

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**Методические рекомендации для
самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Маркетинг

Направление подготовки (специальность) «Зоотехния»

**Профиль образовательной программы : «Кормление животных и технология
кормов»**

Форма обучения очная

Содержание

1. Организация самостоятельной работы.....	3
2. Методические рекомендации по самостоятельному изучению вопросов.....	4
3. Методические рекомендации по подготовке к занятиям.....	5

1. ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

1.1. Организационно-методические данные дисциплины

№ п.п.	Наименование тем	Семестр	Общий объем часов по видам самостоятельной работы (из табл. 5.1 РПД)				
			Подготовка курсового проекта(работы)	подготовка реферата/эссе	индивидуальные домашние задания (ИДЗ)	самостоятельное изучение вопросов (СИВ)	подготовка к занятиям (ПкЗ)
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Модуль 1 Сущность и значение маркетинга в деятельности предприятия	8				14	14
1.1	Модульная единица 1 Маркетинг как система деятельности на рынке	8				3,5	3,5
1.2	Модульная единица 2 Рынок, как экономическая основа маркетинга. Маркетинговая среда.	8				3,5	3,5
1.3	Модульная единица 3 Управление маркетингом	8				3,5	3,5
1.4	Модульная единица 4 Организация маркетинговой деятельности	8				3,5	3,5
2	Модуль 2 Реализация рыночных возможностей: комплекс маркетинга	8				14	14
2.1	Модульная единица 5 Товар, как элемент комплекса маркетинга	8				3,5	3,5
2.3	Модульная единица 7 Интегрированные маркетинговые коммуникации	8				3,5	3,5
2.4	Модульная единица 8 Цена и ценообразование в маркетинге	8				3,5	3,5
3	Модуль 3 Маркетинговая информация и маркетинговые возможности	9				3,5	3,5
3.1	Модульная единица 9 Маркетинговая информация и исследования	9				14	14
3.2	Модульная единица 10 Покупательское поведение потребителей и деловое покупательское поведение	9				3,5	3,5
3.3	Модульная единица 11 Эффективность маркетинговой деятельности на предприятии	9				3,5	3,5
3.4	Модульная единица 12	9				3,5	3,5

	Маркетинг в бизнес-планировании						
4	Модуль 4 Особенности маркетинга в отраслях и сферах деятельности	9				3,5	3,5
4.1	Модульная единица 13 Международный маркетинг	9				14	13
4.2	Модульная единица 14 Особенности маркетинга в аграрном секторе экономики России	9				3,5	3,5
4.3	Модульная единица 15 Региональный маркетинг.	9				3,5	3,5
4.4	Модульная единица 16 Организация и управление территориальным маркетингом	9				3,5	3
5	Промежуточная аттестация (экзамен)	9	X		x	x	x
6	Всего в семестре 8	8	X		x	32	32
	Всего в семестре 9	9	X		x	24	23
7	Итого		X	5	x	56	55

Темы курсовых работ (проектов) не предусмотрены

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО САМОСТОЯТЕЛЬНОМУ ИЗУЧЕНИЮ ВОПРОСОВ

2.1 Модуль 1. Понятие и сущность маркетинга, его цели, принципы и функции, обзор концепций маркетинга.

Наименование вопроса № 1 «Основные направления российского маркетинга»

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на основные направления российского маркетинга и зарубежного маркетинга.

Наименование вопроса № 2 «Современные концепции маркетинга и их применение в сфере АПК»

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на применение концепций маркетинга в АПК.

Наименование вопроса № 3 «Психологические подходы в маркетинге»

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на психологические подходы в маркетинге.

Наименование вопроса № 4 «Спрос и его классификации»

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на спрос и его классификации в российском маркетинге.

Наименование вопроса № 5 «Отношение к маркетингу в современной России»

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на современное отношение к маркетингу в России и за рубежом.

2.2 Модуль 2. Маркетинговая среда и сегментирование рынков

Наименование вопроса № 1 «Понятия макро и микросреда в маркетинге и основные виды анализа»

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на основы макро и микросреды в маркетинге.

Наименование вопроса № 2 «Сегментирование российского рынка АПК»

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на сегментирование российского рынка АПК.

Наименование вопроса № 3 «Выбор целевых сегментов рынка и анализ российского рынка»

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на анализ российского рынка.

Наименование вопроса № 4 «Позиционирование товара на рынке и его специфика в АПК»

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на современные концепции маркетинга и их применение в сфере АПК.

2.3 Модуль 3. Элементы комплекса маркетинга

Наименование вопроса № 1 «Проблемы товарной политики в России»

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на проблемы товарной политики в России и за рубежом.

Наименование вопроса № 2 «Качество и конкурентоспособность товара»

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на качество и конкурентоспособность товара в РФ и за рубежом.

Наименование вопроса № 3 «Маркировка, торговая марка, бренд и упаковка»

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на маркировку, торговую марку, бренд и упаковку в России и за рубежом.

Наименование вопроса № 4 «Участие государственных и муниципальных органов управления в ценообразовании»

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на особенности участия государственных и муниципальных органов управления в ценообразовании в РФ.

2.4 Модуль 4. Методы распространения товаров

Наименование вопроса № 1 «Логистика в сфере маркетинга»

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на логистику в сфере маркетинга РФ и зарубежных стран.

Наименование вопроса № 2 «Маркетинг закупок»

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на маркетинг закупок в России.

Наименование вопроса № 3 «Становление нового сбыта и торговли в России»

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на становление нового сбыта и торговли в России и за рубежом.

Наименование вопроса № 4 «Современные проблемы оптовой торговли в АПК»

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на современные проблемы оптовой торговли в АПК в РФ и за рубежом.

Наименование вопроса № 5 «Понятие, особенности и стратегии планирования маркетинга в АПК»

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на особенности планирования маркетинга в АПК в РФ и за рубежом.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЗАНЯТИЯМ

3.1 Практическое занятие 1 (ПЗ-1) Маркетинг как система деятельности на рынке

Вопросы к занятию:

1. Дайте сравнительную характеристику определений маркетинга разных авторов, а так же по этапам развития маркетинга, как науки.
2. Перечислите цели и особенности основных концепций маркетинга.
3. Основные принципы, функции маркетинга.
4. Виды маркетинга по классификационным признакам.
5. Виды маркетинга, в зависимости от состояния спроса на товары и услуги:

- демаркетинг;
- конверсионный маркетинг;
- стимулирующий маркетинг;
- развивающий маркетинг;
- ремаркетинг;
- синхромаркетинг;
- поддерживающий маркетинг;
- противодействующий маркетинг.

3.2 Практическое занятие 2 (ПЗ-2) Рынок, как экономическая основа маркетинга. Маркетинговая среда

Вопросы к занятию:

1. Рынок, как основа деятельности маркетинга. Виды и типы рынков
2. Основные показатели оценки состояния рынка. Доля рынка. Конъюнктура рынка.
3. Факторы, оказывающие влияние на состояние рынка.
4. Рынок индивидуальных потребителей
5. Рынок предприятий.
6. Понятие маркетинговой среды и её влияние на деятельность предприятия.
7. Роль факторов микросреды в процессе маркетинговой деятельности.
8. Факторы макросреды, оказывающие позитивное и негативное влияние на деятельность фирмы.
9. Охарактеризуйте механизм действия и принципиальные отличия микросреды и макросреды.

3.3 Практическое занятие 3 (ПЗ-3) Управление маркетингом

Вопросы к занятию:

- 1 Понятие, роль и концепция стратегического маркетинга.
2. Охарактеризуйте плановый характер функционирования маркетинга.
3. Какие рыночные параметры используют при построении стратегических матриц.
4. Достоинства и недостатки каждой стратегической матрицы.
5. Какова цель и основные задачи операционного маркетинга
6. Выбор целевых сегментов
7. Стратегии рыночного позиционирования

3.4 Практическое занятие 4 (ПЗ-4) Организация маркетинговой деятельности

Вопросы к занятию:

1. Проектирование системы маркетинга на предприятии
2. Маркетинговые возможности предприятий с различными структурами управления
3. Функции службы маркетинга
4. Аналитическая, функциональная и обеспечивающая подсистема маркетинга на предприятии
5. Составляющие понятия «культура маркетинга»
6. Культура условий труда маркетолога в бизнесе
7. Экономическая и организационная культура маркетолога в бизнесе

3.5 Практическое занятие 5 (ПЗ-5) Товар, как элемент комплекса маркетинга

Вопросы к занятию:

1. Товар в маркетинге: многоуровневая концепция, трёхуровневый анализ
2. Классификация товаров
3. Жизненный цикл товара
4. Основные показатели и методики определения уровня качества
5. Бренд и марка: виды марок, марочный актив, управление маркой (брендинг)
6. Виды и типы тестирования товара, марки и упаковки

3.6 Практическое занятие 6 (ПЗ-6) Сбытовой маркетинг

Вопросы к занятию:

1. Сущность и функции товародвижения и сбыта
2. Каналы сбыта: виды, выбор, построение и управление
3. Функции и этапы сбыта
4. Причины и стратегии выбора посредников
5. Методы распространения товаров: розничная и оптовая торговля
6. Оптовые посредники: функции и типы
7. Розничная торговля: виды розничных торговых предприятий
8. Франчайзинг как форма координации

3.7 Практическое занятие 7 (ПЗ-7) Интегрированные маркетинговые коммуникации

Вопросы к занятию:

1. Этапы разработки эффективной коммуникации. Адресаты коммуникаций
2. Система ФОССТИС
3. Реклама: виды, средства распространения, преимущества и недостатки
4. Стимулирование сбыта: задачи, средства, программа стимулирования сбыта
5. Связи с общественностью (PR): постановка задач, выбор средств, претворение в жизнь плана по формированию общественного мнения. PR - Портфолио
6. Обучение торговых агентов. Контроль их работы и оценка эффективности их деятельности
7. Прямой маркетинг: формы, рост и преимущества
8. Общественное мнение и этические вопросы в прямом маркетинге
9. Интерактивный маркетинг и электронная торговля. Интегрированный прямой маркетинг

3.8 занятие 8 (ПЗ-8) Цена и ценообразование в маркетинге

Вопросы к занятию:

1. Роль и функции цены в маркетинге.
2. Ценовые решения в маркетинге. Факторы, определяющие рост стратегической роли цены.
3. Этапы маркетингового ценообразования
4. Факторы маркетингового ценообразования.
5. Методы маркетингового ценообразования
6. Возможности ценообразования при различных типах конкуренции покупателей и продавцов.
7. Оценка товара как фактора ценообразования.
8. Взаимодействие участников канала товародвижения как фактор уровня и поведения цен.
9. Ценовые стратегии. Стратегические цели фирмы как фактор уровня и поведения цен
10. Государственный контроль как фактор уровня цен в маркетинге.

3.9 Практическое занятие 9 (ПЗ-9) Маркетинговая информация и исследования

Вопросы к занятию:

1. Понятие, цели и этапы маркетинговых исследований.
2. Задачи маркетинговых исследований.
3. Отчёт о рыночной среде.
4. Виды маркетинговой информации.
5. Методы опроса.
6. Обработка данных и отчёт об организации маркетингового исследования.
7. Система маркетингового анализа.

3.10 Практическое занятие 10 (ПЗ-10) Покупательское поведение потребителей и деловое покупательское поведение

Вопросы к занятию:

1. От маркетинга транзакций к маркетингу отношений
2. Стадии развития маркетинговых отношений
3. Системы управления отношениями с клиентами
4. Внешние или социальные факторы поведения потребителей
5. Внутренние или психологические факторы поведения
6. Особенности делового покупательского поведения
7. Покупающий центр

3.11 Практическое занятие 11 (ПЗ-11) Эффективность маркетинговой деятельности на предприятии

Вопросы к занятию:

1. Использование технологии маркетинга в бизнесе
2. Показатели эффективности системы маркетинга на предприятии
3. Пути повышения эффективности системы маркетинга
4. Рационализация функциональной организации и совершенствование организационного механизма маркетинга

3.12 Практическое занятие 12 (ПЗ-12) Маркетинг в бизнес-планировании

Вопросы к занятию:

1. Основные разделы бизнес-плана
2. Основные элементы плана маркетинга:
3. Схема распространения товаров (услуг).
4. Ценообразование.
5. Реклама.
6. Методы стимулирования продаж.
7. Организация послепродажного обслуживания клиентов (для технических товаров).
8. Формирование общественного мнения о Вашей фирме и товарах.

3.13 Практическое занятие 13 (ПЗ-13) Международный маркетинг

Вопросы к занятию:

1. Основные этапы развития международного маркетинга
2. Структура и задачи маркетингового исследования внешних рынков
3. Брендинг. Маркировка. Особенности управления маркой на международном рынке
4. Продвижение продукта на международном рынке
5. Решения предпринимателя при выходе на международный рынок

3.14 Практическое занятие 14 (ПЗ-14) Особенности маркетинга в аграрном секторе экономики России

Вопросы к занятию:

1. Технологии маркетинга в агробизнесе
2. Понятие и отраслевые особенности маркетинга в АПК.
3. Этапы и условия развития агромаркетинга.
4. Различия в деятельности с\х формирований с маркетинговой и производственно-сбытовой ориентацией.
5. Эффективность маркетинговой деятельности в агробизнесе

3.15. Практическое занятие 15 (ПЗ-15) Региональный маркетинг.

Вопросы к занятию:

1. Региональный маркетинг в системе управления экономикой
2. Взаимосвязь предпринимательства, продукта и рынка в регионе
3. Трансфер имиджа (продукт-территория)
4. Региональная марка. Знаки происхождения и качества
5. Стратегии продвижения регионального продукта

3.16. Практическое занятие 16 (ПЗ-16) Организация и управление территориальным маркетингом

Вопросы к занятию:

1. Предпосылки и условия внедрения территориального маркетинга
 2. Этапы внедрения территориального маркетинга
- Маркетинг региона и муниципального образования