

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

**Кафедра «Коммерции и организация экономической деятельности»**

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

**Б1.В.07 Основы маркетинга**

**Направление подготовки (специальность) 38.03.04 Государственное и муниципальное управление**

**Профиль образовательной программы Государственная и муниципальная служба**

**Форма обучения очная**

## **СОДЕРЖАНИЕ**

1. Организация самостоятельной работы .....	3
2. Методические рекомендации по выполнению индивидуальных домашних задания .....	5

### **1.Организация самостоятельной работы.**

**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

далнейшем 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 ее.

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, связное 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 «нарашаиваются» 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 осмысливанию 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, развернутое, официальное сообщение по определенному 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, гипер-ссылки.

**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 экзамена на билета).

## **2 . Методические рекомендации по выполнению индивидуальных домашних заданий**

Цель преподавания дисциплины «Основы маркетинга» - понимание процесса маркетинга как важного фактора достижения организацией наибольшей эффективности

Задачи освоения дисциплины:

- иметь представление о роли маркетинга в экономическом развитии страны, отрасли, региона, конкретной фирмы ;
- знать
  - сущность, функции маркетинга и направления его использования в условиях рыночной экономики, организацию служб маркетинга на фирмах
  - роль маркетинга в управлении фирмой
  - принципы сегментации и выбор целевых рыночных сегментов
  - методику маркетинговых исследований
  - основные направления в технологии маркетинга как совокупности мер по активному воздействию на рынок, с одной стороны, и приспособлении характеристик товара, ценовой и сбытовой стратегий, рекламной кампании к требованиям и условиям целевого рынка - с другой
  - содержание и структуру маркетинговых программ
  - задачи управления персоналом в связи с маркетинговой деятельностью;

- уметь
- профессионально вести маркетинговую работу
- готовить предложения по товарной политике на основе сопоставительного анализа параметров конкурентоспособности товара
- владеть навыками поиска, сбора, систематизации, анализа и использования вторичной и первичной (оперативной) маркетинговой информации
- владеть навыками кабинетных и полевых маркетинговых исследований
- систематически повышать свою профессиональную квалификацию;
- иметь опыт проведения маркетинговых исследований и разработки элементов комплекса маркетинга.

### **Выбор вариантов контрольной работы**

В соответствии с программой курса студенты заочной формы обучения в межсессионный период самостоятельно теоретический материал. После изучения теоретических основ выполняется контрольная работа, позволяющая определить успешность изучения курса и глубину полученных знаний. Контрольная работа должна содержать развернутый ответ на вопросы задания, должна быть выполнена на 20-24 страницах тетрадного формата. В заключении приводится список использованной литературы (не менее трех источников). Вариант контрольной работы определяется по начальной букве фамилии студента.

Контрольная работа в установленные сроки должна быть представлена на кафедру Коммерции и ОЭД.

### **ВАРИАНТЫ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ**

Вариант № 1  
 1. Оптовая маркетинговые оптовиков.  
 2. Организация служб.

Буква алфавита	Номер варианта	Буква алфавита	Номер варианта
А	1	М	12
Б	2	Н	13
В	3	О	14
Г	4	П	15
Д	5	Р	16
Е	6	С	17
Ж	7	Т	18
З	8	У,Ф	19
И	9	Х,Ц,Ч	20
К	10	Ш,Щ	21
Л	11	Э,Ю,Я	22

торговля и решения маркетинговых

**Вариант № 2**

1. Формирование системы товародвижения.
2. Контроль маркетинговой деятельности.

**Вариант № 3**

1. Цена как элемент комплекса маркетинга. Ценовая политика фирмы.
2. Маркетинговые исследования: сущность, цели, направления и виды.

**Вариант № 4**

1. Классификация цен.
2. Розничная торговля и маркетинговое решение в розничной торговле.

**Вариант № 5**

1. Методы ценообразования.
2. Пропаганда, паблик рилейшнз, пропаганда в маркетинговой деятельности фирмы.

**Вариант № 6**

1. Стратегия адаптации цены к конкретной рыночной ситуации.
2. Сегментирование рынка по географическому и демографическому принципу.

**Вариант № 7**

- 1 Стимулирование сбыта.
2. Понятие и составные части процесса товародвижения.

**Вариант № 8**

1. Личные продажи как элемент комплекса маркетинга.
2. Упаковка и маркировка товара.

**Вариант № 9**

1. Маркетинговое понимание товара и содержание товарной политики фирмы.
2. Правовое обеспечение маркетинга в РФ.

**Вариант № 10**

1. Классификация товаров.
2. Изучение маркетинговой среды международного маркетинга.

**Вариант № 11**

1. Маркетинговая информация и маркетинговая информационная система.
2. Реклама как составная часть коммуникационной политики.

**Вариант № 12**

1. Понятие продвижения товара и коммуникационной политики фирмы.
2. Разработка новых товаров.

**Вариант № 13**

1. Особенности применения маркетинга на внутреннем рынке.
2. Решение о покупке товара – новинки.

**Вариант № 14**

1. Процес принятия решения о покупке.
2. Концепция жизненного цикла товаров, особенности маркетинга на отдельных его этапах.

**Вариант № 15**

1. Потребительский рынок и модель покупательского поведения.

2. Основные решения в области международного маркетинга.

Вариант № 16

1. Виды маркетинга в зависимости от характера спроса.

2. Товарно-знаковая символика фирмы.

Вариант № 17

1. История возникновения и концепции маркетинга.

2. Характеристика и выбор вида транспорта.

Вариант № 18

1. Понятие и структура комплекса маркетинга.

2. Сегментирование рынка по психографическому и поведенческому принципам.

Вариант № 19

1. Цели, принципы, функции маркетинга.

2. Факторы культурного уровня и социального порядка, определяющее покупательское поведение.

Вариант № 20

1. Сущность и основные категории маркетинга.

2. Факторы личного и психологического порядка, определяющие покупательское поведение.

Вариант № 21

1. Сущность и содержание управления маркетингом.

2. Рынок корпоративных покупателей. Поведение корпоративных покупателей.

Вариант № 22

1. Планирование маркетинга.

2. Виды маркетинга в зависимости от его объекта.