виды. Вид самостоятельной работы: самостоятельное изучение темы.	Собеседование	5
26	Тема 31. Цена товара и методы. Вид самостоятельной работы: самостоятельное изучение темы.	Собеседование	2
27	Тема 33. Понятие продвижения товара. Вид самостоятельной работы: Написание реферата на тему: 1. Роль рекламы, стимулирования сбыта и связей с общественностью в комплексе продвижения товаров. 2. Как компании устанавливают и используют связи с общественностью в коммерческих целях?	Реферат	4
28	Тема 34. Понятие и основные направления планирования. Контроль в маркетинге. Вид самостоятельной работы: Написание реферата на тему: 1. Понятие и основные направления планирования. 2. Различия между стратегическим и текущим планированием.	Реферат	4
29	Тема 35. Виды и типы маркетинговых исследований. Вид самостоятельной работы: Написание реферата на тему:	Реферат	6

	1. Маркетинговые информационные системы.(МИС) 2. Маркетинговые исследования рынков.		
	Итого за 4 семестр		25
	ИТОГО		69

Требования к представлению и оформлению СРС

Методические указания по подготовке к собеседованию.

Собеседование - наиболее распространенный метод контроля знаний учащихся, вариант текущей проверки, процессе которого преподаватель получает широкие возможности для изучения индивидуальных возможностей усвоения учащимися учебного материала.

При подготовке к устному опросу студент должен:

1. Предварительно повторить теоретический материал темы (тем) по которой проводится устный опрос.
2. Ознакомиться с заданием, уяснить его фабулу и поставленные вопросы.
3. Продумать логику и последовательность изложения материала. Ответы на поставленные вопросы должны быть аргументированными.

При оценке устных ответов студентов по дисциплине учитываются следующие критерии:

1. Знание основных процессов изучаемой предметной области, глубина и полнота раскрытия вопроса.
2. Владение терминологическим аппаратом и использование его при ответе.
3. Умение объяснить сущность явлений, событий, процессов, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы.
4. Владение монологической речью, логичность и последовательность ответа, умение отвечать на поставленные вопросы, выражать свое мнение по обсуждаемой проблеме.

Методические указания по подготовке рефератов

1. Реферат - это сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материал, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.
2. Тема реферата должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме занятия.
3. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям колледжа и быть указаны в докладе.

4. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания.
5. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными.
6. Работа студента над рефератов включает отработку навыков ораторства и умения организовать и проводить диспут.

7. Студент в ходе работы по реферат, отрабатывает умение ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей.

8. Студент в ходе работы по реферату, отрабатывает умение самостоятельно обобщить материал и сделать выводы в заключении.

Студент обязан подготовить и выступить с докладом в строго отведенное время преподавателем, и в срок.

Инструкция докладчикам и содокладчикам

Докладчики и содокладчики - основные действующие лица. Они во многом определяют содержание, стиль, активность данного занятия. Сложность в том, что докладчики и содокладчики должны *знать и уметь* очень многое:

- сообщать новую информацию
- использовать технические средства
- знать и хорошо ориентироваться в теме всей презентации (семинара)
- уметь дискутировать и быстро отвечать на вопросы
- четко выполнять установленный регламент: докладчик - 10 мин.; содокладчик - 5 мин.; дискуссия - 10 мин
- иметь представление о композиционной структуре доклада.

Необходимо помнить, что выступление состоит из трех частей: вступление, основная часть и заключение.

Вступление помогает обеспечить успех выступления по любой тематике. Вступление должно содержать:

- название презентации (доклада)
- сообщение основной идеи
- современную оценку предмета изложения
- краткое перечисление рассматриваемых вопросов
- живую интересную форму изложения
- акцентирование оригинальности подхода

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части - представить достаточно данных для того, чтобы слушатели и заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудио-визуальных и визуальных материалов.

Заключение - это ясное четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Рекомендуемая литература

4.1. Рекомендуемая литература

Основные источники:

1. Ким, С.А. Маркетинг : учебник / С.А. Ким. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 258 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02014-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454084> (10.04.2018).
2. Жабина, С. Б. Основы экономики, менеджмента и маркетинга в общественном питании : учебник для студ. учреждений средн. проф. образования / С.Б. Жабина, О.М. Бурдюгова, А.В. Колесова. - 2-е изд., стереотип. - М. : Академия, 2018. - 319 с. - (Профессиональное образование). - Библиогр.: с. 314-315. - ISBN 978-5-4468-6164-4 (5)
3. Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности (2-е издание) [Электронный ресурс] : учебник / Е.И. Мазилкина. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 300 с. — 978-5-394-01285-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57160.html>

Дополнительные источники:

Синяева, И.М. Маркетинг услуг : учебник / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; под ред. Л.П. Дашкова ; Финансовый университет при Правительстве РФ. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 252 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02723-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454142> (06.04.2018).