

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

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

Б1.В.ДВ.08.01 Стратегический маркетинг

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Профиль образовательной программы Маркетинг

Форма обучения очная

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. Организация самостоятельной работы**
- 2. Методические рекомендации по самостоятельному изучению вопросов**
- 3. Методические рекомендации по подготовке к занятиям**
 - 3.1 Практическое занятие (ПЗ-1) Сущность стратегического маркетинга**
 - 3.2 Практическое занятие 2 (ПЗ-2) Маркетинг и удовлетворение потребностей**
 - 3.3 Практическое занятие 3 (ПЗ-3) Анализ потребностей посредством сегментации рынка**
 - 3.4 Практическое занятие 4, 5 (ПЗ-4, ПЗ-5) Анализ привлекательности рынка**
 - 3.5 Практическое занятие 6, 7 (ПЗ-6, ПЗ-7) Анализ конкуренции**
 - 3.6 Практическое занятие 8, 9, 10 (ПЗ-8, ПЗ-9, ПЗ-10) Выбор стратегии маркетинга**
 - 3.7 Практическое занятие 11, 12, 13 (ПЗ-11, ПЗ-12, ПЗ-13) Стратегия и конкурентное преимущество**
 - 3.8 Практическое занятие 14, 15 (ПЗ-14, ПЗ-15) Реализация стратегии маркетинга**
 - 3.9 Практическое занятие 16, 17, 18 (ПЗ-16, ПЗ-17, ПЗ-18) Затраты и контроль реализации стратегии маркетинга**

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 зада- ния (ИДЗ) | самостоятельное изучение вопро- сов (СИБ) | подготовка к занятиям (ПкЗ) |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1 | Сущность стратеги- ческого маркетинга | | | | х | х |
| 2 | Маркетинг и удов- летворение потреб- ностей | | | | х | х |
| 3 | Анализ потребно- стей посредством сегментации рынка | | | | 4 | 4 |
| 4 | Анализ привлека- тельности рынка | | | | х | х |
| 5 | Анализ конкурен- ции | | | | 4 | 4 |
| 6 | Выбор стратегии маркетинга | | | | х | х |
| 7 | Стратегия и конку- рентное преимуще- ство | | | | 4 | 4 |
| 8 | Реализация страте- гии маркетинга | | | | х | х |
| 9 | Затраты и контроль реализации страте- гии маркетинга | | | | 6 | 6 |
| | Итого | | | | 18 | 18 |

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО САМОСТОЯТЕЛЬНОМУ ИЗУЧЕНИЮ ВОПРОСОВ

2.1 Анализ потребностей посредством сегментации рынка.

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на технологии маркетинговых исследований.

2.2 Анализ конкуренции.

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на сегментацию конкурентов.

2.3 Стратегия и конкурентное преимущество.

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на инновации в достижении конкурентных преимуществ.

2.4 Затраты и контроль реализации стратегии маркетинга.

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на основные стратегические проблемы.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЗАНЯТИЯМ

3.1 Практическое занятие 1 (ПЗ-1) (2 часа).

Тема: «Сущность стратегического маркетинга»

3.1.1 Задание для работы:

1. Понятие стратегии
2. Сущность стратегического маркетинга

3.1.2 Краткое описание проводимого занятия:

Подготовка и представление докладов по предложенным вопросам.

3.1.3 Результаты и выводы:

Рассмотрены и изучены теоретические вопросы, а также сделаны практические выводы по материалам заслушанных докладов. Рассмотрена часть материала, отраженная в контрольных вопросах ФОС дисциплины и необходимая для формирования компетенций.

3.2 Практическое занятие 2 (ПЗ-2) (2 часа).

Тема: «Маркетинг и удовлетворение потребностей»

3.2.1 Задание для работы:

1. Понятие потребностей, их виды.
2. Типология потребностей человека.

3.2.2 Краткое описание проводимого занятия:

Подготовка и представление докладов по предложенным вопросам.

3.2.3 Результаты и выводы:

Рассмотрены и изучены теоретические вопросы, а также сделаны практические выводы по материалам заслушанных докладов. Рассмотрена часть материала, отраженная в контрольных вопросах ФОС дисциплины и необходимая для формирования компетенций.

3.3 Практическое занятие 3 (ПЗ-3) (2 часа).

Тема: «Анализ потребностей посредством сегментации рынка»

3.3.1 Задание для работы:

1. Сущность сегментации. Условия сегментации и ее преимущества
2. Принципы и критерии сегментации
3. Методы разработки целевого рынка

3.3.2 Краткое описание проводимого занятия:

Подготовка и представление докладов по предложенным вопросам.

3.3.3 Результаты и выводы:

Рассмотрены и изучены теоретические вопросы, а также сделаны практические выводы по материалам заслушанных докладов. Рассмотрена часть материала, отраженная в контрольных вопросах ФОС дисциплины и необходимая для формирования компетенций.

3.4 Практическое занятие 4, 5 (ПЗ-4, ПЗ-5) (4 часа).

Тема: «Анализ привлекательности рынка»

3.4.1 Задание для работы:

1. Концепции анализа спроса
2. Структура первичного спроса
3. Модель жизненного цикла товара

3.4.2 Краткое описание проводимого занятия:

Подготовка и представление докладов по предложенным вопросам.

3.4.3 Результаты и выводы:

Рассмотрены и изучены теоретические вопросы, а также сделаны практические выводы по материалам заслушанных докладов. Рассмотрена часть материала, отраженная в контрольных вопросах ФОС дисциплины и необходимая для формирования компетенций.

3.5 Практическое занятие 6, 7 (ПЗ-6, ПЗ-7) (4 часа).

Тема: «Анализ конкуренции»

3.5.1 Задание для работы:

1. Конкурентные силы рынка
2. SWOT-анализ

3.5.2 Краткое описание проводимого занятия:

В ходе выполнения практических занятий делаются расчеты норм труда в отраслях растениеводства и животноводства; студенты знакомятся с методическими указаниями по конкретно поставленным задачам, а также изучают материал по данным темам.

3.5.3 Результаты и выводы:

Рассмотрены и изучены теоретические вопросы, а также сделаны практические выводы по материалам методических указаний, рассмотрено решение практических заданий. Рассмотрена часть материала, отраженная в контрольных вопросах ФОС дисциплины и необходимая для формирования компетенций.

3.6 Практическое занятие 8, 9, 10 (ПЗ-8, ПЗ-9, ПЗ-10) (6 часов).

Тема: «Выбор стратегии маркетинга»

3.6.1 Задание для работы:

1. Анализ бизнес-портфеля.
2. Методы анализа бизнес-портфеля.

3.6.2 Краткое описание проводимого занятия:

Подготовка и представление докладов по предложенным вопросам.

3.6.3 Результаты и выводы:

Рассмотрены и изучены теоретические вопросы, а также сделаны практические выводы по материалам заслушанных докладов. Рассмотрена часть материала, отраженная в контрольных вопросах ФОС дисциплины и необходимая для формирования компетенций.

3.7 Практическое занятие 11, 12, 13 (ПЗ-11, ПЗ-12, ПЗ-13) (6 часов).

Тема: «Стратегия и конкурентное преимущество»

3.7.1 Задание для работы:

1. Базовые стратегии маркетинга
2. Стратегии роста компании
3. Конкурентные стратегии
4. Стратегии выхода на внешний рынок

3.7.2 Краткое описание проводимого занятия:

В ходе выполнения практических занятий рассматриваются вопросы организации оплаты и стимулирования труда. Решаются конкретные задачи оплаты труда работников первичных трудовых коллективов при различных формах собственности и хозяйствования.

3.7.3 Результаты и выводы:

Рассмотрены и изучены теоретические вопросы, а также сделаны практические выводы по материалам методических указаний, рассмотрено решение практических заданий. Рассмотрена часть материала, отраженная в контрольных вопросах ФОС дисциплины и необходимая для формирования компетенций.

3.8 Практическое занятие 14, 15 (ПЗ-14, ПЗ-15) (4 часа).

Тема: «Реализация стратегии маркетинга»

3.8.1 Задание для работы:

1. Функции и структура службы маркетинга предприятия.
2. Сегментация рынка.
3. Организация рекламы товара.
4. Организация и стимулирование сбыта товара.

3.8.2 Краткое описание проводимого занятия:

В ходе выполнения практических занятий рассматриваются вопросы организации оплаты и стимулирования труда. Решаются конкретные задачи оплаты труда работников первичных трудовых коллективов при различных формах собственности и хозяйствования.

3.8.3 Результаты и выводы:

Рассмотрены и изучены теоретические вопросы, а также сделаны практические выводы по материалам методических указаний, рассмотрено решение практических заданий. Рассмотрена часть материала, отраженная в контрольных вопросах ФОС дисциплины и необходимая для формирования компетенций.

3.9 Практическое занятие 16, 17, 18 (ПЗ-16, ПЗ-17, ПЗ-18) (6 часов).

Тема: «Затраты и контроль реализации стратегии маркетинга»

3.9.1 Задание для работы:

1. Формирование затрат на реализацию стратегии маркетинга.
2. Контроль реализации стратегии маркетинга.

3.9.2 Краткое описание проводимого занятия:

В ходе выполнения практических занятий рассчитываются показатели производительности труда в сельском хозяйстве, изучаются резервы роста производительности и эффективности труда.

3.9.3 Результаты и выводы:

Рассмотрены и изучены теоретические вопросы, а также сделаны практические выводы по материалам методических указаний, рассмотрено решение практических заданий. Рассмотрена часть материала, отраженная в контрольных вопросах ФОС дисциплины и необходимая для формирования компетенций.