

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

Кафедра «Коммерции организации экономической деятельности»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
Б1.В.12 Маркетинг**

Направление подготовки: 38.03.03 Управление персоналом

Профиль подготовки: Управление персоналом организации

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ПО САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Учебный процесс в высших учебных заведениях, в т.ч. Оренбургском государственном аграрном университете, осуществляется сегодня в самых разнообразных формах – лекция, семинар, экскурсия, контрольная работа (экзамен, коллоквиум, зачёт и др.), конференция и др. виды учебных занятий.

Учебная лекция традиционно остается основной разновидностью групповых учебных занятий.

По своему назначению и содержанию лекция (от лат. *lectio* – чтение) представляет собой систематическое и последовательное изложение учебного материала, какого-либо вопроса, темы, раздела, предмета, методов науки.

Систематический лекционный курс, в котором последовательно излагается материал по учебной программе, включает в себя лекции вводные, установочные (в системе заочного и вечернего образования), ординарные, обзорные, заключительные.

Особое значение имеет *вводная лекция* – она знакомит студентов с целью и назначением курса, его ролью и местом в системе учебных дисциплин, дает краткий обзор курса (веи развития данной науки, имена известных ученых). Эта лекция ставит научные проблемы, выдвигает гипотезы, намечает перспективы развития науки и ее вклада в практику. Во вводной лекции теоретический материал связывается с практикой будущей работы специалистов.

Студенты узнают также об общей методике работы над курсом, об учебниках и учебных пособиях, познакомятся с обязательным списком литературы, с экзаменационными требованиями, то есть получают общее представление о предмете, ориентируются на систематическую работу над конспектами и литературой, знакомятся с методикой работы над курсом.

Основные требования к лекции (нравственная сторона лекции и преподавания, научность и информативность – современный научный уровень – доказательность и аргументированность, наличие достаточного количества ярких, убедительных примеров, фактов, обоснований, документов и научных доказательств, эмоциональность формы изложения, активизация мышления слушателей, постановка вопросов для размышления; четкая структура и логика раскрытия последовательно излагаемых вопросов; методическая обработка – выведение главных мыслей и положений, подчеркивание выводов, повторение их в различных формулировках; изложение доступным и ясным языком, разъяснение вновь вводимых терминов и названий; использование по возможности аудиовизуальных дидактических материалов) реализуются с помощью лекционных демонстраций – наглядного показа тех или иных процессов и явлений, например, средствами кино, телевидения, с помощью фотографий, таблиц и др.

Российские вузы, в т.ч. Оренбургский государственный аграрный университет, издают курсы лекций ведущих преподавателей, которые используются в учебном процессе наряду с учебниками и учебными пособиями федерального уровня.

Семинар (от лат. *seminarium* – рассадник, теплица) – эффективная форма учебно-практических занятий, при которой студенты обсуждают сообщения, доклады и рефераты, выполненные ими по результатам учебных или научных исследований под руководством преподавателя. Тема семинара и основные источники обсуждения предъявляются до обсуждения для детального ознакомления и изучения. Цели обсуждений направлены на формирование навыков профессиональной полемики и закрепление обсуждаемого материала.

Самостоятельная работа студентов является логическим продолжением аудиторной самостоятельной работы (на семинарах и во время лекций).

Она является одной из важнейших составляющих учебного процесса, в ходе которой происходит формирование навыков, умений и знаний и в дальнейшем

обеспечивается усвоение приемов познавательной деятельности, интерес к творческой работе и, в конечном итоге, способность решать научные и практические задачи.

Рассматриваемая в общем контексте самообразования студента самостоятельная работа представляет собой высшую форму его учебной деятельности по критериям саморегуляции и целеполагания.

Самостоятельная работа реализуется:

1. Непосредственно в процессе аудиторных занятий – лекций и семинаров.
2. В контакте с преподавателем вне рамок расписания – на консультациях по учебным вопросам, при ликвидации задолженностей, выполнении индивидуальных заданий и т.д.
3. В библиотеке, дома, в общежитии, на кафедре при выполнении студентом учебных и творческих задач.

Границы между этими видами работ достаточно размыты, а сами виды самостоятельной работы пересекаются. Таким образом, самостоятельная работа студентов может быть как в аудитории, так и вне нее.

При изучении истории организация самостоятельной работы студентов представляет собой единство трех взаимосвязанных форм:

1. Внеаудиторная самостоятельная работа;
2. Аудиторная самостоятельная работа, которая осуществляется под непосредственным руководством преподавателя;
3. Творческая, в том числе учебно-исследовательская работа. Виды внеаудиторной самостоятельной работы студентов разнообразны:
 - подготовка и написание рефератов, докладов, очерков, эссе и других письменных работ на заданные темы;
 - выполнение домашних заданий разнообразного характера. Это подбор и изучение исторических источников; разработка и составление различных исторических схем и др.;
 - выполнение индивидуальных заданий, направленных на развитие у студентов самостоятельности и инициативы. Индивидуальное задание может получать как каждый студент, так и часть студентов группы;
 - подготовка к участию в научно-теоретических конференциях, олимпиадах и др.

Рассмотрим некоторые из конкретных видов самостоятельной работы (подробнее см. об этом: А.В. Федорова. Научно-исследовательская и творческая работа студента по Отечественной истории: пособие для студентов высш. учеб. заведений. – Оренбург: Изд. центр ОГАУ, 2009. – 74 с.)

Наиболее эффективный способ творческого усвоения прочитанного – ведение записей. Преимущество этого метода состоит в том, что студент использует не только зрительную, но и двигательную память. Но главное – запись представляет собой творческий процесс, критический анализ изучаемого произведения, документа.

Основные формы записей: план, выписка, тезисы, аннотация, резюме, конспект.

План – наиболее краткая форма записей, перечень вопросов, рассматриваемых в книге, статье. Приступая к составлению плана, необходимо написать название произведения, документа, дату и место издания, краткую характеристику обстановки, в которой оно было написано. План раскрывает логику автора, помогает лучше ориентироваться в произведении, сосредоточить внимание на главных вопросах. Планом удобно воспользоваться при подготовке к семинарам, экзаменам, зачетам и написании реферата.

Выписки – это либо цитаты, т.е. дословное воспроизведение в рабочей тетради (или на отдельных листках, карточках) того или иного отрывка изучаемого произведения, характерных фактов, статистических данных, либо краткое, близкое к дословному изложение таких мест. Выписки позволяют избежать ошибок и неточностей при воспроизведении оригинала.

Тезисы – это более совершенная форма записей. Они представляют собой сжатое изложение основных мыслей прочитанного. Тезисы не повторяют дословно текста

прочитанного произведения, но близки к нему. В них излагаются важные выводы и обобщения, воспроизводятся характерные высказывания автора.

Аннотация – еще одна форма записей, являющаяся кратким обобщением содержания произведения. Аннотацией можно пользоваться, когда надо сохранить лишь общее представление о содержании книги, брошюры, статьи. Написание аннотации существенно отличается от других записей. План, выписки, тезисы пишутся обычно в процессе чтения. Для того чтобы составить аннотацию, надо полностью прочитать и глубоко продумать произведение. При всей краткости аннотация может содержать не только оценку книги, статьи, но и фрагменты авторского текста.

Резюме – краткая оценка прочитанного. Если аннотация характеризует содержание произведения, то резюме излагает его выводы. Эту форму записей полезно использовать в процессе подготовки доклада, реферата, когда требуется по данному вопросу прочитать и дать оценку различным точкам зрения.

Конспект – это краткое, связанное и последовательное изложение констатирующих и аргументирующих положений текста. В качестве примера приведем возможную классификацию видов конспектов:

1. План-конспект. При создании такого конспекта сначала пишется план текста, далее на отдельные пункты плана «наращиваются» комментарии. Это могут быть цитаты или свободно изложенный текст.

2. Тематический конспект – это краткое изложением темы, раскрываемой по нескольким источникам.

3. Текстуальный конспект представляет собой монтаж цитат одного текста.

4. Свободный конспект. Данный вид конспекта включает в себя и цитаты, и собственные формулировки.

Как составлять конспект?

Вначале необходимо определить цель составления конспекта.

Читая изучаемый материал в первый раз, подразделяйте его на основные смысловые части, выделяйте главные мысли, выводы.

Сформулируйте его пункты и определите, что именно следует включить в план-конспект для раскрытия каждого из них. Наиболее существенные положения изучаемого материала (тезисы) последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. В конспект включаются не только основные положения, но и обосновывающие их выводы, конкретные факты и примеры (без подробного описания). Составляя конспект, можно отдельные слова и целые предложения писать сокращенно, выписывать только ключевые слова, вместо цитирования делать лишь ссылки на страницы конспектируемой работы, применять условные обозначения. Чтобы форма конспекта как можно более наглядно отражала его содержание, располагайте абзацы «ступеньками» подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета. Используйте реферативный способ изложения, например, «автор считает...», «раскрывает...». Собственные комментарии, вопросы, раздумья располагайте на полях.

Придерживайтесь сложившихся правил конспектирования.

Запишите название конспектируемого произведения (или его части) и его выходные данные. Осмыслите основное содержание текста, дважды прочитав его. Составьте план – основу конспекта. Конспектируя, оставьте место (широкие поля) для дополнений, заметок, записи незнакомых терминов и имен, требующих разъяснений. Помните, что в конспекте отдельные фразы и даже отдельные слова могут иметь большее значение, чем в подробном изложении. Запись ведите своими словами, это способствует лучшему осмыслению текста. Применяйте определенную систему подчеркивания, сокращений, условных обозначений. Соблюдайте правила цитирования – цитату заключайте в кавычки, давайте ссылку на источник с указанием страницы.

Научитесь пользоваться цветом для выделения тех или иных информативных узлов в тексте. У каждого цвета должно быть строго однозначное, заранее предусмотренное назначение. Например, если вы пользуетесь синими чернилами для записи конспекта, то: красным цветом подчеркивайте названия тем, пишите наиболее важные формулы; черным – подчеркивайте заголовки подтем, параграфов и т.д.; зеленым – делайте выписки цитат, нумеруйте формулы и т.д.

Для выделения большой части текста используется отчеркивание.

Учитесь классифицировать знания, т.е. распределять их по группам, параграфам, главам и т.д. Для распределения можно пользоваться буквенными обозначениями, русскими или латинскими, а также цифрами, а можно их совмещать.

Доклад – один из видов монологической речи, публичное, развёрнутое, официальное сообщение по определённому вопросу, основанное на привлечении документальных данных.

Цель доклада – информирование кого-либо о чём-либо. Тем не менее, доклады могут включать в себя такие элементы, как рекомендации, предложения или другие мотивационные предложения.

Доклады могут быть и письменными. Формат доклада может быть как простым, с заголовками по темам, так и более сложным – в него могут включаться: диаграммы, таблицы, рисунки, фотографии, рефераты, резюме, приложения, сноски, ссылки, гиперссылки.

Подготовка к экзамену – одна из форм проверки знаний студентов по изучаемому курсу. Он позволяет обобщить и углубить полученные знания, систематизировать и структурировать их.

Готовясь к экзамену, студент должен еще раз просмотреть материалы лекционных и семинарских занятий, повторить ключевые термины и понятия, даты и фамилии исторических деятелей. Для успешного повторения ранее изученного материала можно использовать схемы и таблицы, позволяющие систематизировать данные.

За месяц до проведения экзамена преподаватель сообщает студентам примерные вопросы, вынесенные для обсуждения на промежуточной аттестации. Проведение экзамена осуществляется в форме электронного тестирования, в ходе которого студентам предлагается решить тесты разного уровня сложности (закрытые и открытые). Неудовлетворительная оценка обращает обучающегося к повторной сдаче экзамена на компьютере. Третья (комиссионная) пересдача проводится по билетам (ответы на вопросы экзаменационного билета).

Индивидуальные домашние задания выполняются в форме (расчетно-проектировочной, расчетно-графической работы, презентации, контрольной работы и т.п.).

1 Темы индивидуальных домашних заданий

1. ИДЗ-1 Модель покупательского поведения

2. ИДЗ-2 Выбор методов ценообразования и установление окончательной цены

3. ИДЗ-3 Требования, предъявляемые к информации

4. ИДЗ-1 Внутренний и международный маркетинг, различия между ними

2. Вопросы для самостоятельного изучения

№ п.п.	Наименования темы	Наименование вопроса	Объем, академические часы
1.	Процесс создания и донесения ценностей до потребителей	1.Виды маркетинга. Особенности маркетинга в России.	2
2.	Маркетинговая среда. Анализ конкурентов	1.Факторы функционирования фирмы	2
3.	Стратегические корпоративные и маркетинговые решения	1.Методология анализа конъюнктурных приоритетов маркетинга	2
4.	Поведение потребителей	1.Панельные исследования потребителей, торговли, рекламы	2
5.	Целевые рынки. Сегментация и позиционирование	1.Понятие о комплексе маркетинговых инструментов (комплекс маркетинга): товар, цена, распределение, продвижение.	2
6.	Маркетинговые решения по товару	1.Сервисное обслуживание	2
7.	Маркетинговые решения по цене	1.Понятие демпинга. 2.Поддержание, повышение и снижение цен.	2
8.	Маркетинговые решения по распределению	1.Маркетинговая логистика, основные направления маркетинговой логистики, концепции маркетинговой логистики.	2
9.	Маркетинговые решения по коммуникациям	1.Технология МПО. CRM-система.	2
10.	Организация маркетинга	1.Требования к специалистам маркетинга	2
11.	Маркетинговое информационно-аналитическое	1.Качественные и мотивационные	2

	обеспечение	исследования.	
12.	Маркетинговое планирование	1.Независимый внешний аудит маркетинга	2
13.	Экономическая оценка маркетинга	1.Расчёт рентабельности инвестиций в маркетинг	2
14.	Международный маркетинг	1.Развитие международного маркетинга	2
15.	Маркетинг услуг, Некоммерческий маркетинг	1.Методика оценки качества SERVQUAL.	2
16.	Современная концепция маркетинга	1.Эволюция концепций управления на предприятии.	2
17.	Система маркетинговой деятельности предприятия	• 1.. Цели и стратегии фирмы. • 2. Разработка комплекса маркетинга на предприятии: товар, цена, распределение и продвижение.	1
18.	Целевой маркетинг	1.Выбор целевых сегментов рынка.	2
19.	Основные направления маркетинговых исследований	• 1. Процесс маркетинговых исследований. •	2
20	Товарная политика предприятия	1.Организация сервиса и послепродажного обслуживания.	2
21	Ценовая политика предприятия	1. Внешние факторы, влияющие на процесс ценообразования	2
22.	Методы распределения товаров	1.Прямой и косвенный сбыт	2

23	Маркетинговые коммуникации	• 1.Реклама: цели, задачи, функции, средства распространения рекламной информации, методы формирования бюджета. •	2
24	Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций на предприятии	• 1. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций на предприятии. •	2
25	Организация маркетинговой деятельности на предприятии	1.Сущность концепции маркетинга	2
26	Планирование на предприятии	1.Основные положения бизнес плана	2
Итого по дисциплине			51