

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

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

Маркетинг

Направление подготовки (специальность) Экономика

Профиль образовательной программы Финансы и кредит

Форма обучения очная

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Организация самостоятельной работы	3
2.	Методические рекомендации по самостоятельному изучению вопросов	3

1. ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

1.1. Организационно-методические данные дисциплины

№ п.п.	Наименование темы	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
1	Теоретические основы маркетинга				2	
2	Система маркетинговых исследований				4	
3	Потребитель в системе маркетинга				2	
4	Комплексное исследование рынка в маркетинге				2	
5	Товар и товарная политика				4	
6	Цена и ценовая политика				4	
7	Распределение товаров и товародвижение				4	
8	Маркетинговые коммуникации				4	
9	Региональный маркетинг.				2	
10	Международный маркетинг				4	
11	Управление маркетингом				4	

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО САМОСТОЯТЕЛЬНОМУ ИЗУЧЕНИЮ ВОПРОСОВ

2.1. Теоретические основы маркетинга

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности. Виды маркетинга, особенности маркетинга в России.

2.2 Система маркетинговых исследований

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности. Расчет стоимости исследования.

2.3. Потребитель в системе маркетинга

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности. Влияние характеристик товара на темпы его восприятия.

2.4. Комплексное исследование рынка в маркетинге

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности. Формирование рыночной стратегии.

2.5. Товар и товарный ассортимент

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности. Способы продления жизненного цикла товара.

2.6. Цена и ценовая политика

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности. Методы ценообразования: основанный на издержках; основанный на мнениях покупателей; основанный на ценах конкурентов.

2.7. Распределение товаров и товародвижение.

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности. Решения по проблемам товародвижения (маркетинговой логистики)

2.8. Маркетинговые коммуникации.

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности. Характерные черты рекламы: общественный характер, способность к убеждению, экспрессивность, обезличенность, однонаправленность, опосредованность.

2.9. Региональный маркетинг.

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности. Роль регионального маркетинга в реализации рыночных преобразований в регионе.

2.10. Международный маркетинг.

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности. Маркетинг в глобальной телекоммуникационной сети.

2.11. Управление маркетингом.

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности. Разработка положений о маркетинговых службах и должностных инструкций для работников службы маркетинга.