

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
**Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский
государственный университет им. Н.И. Лобачевского»**

И.Ю. Цветкова

**Методические рекомендации для самостоятельной работы
обучающихся по дисциплине
«Маркетинг»**

Учебно-методическое пособие

Рекомендовано методической комиссией института экономики
и предпринимательства для студентов, обучающихся по программе
среднего профессионального образования
специальность 38.02.01 «Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)»

Нижегород
2017

УДК 339.138
ББК 65.291.3
Ц-27

Ц-27 Цветкова И.Ю. Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Маркетинг»: учебно-методическое пособие. - Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2017. – 27 с.

Рецензент: руководитель направления по работе с клиентами и продажам ООО «metro Cash&Carry» **А.А. Смирнов**

В учебно-методическом пособии представлены рекомендации по выполнению заданий в процессе самостоятельной работы обучающихся в соответствии с тематическим планом по дисциплине «Маркетинг».

Пособие предназначено для студентов среднего профессионального образования института экономики и предпринимательства ННГУ им. Н.И. Лобачевского, обучающихся по специальности 38.02.01 «Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)».

Ответственный за выпуск:
председатель методической комиссии ИЭП ННГУ,
к.э.н., доцент Летягина Е.Н.

УДК 339.138
ББК 65.291.3

© **Национальный исследовательский
Нижегородский государственный
университет им. Н.И. Лобачевского, 2017**

СОДЕРЖАНИЕ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА.....	4
ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ	7
МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ В ПРОЦЕССЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ	8
Самостоятельная работа по теме 1	8
Самостоятельная работа по теме 2	9
Самостоятельная работа по теме 3	12
Самостоятельная работа по теме 4	15
Самостоятельная работа по теме 5	16
Самостоятельная работа по теме 6	20
Самостоятельная работа по теме 7	21
Самостоятельная работа по теме 8	22
Приложение	25

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Данные методические рекомендации направлены на реализацию самостоятельной работы по учебной дисциплине «Маркетинг» для студентов, обучающихся по программе среднего профессионального образования специальность 38.02.01 «Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)»

Самостоятельная работа обучающихся является одним из основных методов закрепления и углубления полученных знаний, а также средством приобретения необходимых умений в профессиональной области.

Главной задачей самостоятельной работы является развитие общих и профессиональных компетенций, умений приобретать профессиональные знания путем личных поисков, формирование активного интереса к творческому самостоятельному подходу в учебной и практической работе.

Самостоятельная работа складывается из изучения учебной и специальной литературы, как основной, так и дополнительной, нормативного материала с целью выполнения необходимых заданий по дисциплине.

Методические рекомендации для самостоятельной работы разработаны на основе ФГОС СПО по специальности 38.02.01 «Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)» в соответствии с рабочей программой учебной дисциплины «Маркетинг» специальности среднего профессионального образования 38.02.01 «Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)».

В результате освоения учебной дисциплины и выполнения самостоятельных работ обучающийся должен *знать*:

- информационное обеспечение и организацию аналитической работы;
- информационные системы для эффективного выполнения профессиональных задач;
- источники маркетинговой информации
- методологические основы маркетинговых исследований
- организацию деятельности торгового предприятия и корпоративную культуру.

- основные направления маркетинговой деятельности и возможности ее применения в профессиональной сфере
- сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;
- технологии профессиональной деятельности
- типовые методы и способы решения профессиональных задач

В результате освоения учебной дисциплины и выполнения самостоятельных работ обучающийся должен *уметь*:

- применять нормативные правовые акты в профессиональной сфере
- анализировать результаты экономической деятельности торговых организаций;
- выявлять, формировать и удовлетворять потребности на рынке.
- осуществлять денежные расчеты
- пользоваться нормативными правовыми актами в области экономической деятельности, регулирующими механизм и порядок заключения сделок
- применять маркетинговые технологии
- применять инновационные технологии при решении профессиональных задач
- применять методы и приемы деятельности в коллективе для различных видов анализа
- реализовывать самостоятельно определяемые задачи профессионального и личностного развития, самообразования и повышения квалификации

В результате освоения дисциплины и выполнения самостоятельных работ обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Общими

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

Профессиональными

ПК 1.3. Проводить учет денежных средств, оформлять денежные и кассовые документы.

Самостоятельная работа обучающегося должна начинаться с изучения и осмысления изложенной темы в учебной, справочной литературе.

В методических рекомендациях представлена тематика самостоятельных работ, задания для самостоятельной работы и формы их представления, рекомендации по выполнению заданий, в частности, дан алгоритм выполнения задания, сформулированы критерии самооценки выполненной работы, виды

контроля качества выполненной работы, рекомендуемые источники информации.

Предлагаемые рекомендации разработаны в помощь обучающемуся, выполняющему внеаудиторную самостоятельную работу.

ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

В соответствии с рабочей программой дисциплины «Маркетинг» предусмотрены следующие виды заданий для самостоятельной работы обучающегося (таблица 1)

Таблица 1.

Содержание самостоятельной работы

№	Название темы	Задание для самостоятельной работы	Форма представления задания
1.	Тема 1 Понятие и сущность маркетинга	Изучение темы (лекциям, избранным интернет-ресурсам, статьям в СМИ). Подготовка к тесту	Конспект выполненного задания в тетради
2.	Тема 2 Окружающая среда маркетинга	Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным Интернет-ресурсам). Выполнение самостоятельной работы №1. подготовка презентации (по выбранной теме)	Конспект выполненного задания в тетради, презентация
3.	Тема 3 Комплекс маркетинговых коммуникаций	Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным интернет-ресурсам). Выполнение самостоятельной работы №2. подготовка презентации (по выбранной теме)	Конспект выполненного задания в тетради, презентация
4.	Тема 4 Рекламная деятельность	Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным интернет-ресурсам). подготовка презентации (по выбранной теме)	Конспект выполненного задания в тетради, презентация

5.	Тема 5 Сегментирование рынка	Изучение темы (по учебнику, лекциям, <u> </u> избранным интернет-ресурсам). Выполнение самостоятельной работы №3. подготовка презентации (по выбранной теме)	Конспект выполненного задания в тетради, презентация
6.	Тема 6 Модель покупательского поведения	Изучение темы (по учебнику, лекциям, <u> </u> избранным интернет-ресурсам). подготовка презентации (по выбранной теме)	Конспект выполненного задания в тетради, презентация
7.	Тема 7. Маркетинговые исследования	Изучение темы (по учебнику, лекциям, <u> </u> избранным интернет-ресурсам). подготовка презентации (по выбранной теме)	Конспект выполненного задания в тетради, презентация
8.	Тема 8 Товарная политика	Изучение темы (по учебнику, лекциям, <u> </u> избранным интернет-ресурсам). подготовка презентации (по выбранной теме) подготовка к итоговому тестированию	Конспект выполненного задания в тетради, презентация

Объем часов самостоятельной работы определен в рабочей программе дисциплины для каждого года набора и формы обучения. Распределение объема учебной нагрузки обучающегося по темам содержится в приложении к данному учебно-методическому пособию.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ В ПРОЦЕССЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Самостоятельная работа по теме 1

Тема 1 Понятие и сущность маркетинга

Цель: изучить и систематизировать материал о понятии и сущность маркетинга:

- маркетинг как экономическая категория;

- основные понятия маркетинга;
- история развития маркетинга и концепции рыночной экономики;
- принципы и функции маркетинга;
- управление и комплекс маркетинга;
- особенности маркетинга в профессиональной деятельности (по отраслям).

Задание: Изучение темы (лекциям, избранным интернет-ресурсам, статьям в СМИ). Подготовка к тесту.

Форма представления задания: конспект выполненного задания в тетради

Контроль качества выполненной работы: тест по основным понятиям и сущности маркетинга. Требования к выполнению: используя лекционный материал и дополнительные источники информации записать основные понятия и определить сущность маркетинга, указанные в цели задания. Подготовиться к тесту по теме на основе рекомендуемых источников информации.

Рекомендуемые источники информации:

1. Маркетинг: Учебник / В.П. Федько, Л.А. Чикатуева, Н.В. Третьякова, С.А. Иващенко; Под ред. проф. В.П. Федько. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ Инфра-М: Академцентр, 2012. - 368 с.- Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=309700>
2. Маркетинг: Учебное пособие / А.В. Лукина. - 3-е изд., исп. и доп. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=412827>
3. Маркетинг: Учебное пособие / Герасимов Б. И., Жариков В. В., Жарикова М. В. - 2-е изд. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 320 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=537690>

Самостоятельная работа по теме 2

Тема 2 Окружающая среда маркетинга

Цель: изучить и систематизировать материал об окружающей среде маркетинга

Задание: Изучение темы (лекциям, избранным интернет-ресурсам, статьям в СМИ). Подготовка к тесту. Составление конспекта по теме. Выполнение заданий самостоятельной работы №1. Подготовка презентации (по выбранной теме)

Форма представления задания: конспект выполненного задания в тетради, презентация

Контроль качества выполненной работы: проверка и оценка самостоятельной работы; консультация по самостоятельной работе и материалу, пройденному на лекциях.

Требования к выполнению: используя лекционный материал и дополнительные источники информации изучить понятие маркетинговой среды и ее составные части. Выполнить задания «самостоятельная работа №1.»

Рекомендуемые источники информации:

1. Маркетинг: Учебное пособие / А.В. Лукина. - 3-е изд., исп. и доп. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=412827>
2. Маркетинг: Учебное пособие / Герасимов Б. И., Жариков В. В., Жарикова М. В. - 2-е изд. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 320 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=537690>
3. Кнышова Е.Н. Маркетинг Учебное пособие для студентов ср. проф. заведений 4 – е изд., –М.: Академия, 2012г. -282 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=325562>

Самостоятельная работа 1.

Тест 1

1. Что является основным в определении сути маркетинга?

сбыт товаров

снижение издержек производства

установление цен на товары

+ удовлетворения потребностей потребителей

2. Какая из перечисленных ориентаций коммерческой деятельности соответствует современной концепции маркетинга?

товарная ориентация

производственная ориентация

сбытовая ориентация

+ ориентация на потребителя, общество в целом

3. Объектами маркетинга являются:

товары

услуги

фирмы

+ все вышеперечисленные ответы

4. Какие из перечисленных видов деятельности лежат вне сферы маркетинга:

маркетинговые исследования;

+ инвентарный контроль

товарная политика

создание рекламного обращения

5. Основными составными частями комплекса маркетинга являются:

+ товар, цена, продвижение товара, распространение

товар, стимулирование сбыта, реклама

сбыт товара, ценообразование, продвижение

планирование продукции, определение цены, использование товарных знаков

6. С точки зрения маркетинга товар — это:

результат исследований, разработок и производства

продукт труда предназначен для продажи

+ все, что предлагается на рынке с целью удовлетворения потребностей потребителей

все товары на предприятиях

7. Позиционирование товара — это:

сегментирование рынка

определение уровня восприятия потребителями идеи нового товара

+ поиски достойного места товара на рынке, исходя из его принятия потребителями

выбор целевого рынка

8. Комплекс маркетинговых коммуникаций включает:

рекламу, пропаганду, персональная продажа и систему скидок

+ рекламу, персональную продажу, пропаганду и стимулирование сбыта

рекламу, public relations, стимулирование сбыта и пропаганду

рекламу, выставки, презентации, конкурсы

9. Какую цель может иметь рекламное обращение к целевой аудитории

привлечь внимание

удержать интерес

побуждать к действию, то есть покупки

+ все ответы правильные

Тема презентации

1. Маркетинг как экономическая категория.

2. Имидж товара.

Самостоятельная работа по теме 3

Тема 3. Комплекс маркетинговых коммуникаций

Цель: изучить и систематизировать материал о комплексе маркетинговых коммуникаций.

Задание: Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным интернет-ресурсам). Выполнение самостоятельной работы №2, подготовка презентации (по выбранной теме)

Форма представления задания: конспект выполненного задания в тетради, презентация

Контроль качества выполненной работы: проверка и оценка самостоятельной работы; консультация по самостоятельной работе и материалу. Проверка и оценка результатов

Требования к выполнению: используя лекционный материал и дополнительные источники информации изучить основы комплекса маркетинговых коммуникаций:

- понятие ФОССТИС, его составные части и средства;
- маркетинговая коммуникация – основная функция ФОССТИС;
- цели и средства маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда, метод прямых продаж.

Выполнить задания «самостоятельная работа №2.»

Рекомендуемые источники информации:

1. Кнышова Е.Н. Маркетинг Учебное пособие для студентов ср. проф. заведений 4 – е изд., –М.: Академия, 2012г. -282 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=325562>
2. Маркетинг товаров и услуг: Учебное пособие / А.В. Лукина. - 2-е изд., доп. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=412829>

Самостоятельная работа 2.

Тест 2

1. Проведение маркетинговых исследований позволяет решать следующие задачи:

+ поиск потенциальных покупателей и детальный анализ потребностей существующих покупателей

мотивацию покупателей

продажа товаров по цене ниже себестоимости

увеличение реальных доходов граждан

2. Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет повышения эффективности производства характерна для:

концепции социально - этического маркетинга;
концепции интенсификации коммерческих усилий;
+ концепции совершенствования производства;
концепции совершенствования товара
концепции маркетинга

3. Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет постоянного совершенствования товара характерна для

концепции социально - этического маркетинга
концепции интенсификации коммерческих усилий
концепции совершенствования производства;
+ концепции совершенствования товара
концепции маркетинга

4, Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет увеличения объемов продаж товара в результате принятия соответствующих мер в сфере сбыта и стимулирования характерна для:

концепции социально - этического маркетинга;
+ концепции интенсификации коммерческих усилий
концепции совершенствования производства
концепции совершенствования товара
концепции маркетинга

5. Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет определения потребностей потребителей и целевых рынков, обеспечение желаемого уровня удовлетворения потребностей с одновременным сохранением или повышением благосостояния потребителя и общества в целом характерна для:

+ концепции социально - этического маркетинга;
концепции интенсификации коммерческих усилий
концепции совершенствования производства;
концепции совершенствования товара
концепции маркетинга

6. Реклама — это элемент:

+ политики продвижения товара;

товарной политики;

сбытовой политики;

ценовой политики

7. Комплекс маркетинга включает в себя:

управления предприятием;

+ совокупность инструментов (товар, цена, распространение, продвижение);

выбор условий реализации;

ваш вариант ответа

8. Каналом распределения называют:

способ распространения рекламы;

+ совокупность организаций и лиц, способствующих перемещению товара от производителя к потребителю;

способ транспортировки товара;

оптового посредника.

9. К какому элементу системы маркетинговых коммуникаций принадлежит установление и поддержание связей с прессой:

рекламы;

персональной продажи;

+ пропаганды;

стимулирование сбыта;

Тема презентации

1. Маркетинговые коммуникации

Самостоятельная работа по теме 4

Тема 4 Рекламная деятельность

Цель: изучить и систематизировать материал о рекламной деятельности
Задание: Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным интернет-ресурсам)
подготовка презентации (по выбранной теме).

Форма представления задания: конспект выполненного задания в тетради,
презентация

Контроль качества выполненной работы: проверка и оценка
самостоятельной работы; консультация по самостоятельной работе и
материалу, пройденному на лекциях.

Требования к выполнению: используя лекционный материал и
дополнительные источники информации изучить:

- виды рекламы;
- рекламный бюджет;
- правила рекламы;
- законодательство о рекламе;
- каналы и средства распространения рекламы.

Рекомендуемые источники информации:

1. Энциклопедия маркетинга - <http://marketing.spb.ru/>
2. Сайт гильдии маркетологов - <http://www.marketologi.ru/>
3. Сайт Российской ассоциации маркетинга - <http://www.ram.ru/>
4. On-line журнал по маркетингу 4p.ru - <http://4p.ru/>
5. Журнал Маркетинг и маркетинговые исследования в России -
<http://www.marketingandresearch.ru/>-журнал

Тема презентации

1. Разработка рекламного обращения

Самостоятельная работа по теме 5

Тема 5 Сегментирование рынка

Цель: изучить и систематизировать материал о сегментировании рынка.

Задание: Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным интернет-ресурсам). Выполнение самостоятельной работы №3. подготовка презентации (по выбранной теме)

Форма представления задания: конспект выполненного задания в тетради, презентация

Контроль качества выполненной работы: проверка и оценка самостоятельной работы; консультация по самостоятельной работе и материалу, пройденному на лекциях.

Требования к выполнению: используя лекционный материал и дополнительные источники информации изучить материал о сегментировании рынка:

- сущность сегментирования рынка;
- факторы, влияющие на сегментирование рынка;
- целевой сегмент рынка;
- позиционирование товара на рынке.

. Выполнить задания «самостоятельная работа №3.»

Рекомендуемые источники информации:

1. Маркетинг: Учебник / В.П. Федько, Л.А. Чикатуева, Н.В. Третьякова, С.А. Иващенко; Под ред. проф. В.П. Федько. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ Инфра-М: Академцентр, 2012. - 368 с.- Режим доступа:
<http://znanium.com/bookread2.php?book=309700>
2. Энциклопедия маркетинга - <http://marketing.spb.ru/>
3. Сайт гильдии маркетологов - <http://www.marketologi.ru/>
4. Сайт Российской ассоциации маркетинга - <http://www.ram.ru/>
5. On-line журнал по маркетингу 4p.ru - <http://4p.ru/>
6. Журнал Маркетинг и маркетинговые исследования в России -
<http://www.marketingandresearch.ru/-журнал>

Самостоятельная работа 3.

Тест 3

1. Спрос на товары эластичный если:

+ при изменении цены спрос существенно изменяется;

при изменении цены спрос остается неизменным;

цена и спрос не зависят друг от друга;

спрос постоянно растет.

2. Каналы распределения выполняют следующие функции:

закупка и продажа товаров;

транспортировки и хранения продукции;

создание торгового ассортимента;

+ все ответы правильные.

3. Разработка рекламной стратегии включает:

+ создание рекламного обращения;

определение эффективности рекламы;

создание концепции товара;

определение целевой аудитории;

4. К внутренним факторам, негативно влияющих на продвижение новых товаров на рынок, относятся:

усиление законодательных норм;

увеличение возраста потребителей;

снижение количества населения;

+ несовершенство программы маркетинга;

5. Различают следующие уровни товара:

новый и модифицированный

+ товар по замыслу; товар в реальном исполнении; товар с подкреплением;

товар с упаковкой; товар без упаковки;

второй сорт, первый сорт, высший сорт

6. Отбор целевых рынков — это:

удовлетворения всех без исключения потребителей;

+ поиск группы или групп покупателей, на удовлетворение потребностей которого фирма ориентируется.

определение места продажи своего товара;

определение вида продвижения товара.

7. Потребительский рынок формируется:

предприятиями, которые покупают товары для их последующей реализации;

+ Лицами, которые приобретают товары для их собственного потребления;

лицами, которые приобретают товары для продажи;

предприятиями изготовителями готовой продукции;

8. На поведение покупателей на потребительском рынке влияют такие факторы

культурные факторы (культура, субкультура, социальный класс);

социальные факторы (референтная группа, семья, роли и статусы);

личные факторы (возраст и этап жизненного цикла, вид деятельности, экономическое положение, образ жизни, тип личности);

психологические факторы (восприятие, усвоение опыта, взгляды и убеждения)

+ все ответы верны

9. Рынок товаров производственного назначения это:

+ все организации, скупают товары и услуги для производства других товаров и услуг или для перепродажи или сдачи в аренду с целью получения прибыли;

все организации, приобретающие товары и услуги для производства других товаров;

все потребители, приобретающие товары и услуги для их перепродажи с целью получения прибыли;

все потребители, приобретающие товары и услуги для их сдачи в аренду с целью получения прибыли;

6. Маркетинг: Учебное пособие / А.В. Лукина. - 3-е изд., исп. и доп. - М.:

Тема презентации

1. Маркетинг идей и мест.

Самостоятельная работа по теме 6

Тема 6 Модель покупательского поведения

Цель: изучить и систематизировать материал о модели покупательского поведения.

Задание: Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным интернет-ресурсам). подготовка презентации (по выбранной теме)

Форма представления задания: конспект выполненного задания в тетради, презентация

Контроль качества выполненной работы: консультация по материалу, пройденному на лекциях, разбор заданий

Проверка и оценка результатов итогового теста

Требования к выполнению: используя лекционный материал и дополнительные источники информации изучить модель покупательского продвижения:

- основные характеристики покупателей.

- реакция покупателей на покупку.

Рекомендуемые источники информации:

1. Маркетинг: Учебник / В.П. Федько, Л.А. Чикатуева, Н.В. Третьякова, С.А. Иващенко; Под ред. проф. В.П. Федько. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ Инфра-М: Академцентр, 2012. - 368 с.- Режим доступа:

<http://znanium.com/bookread2.php?book=309700>

2. Маркетинг товаров и услуг: Учебное пособие / А.В. Лукина. - 2-е изд., доп. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с. - Режим доступа:

<http://znanium.com/bookread2.php?book=412829>

3. Основы экономики, менеджмента и маркетинга предприятия питания:
Учебник / Фридман А.М. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 229 с. -
Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=516081>

Тема презентации

1. Изучение покупательского поведения.

Самостоятельная работа по теме 7

Тема 7. Маркетинговые исследования

Цель: изучить и систематизировать материал об основах маркетинговых исследований:

- понятие, значение и сущность маркетинговой информации;
- вспомогательные системы маркетинговой информации;
- первичная и вторичная информация;
- методы маркетинговых исследований.

Задание: Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным интернет-ресурсам). подготовка презентации (по выбранной теме)

Форма представления задания: конспект выполненного задания в тетради, презентация

Контроль качества выполненной работы: консультация по материалу, пройденному на лекциях, разбор заданий

Требования к выполнению: используя лекционный материал и дополнительные источники информации изучить основы маркетинговых исследований:

- понятие, значение и сущность маркетинговой информации;
- вспомогательные системы маркетинговой информации;
- первичная и вторичная информация;
- методы маркетинговых исследований.

Рекомендуемые источники информации:

1. Маркетинг: Учебник / В.П. Федько, Л.А. Чикатуева, Н.В. Третьякова, С.А. Иващенко; Под ред. проф. В.П. Федько. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ Инфра-М: Академцентр, 2012. - 368 с.- Режим доступа:
<http://znanium.com/bookread2.php?book=309700>
2. Маркетинг: Учебное пособие / А.В. Лукина. - 3-е изд., исп. и доп. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с. - Режим доступа:
<http://znanium.com/bookread2.php?book=412827>
3. Энциклопедия маркетинга - <http://marketing.spb.ru/>
4. On-line журнал по маркетингу 4p.ru - <http://4p.ru/>
5. Журнал Маркетинг и маркетинговые исследования в России -
<http://www.marketingandresearch.ru/-журнал>

Тема презентации

1. Маркетинговые исследования

Самостоятельная работа по теме 8

Тема 8 Товарная политика

Цель: изучить и систематизировать материал о товарной политике

Задание: Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным интернет-ресурсам). подготовка презентации (по выбранной теме), подготовка к итоговому тестированию

Форма представления задания: конспект выполненного задания в тетради, презентация

Контроль качества выполненной работы: консультация по материалу, пройденному на лекциях, разбор заданий

Требования к выполнению: используя лекционный материал и дополнительные источники информации изучить товарную политику:

- понятие товара в маркетинге;
- классификацию товаров;
- понятие нового товара в маркетинговой системе;

- стратегия разработки нового товара;
- жизненный цикл продукции;
- сущность ассортимента и товарной номенклатуры

На основе рекомендуемых источников информации подготовиться к итоговому тестированию.

Рекомендуемые источники информации:

1. Маркетинг: Учебник / В.П. Федько, Л.А. Чикатуева, Н.В. Третьякова, С.А. Иващенко; Под ред. проф. В.П. Федько. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ Инфра-М: Академцентр, 2012. - 368 с.- Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=309700>
2. Маркетинг: Учебное пособие / А.В. Лукина. - 3-е изд., исп. и доп. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=412827>
3. Маркетинг: Учебное пособие / Герасимов Б. И., Жариков В. В., Жарикова М. В. - 2-е изд. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 320 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=537690>
4. Кнышова Е.Н. Маркетинг Учебное пособие для студентов ср. проф. заведений 4 – е изд., –М.: Академия, 2012г. -282 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=325562>
5. Маркетинг товаров и услуг: Учебное пособие / А.В. Лукина. - 2-е изд., доп. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=412829>
6. Основы экономики, менеджмента и маркетинга предприятия питания: Учебник / Фридман А.М. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 229 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=516081>
7. Энциклопедия маркетинга - <http://marketing.spb.ru/>
8. Сайт гильдии маркетологов - <http://www.marketologi.ru/>
9. Сайт Российской ассоциации маркетинга - <http://www.ram.ru/>
10. On-line журнал по маркетингу 4p.ru - <http://4p.ru/>

11. Журнал Маркетинг и маркетинговые исследования в России - <http://www.marketingandresearch.ru/-журнал>
12. Административно-управленческий портал - <http://www.aup.ru>
13. <http://www.gks.ru> - Федеральная служба статистики РФ
14. <http://www.nta-rus.ru> – Национальная торговая ассоциация
15. Информационно-справочная система «Консультант Плюс»;

Тема презентации

1. Брэнддинг и его виды.

Приложение

Название темы	Задание для самостоятельной работы	Распределение бюджета времени на выполнение самостоятельной работы							
		2015 г.п. на базе 9 кл. очная форма обучения	2015 г.п. на базе 9 кл. заочная форма обучения	2016 г.п. на базе 11 кл. очная форма обучения	2016 г.п. на базе 11 кл. заочная форма обучения	2016 г.п. на базе 9 кл. очная форма обучения	2017 г.п. на базе 11 кл. очная форма обучения	2017 г.п. на базе 11 кл. заочная форма обучения	2017 г.п. на базе 9 кл. очная форма обучения
Тема 1 Понятие и сущность маркетинга	Изучение темы (лекциям, избранным интернет-ресурсам, статьям в СМИ). Подготовка к тесту	3	6	3	6	3	3	5	3
Тема 2 Окружающая среда маркетинга	Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным Интернет-ресурсам). Выполнение самостоятельной работы №1. подготовка презентации (по выбранной теме)	3	5	3	5	3	3	5	3
Тема 3 Комплекс маркетинговых коммуникаций	Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным интернет-ресурсам). Выполнение самостоятельной работы №2. подготовка презентации (по выбранной теме)	3	5	3	6	3	3	5	3
Тема 4 Рекламная деятельность	Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным интернет-ресурсам). подготовка презентации (по выбранной теме)	2	5	2	6	2	2	5	2

Тема 5 Сегментирование рынка	Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным интернет-ресурсам). Выполнение самостоятельной работы №3. подготовка презентации (по выбранной теме)	2	5	2	6	2	2	6	2
Тема 6 Модель покупательского поведения	Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным интернет-ресурсам). подготовка презентации (по выбранной теме)	2	6	2	7	2	2	6	2
Тема 7. Маркетинговые исследования	Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным интернет-ресурсам). подготовка презентации (по выбранной теме)	2	6	2	7	2	2	6	2
Тема 8 Товарная политика	Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным интернет-ресурсам). подготовка презентации (по выбранной теме) подготовка к итоговому тестированию	3	6	3	7	3	1	6	1
Итого		20	44	20	50	20	18	44	18

Ирина Юрьевна Цветкова

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ «МАРКЕТИНГ»**

Учебно-методическое пособие

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный
университет им. Н.И. Лобачевского».
603950, Нижний Новгород, пр. Гагарина, 23.