

**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 самостояльному 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 применении 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 современном отношении 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 становлении 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 (брэндинг)
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 трансакций 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