

**Приложение 1 к РПД Основы маркетинга  
38.03.04 Государственное и муниципальное управление  
Направленность (профиль) – Государственное и муниципальное управление  
Форма обучения – заочная  
Год набора - 2015**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ  
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

1.	Кафедра	Экономики, управления и социологии
2.	Направление подготовки	38.03.04 Государственное и муниципальное управление
3.	Направленность (профиль)	Государственное и муниципальное управление
4.	Дисциплина (модуль)	Основы маркетинга
5.	Форма обучения	заочная
6.	Год набора	2015

### **1. Методические рекомендации.**

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо внимательно ознакомиться с тематическим планом занятий, списком рекомендованной литературы. Следует уяснить последовательность выполнения индивидуальных учебных заданий. Самостоятельная работа обучающегося предполагает работу с научной и учебной литературой, умение создавать тексты. Уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях, изучения рекомендованной литературы, выполнения контрольных письменных заданий.

При изучении дисциплины обучающиеся выполняют следующие задания:

- изучают рекомендованную научно-практическую и учебную литературу;
- выполняют задания, предусмотренные для самостоятельной работы.

Основными видами аудиторной работы обучающихся являются лекции и практические / семинарские занятия.

Качество учебной работы обучающихся преподаватель оценивает с использованием технологической карты дисциплины, размещенной на сайте МАГУ.

#### **1.1. Методические рекомендации по организации работы обучающихся во время проведения лекционных занятий.**

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на семинарское занятие и указания на самостоятельную работу.

Знакомство с дисциплиной происходит уже на первой лекции, где от обучающегося требуется не просто внимание, но и самостоятельное оформление конспекта. При работе с конспектом лекций необходимо учитывать тот фактор, что одни лекции дают ответы на конкретные вопросы темы, другие – лишь выявляют взаимосвязи между явлениями, помогая обучающемуся понять глубинные процессы развития изучаемого предмета как в истории, так и в настоящее время.

Конспектирование лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы, предполагающий интенсивную умственную деятельность обучающегося. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем записать ее. Желательно запись

осуществлять на одной странице листа или оставляя поля, на которых позднее, при самостоятельной работе с конспектом, можно сделать дополнительные записи, отметить непонятные места.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям. Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает лектор, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения.

Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов. Однако при дальнейшей работе с конспектом символы лучше заменить обычными словами для быстрого зрительного восприятия текста.

Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

## **1.2. Методические рекомендации по подготовке к семинарским (практическим занятиям)**

Подготовку к каждому практическому занятию обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы практикума, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной литературы. При всей полноте конспектирования лекции в ней невозможно изложить весь материал из-за лимита аудиторных часов. Поэтому самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Семинарские занятия завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности обучающихся по изучаемой дисциплине.

Семинар предполагает свободный обмен мнениями по избранной тематике. Он начинается со вступительного слова преподавателя, формулирующего цель занятия и характеризующего его основную проблематику. Затем, как правило, заслушиваются сообщения обучающихся. Обсуждение сообщения совмещается с рассмотрением намеченных вопросов. Сообщения, предполагающие анализ публикаций по отдельным вопросам семинара, заслушиваются обычно в середине занятия. Поощряется выдвижение

и обсуждение альтернативных мнений. В заключительном слове преподаватель подводит итоги обсуждения и объявляет оценки выступавшим обучающимся. В целях контроля подготовленности обучающихся и привития им навыков краткого письменного изложения своих мыслей преподаватель в ходе семинарских занятий может осуществлять текущий контроль знаний в виде тестовых заданий.

При подготовке к семинару обучающиеся имеют возможность воспользоваться консультациями преподавателя. Кроме указанных тем обучающиеся вправе, по согласованию с преподавателем, избирать и другие интересующие их темы.

Качество учебной работы обучающихся преподаватель оценивает с использованием технологической карты дисциплины, размещенной на сайте МАГУ.

### **1.3. Методические рекомендации по работе с литературой.**

Работу с литературой целесообразно начать с изучения общих работ по теме, а также учебников и учебных пособий. Далее рекомендуется перейти к анализу монографий и статей, рассматривающих отдельные аспекты проблем, изучаемых в рамках курса, а также официальных материалов и неопубликованных документов (научно-исследовательские работы, диссертации), в которых могут содержаться основные вопросы изучаемой проблемы.

Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного изучения.

В зависимости от результатов ознакомительного чтения выбирается дальнейший способ работы с источником. Если для разрешения поставленной задачи требуется изучение некоторых фрагментов текста, то используется метод выборочного чтения. Если в книге нет подробного оглавления, следует обратить внимание ученика на предметные и именные указатели.

Избранные фрагменты или весь текст (если он целиком имеет отношение к теме) требуют вдумчивого, неторопливого чтения с «мысленной проработкой» материала. Такое чтение предполагает выделение: 1) главного в тексте; 2) основных аргументов; 3) выводов. Особое внимание следует обратить на то, вытекает тезис из аргументов или нет.

Необходимо также проанализировать, какие из утверждений автора носят проблематичный, гипотетический характер и уловить скрытые вопросы.

Понятно, что умение таким образом работать с текстом приходит далеко не сразу. Наилучший способ научиться выделять главное в тексте, улавливать проблематичный характер утверждений, давать оценку авторской позиции – это сравнительное чтение, в ходе которого обучающийся знакомится с различными мнениями по одному и тому же вопросу, сравнивает весомость и доказательность аргументов сторон и делает вывод о наибольшей убедительности той или иной позиции.

Если в литературе встречаются разные точки зрения по тому или иному вопросу из-за сложности прошедших событий и правовых явлений, нельзя их отвергать, не разобравшись. При наличии расхождений между авторами необходимо найти рациональное зерно у каждого из них, что позволит глубже усвоить предмет изучения и более критично оценивать изучаемые вопросы. Знакомясь с особыми позициями авторов, нужно определять их схожие суждения, аргументы, выводы, а затем сравнивать их между собой и применять из них ту, которая более убедительна.

Следующим этапом работы с литературными источниками является создание конспектов, фиксирующих основные тезисы и аргументы. Можно делать записи на отдельных листах, которые потом легко систематизировать по отдельным темам изучаемого курса. Другой способ – это ведение тематических тетрадей-конспектов по одной какой-либо теме. Большие специальные работы монографического характера целесообразно конспектировать в отдельных тетрадях. Здесь важно вспомнить, что

конспекты пишутся на одной стороне листа, с полями и достаточным для исправления и ремарок межстрочным расстоянием (эти правила соблюдаются для удобства редактирования). Если в конспектах приводятся цитаты, то непременно должно быть дано указание на источник (автор, название, выходные данные, № страницы). Впоследствии эта информация может быть использована при написании текста реферата или другого задания.

Таким образом, при работе с источниками и литературой важно уметь:

- сопоставлять, сравнивать, классифицировать, группировать, систематизировать информацию в соответствии с определенной учебной задачей;
- обобщать полученную информацию, оценивать прослушанное и прочитанное;
- фиксировать основное содержание сообщений; формулировать, устно и письменно, основную идею сообщения; составлять план, формулировать тезисы;
- готовить и презентовать развернутые сообщения типа доклада;
- работать в разных режимах (индивидуально, в паре, в группе), взаимодействуя друг с другом;
- пользоваться реферативными и справочными материалами;
- контролировать свои действия и действия своих товарищей, объективно оценивать свои действия;
- обращаться за помощью, дополнительными разъяснениями к преподавателю, другим обучающимся.
- пользоваться лингвистической или контекстуальной догадкой, словарями различного характера, различного рода подсказками, опорами в тексте (ключевые слова, структура текста, предваряющая информация и др.);
- использовать при говорении и письме перифраз, синонимичные средства, словоописания общих понятий, разъяснения, примеры, толкования, «словотворчество»;
- повторять или перефразировать реплику собеседника в подтверждении понимания его высказывания или вопроса;
- обратиться за помощью к собеседнику (уточнить вопрос, переспросить и др.);
- использовать мимику, жесты (вообще и в тех случаях, когда языковых средств не хватает для выражения тех или иных коммуникативных намерений).

#### **1.4. Методические рекомендации по подготовке к сдаче экзамена**

Подготовка к экзамену способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, обучающийся ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На экзамене обучающийся демонстрирует то, что он приобрел в процессе изучения дисциплины.

В условиях применяемой в МАГУ балльно-рейтинговой системы подготовка включает в себя самостоятельную и аудиторную работу обучающегося в течение всего периода изучения дисциплины и непосредственную подготовку в дни, предшествующие зачету по разделам и темам дисциплины.

При подготовке к экзамену обучающимся целесообразно использовать не только материалы лекций, а и рекомендованные преподавателем правовые акты, основную и дополнительную литературу.

При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

- внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;
- внимательно прочитать рекомендованную литературу;
- составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

Качество учебной работы обучающихся преподаватель оценивает с использованием технологической карты дисциплины, размещенной на сайте МАГУ.

### **1.5. Методические рекомендации по созданию презентации**

Алгоритм создания презентации:

- 1 этап – определение цели презентации
- 2 этап – подробное раскрытие информации,
- 3 этап – основные тезисы, выводы.

Следует использовать 10-15 слайдов. При этом:

- первый слайд – титульный. Предназначен для размещения названия презентации, имени докладчика и его контактной информации;
- на втором слайде необходимо разместить содержание презентации, а также краткое описание основных вопросов;
- оставшиеся слайды имеют информативный характер.

Обычно подача информации осуществляется по плану: тезис – аргументация – вывод.

#### **Требования к оформлению и представлению презентации:**

1. Читательность (видимость из самых дальних уголков помещения и с различных устройств), текст должен быть набран 24-30-ым шрифтом.
2. Тщательно структурированная информация.
3. Наличие коротких и лаконичных заголовков, маркированных и нумерованных списков.
4. Каждому положению (идее) надо отвести отдельный абзац.
5. Главную идею надо выложить в первой строке абзаца.
6. Использовать табличные формы представления информации (диаграммы, схемы) для иллюстрации важнейших фактов, что даст возможность подать материал компактно и наглядно.
7. Графика должна органично дополнять текст.
8. Выступление с презентацией длится не более 10 минут;

### **1.6. Методические рекомендации по подготовке доклада**

Алгоритм создания доклада:

- 1 этап – определение темы доклада
- 2 этап – определение цели доклада
- 3 этап – подробное раскрытие информации
- 4 этап – формулирование основных тезисов и выводов.

### **1.7. Методические рекомендации по составлению глоссария**

1. Внимательно прочитайте и ознакомьтесь с текстом. Вы встретите в нем много различных терминов, которые имеются по данной теме.

2. После того, как вы определили наиболее часто встречающиеся термины, вы должны составить из них список. Слова в этом списке должны быть расположены в строго алфавитном порядке, так как глоссарий представляет собой не что иное, как словарь специализированных терминов.

3. После этого начинается работа по составлению статей глоссария. Статья глоссария - это определение термина. Она состоит из двух частей: 1. точная формулировка термина в именительном падеже; 2. содержательная часть, объемно раскрывающая смысл данного термина.

При составлении глоссария важно придерживаться следующих правил:

- стремитесь к максимальной точности и достоверности информации;
- старайтесь указывать корректные научные термины и избегать всякого рода жаргонизмов. В случае употребления такого, дайте ему краткое и понятное пояснение;
- излагая несколько точек зрения в статье по поводу спорного вопроса, не принимайте ни одну из указанных позиций. Глоссарий - это всего лишь констатация имеющихся фактов;
- также не забывайте приводить в пример контекст, в котором может употребляться данный термин;
- при желании в глоссарий можно включить не только отдельные слова и термины, но и целые фразы.

### **1.8. Методические рекомендации для занятий в интерактивной форме**

В учебном процессе, помимо чтения лекций и аудиторных занятий, используются интерактивные формы (разбор конкретных ситуаций как для иллюстрации той или иной теоретической модели, так и в целях выработки навыков применения теории при анализе реальных экономических проблем, обсуждение отдельных разделов дисциплины, консультации). В сочетании с внеаудиторной работой это способствует формированию и развитию профессиональных навыков обучающихся.

Интерактивное обучение представляет собой способ познания, осуществляемый в формах совместной деятельности обучающихся, т.е. все участники образовательного процесса взаимодействуют друг с другом, совместно решают поставленные проблемы, моделируют ситуации, обмениваются информацией, оценивают действие коллег и свое собственное поведение, погружаются в реальную атмосферу делового сотрудничества по разрешению проблем.

В рамках дисциплины «Основы маркетинга» занятия в интерактивной форме предполагают групповые дискуссии, разбор ситуаций, заслушивание и обсуждение подготовленных докладов с презентациями по тематике дисциплины.

### **1.9 Методические рекомендации по подготовке к промежуточной аттестации.**

При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

- внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;
- внимательно прочитать рекомендованную литературу;
- составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

## **Планы практических занятий**

### **Практическое занятие к теме 1. Сущность и содержание маркетинга.**

*Вопросы для самоконтроля:*

1. В чем состоит сущность маркетинга в условиях рыночных отношений?
2. Что выступает в роли объекта маркетинга?
3. Кто выступает в роли субъектов маркетинга?
4. В чем состоит содержание основных понятий маркетинга?
5. В чем состоят цели маркетинговой деятельности фирмы?
6. Определите основные направления маркетинговой деятельности.

*Задания для самостоятельной работы:*

1. На примере 5 товаров покажите связь маркетинговых понятий: нужда, потребность и товар.

2. Заполните таблицу:

Потребности, пришедшие из прошлого	
Формулирование потребности	Товары, удовлетворяющие потребности
1.	1.
2.	2.
Потребности настоящего времени	
1.	1.
2.	2.
Перспективные потребности	
1.	1.
2.	2.

*Литература:*

1. Пичурин, И.И. Основы маркетинга: Теория и практика : учебное пособие / И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02090-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116637>

## **Практическое занятие к теме 2. Предварительный маркетинговый анализ.**

*Вопросы для самоконтроля:*

1. В чем состоят основные концепции маркетинга. Для каждого вида маркетинга представить практические примеры.
2. Определите основные методологические подходы к управлению спросом на товары. Для каждого вида маркетинга в зависимости от состояния рыночного спроса представить по одному примеру и дать маркетинговые рекомендации.
3. Определите сущность и содержание маркетинговой среды.
4. Содержание и значение STEP-анализа в маркетинге.
5. Сущность и значение SWOT-анализа. Построение матрицы SWOT.

*Тема сообщения:*

1. Типы рыночной конкуренции.
2. Маркетинговая информация.
3. Методы и инструменты изучения покупательского поведения.
4. Характеристика основных культурных ценностей в культурах индустриально развитых стран, относящихся к потребительскому поведению, их классификация.
5. Кросс-культурные маркетинговые стратегии.
6. Механизм осуществления импульсивной покупки.
7. Классификации потребителей.
8. Психографическое деление покупателей.

*Задания для самостоятельной работы:*

1. Рассмотрите любое предприятие. Назовите, какие факторы макросреды необходимо учитывать данным предприятиям. Проведите STEP-анализ. Определите для выбранного Вами предприятия, какие субъекты рыночной деятельности являются для него:

- а). поставщиками,
- б). маркетинговыми посредниками,
- в). конкурентами,

- г). клиентами,
- д). контактными аудиторами.

## *2. Анализ ситуации «Управление качеством медицинской услуги»*

За последние несколько лет произошли существенные изменения на рынке платных медицинских услуг. Если до этого уровень конкуренции в этом сегменте можно было охарактеризовать как низкий, то в последнее время на средние цены стали ориентироваться частные фирмы, которые ранее оказывали услуги, ориентируясь на сегмент высоких цен. Уровень конкуренции возрос, и такие успешные до этого момента участники рынка, как Научно-исследовательский институт акушерства и гинекологии им. Д. О. Отта РАМН, стали терять своих клиентов. Еще одна причина снижения спроса на услуги института – довольно успешная маркетинговая деятельность платных отделений других государственных медицинских учреждений с более конкурентоспособными услугами. Таким образом, нынешнее состояние рынка платных медицинских услуг требует повышения конкурентоспособности услуг института. Администрация НИИ получает большое количество жалоб со стороны клиентов. Помимо письменных рекламаций, были проанализированы другие источники информации: отзывы в Интернете, жалобы регистраторам поликлинического отделения, конфликтные ситуации в различных отделениях и т. д.

### *Отзывы в Интернете о работе медицинского учреждения:*

#### *Отзыв №1. Докладная записка*

Во время моего дежурства в регистратуре поликлиники 26 сентября текущего года от посещения врачей отказались 10 человек и потребовали вернуть деньги. Из них 6 пациентов в качестве причины назвали длинную очередь, несмотря на предварительную запись. Два человека ждали врача 1,5 часа, но он так и не появился. Два пациента отказались от дальнейшего запланированного консультирования после посещения врача, причина – не понравилось отношение врача к пациенту.

#### *Отзыв №2. Объяснительная записка*

По факту отказа от услуг поликлиники 10 пациентов 26 сентября:

1. Запись на прием к врачам производится заранее, из расчета 15 мин. на человека. Фактически на консультацию затрачивается около 20–30 мин. Соответственно образуется очередь.

2. Врач, не пришедший на прием, находился на дежурстве. Руководство поликлиники и регистраторы извещены об этом предварительно не были.

3. По поводу отношения врачей к пациентам ничего сообщить не могу, так как мнение пациентов не всегда объективно и заслуживает внимания.

Подобные отзывы, происшествия и докладные записки с некоторого времени стали нормой для института. Никто не сомневается в высокой квалификации врачей, их желании помочь пациентам, но факт остается фактом – качество услуги с точки зрения потребителя (категория весьма субъективная) крайне низкое. Перед руководством института встал сакраментальный вопрос: что делать?

### *Методические рекомендации по работе с кейсом*

#### *Обучающие цели кейса:*

1. Научить студентов анализировать информацию и определять «критические события».

2. Проанализировать взаимосвязь качества услуги и ее конкурентоспособности.

3. Показать важность мониторинга качества услуг и сложность управления качеством.

4. Проанализировать непостоянство качества услуг.

5. Оценить важность работы фронтлайн-персонала (контактного персонала, граничного персонала).

6. Познакомить студентов с возможностями внутреннего маркетинга в части управления качеством предоставляемых услуг.

*Направления работы с кейсом*

1. Ознакомление с отраслью, организацией преподаватель дополняет в случае необходимости обзором основных конкурентов. Преподаватель заранее дает задания по сбору информации (отзывов) в Интернете. Обсуждение информации и предварительная постановка задач для работы в подгруппах проводятся в рамках обсуждения, контролируемого преподавателем.

2. Данный кейс направлен на работу с концепцией внутреннего маркетинга как инструмента управления качеством услуги. Поэтому предварительно необходимо акцентировать внимание студентов на важности нивелирования непостоянства качества услуги и важности работы контактного персонала.

*Основные направления работы студентов должны быть следующими (задания к кейсу):*

- выявление критических событий;
- разработка системы внутреннего контроля качества услуги (преодоление непостоянства качества);
- определение направления реализации концепции внутреннего маркетинга (ВМ) в институте;
- распределение функций отделов и сотрудников в рамках реализации концепции ВМ, формулировка миссии и цели НИИ;
- формулировка Положения о корпоративной культуре института;
- разработка основных способов формирования имиджа организации на интернальном рынке (с использованием ПР и рекламы).

*Литература:*

1. Годин, А.М. Маркетинг : учебник для бакалавров / А.М. Годин. - 12-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 656 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02540-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453262>

2. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга : учебное пособие / Ю.В. Морозов. - 8-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 148 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02156-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453283>

**Практическое занятие к теме 3. Разработка комплекса маркетинга.**

*Вопросы для самоконтроля:*

1. В чем состоит сущность и содержание понятия торговой марки.
2. Определите понятие и содержание брендинга, как соотносятся понятия «бренд» и «торговая марка».
3. Сущность и содержание франчайзинга.
4. Раскройте содержание понятий: товар по замыслу, товар в реальном исполнении, товар с подкреплением на примере 3 товаров.
5. Сущность и содержание концепции маркетинговых коммуникаций.
6. Нормативно-правовое регулирование рекламной деятельности.

*Темы сообщений:*

1. Особенности услуг.
2. Маркетинг услуг.
3. Понятие цены как элемента комплекса маркетинга.
4. Процесс ценообразования.

5. Особенности формирования цены на товар-новинку.
6. Методы ценообразования.
7. Психологические основы восприятия цены потребителем.
8. Интернет-технологии в системе маркетинга.
9. Мерчандайзинг в практике розничной торговли.

*Задания для самостоятельной работы:*

1. Выбрать 5 товаров и для каждого определить марочное имя и марочный знак.
2. Разработать упаковку и торговую марку товара по выбору студента.
3. Выделите этапы жизненного цикла товара, определите комплекс маркетинговых мероприятий на каждом этапе. Представить по 2 примера товаров для каждого этапа жизненного цикла товара.
4. Представить 5 товаров, жизненный цикл которых отличается от классического представления. Примеры проиллюстрировать графиками.
5. Разработать продуктовый ассортимент для проектируемого предприятия, определить его ширину и глубину. Разработать концепцию продукта (-ов), предлагаемых целевому рынку (работа в подгруппах).
6. Выбрать задачи и методы ценообразования на товары (услуги) проектируемого предприятия. Определить расчетный уровень цен (работа по группам).

*Литература:*

3. Годин, А.М. Маркетинг : учебник для бакалавров / А.М. Годин. - 12-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 656 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02540-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453262>
4. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга : учебное пособие / Ю.В. Морозов. - 8-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 148 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02156-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453283>

#### **Практическое занятие к теме 4. Управление маркетингом**

*Вопросы для самоконтроля:*

1. Плановые показатели маркетинговой деятельности.
2. Особенности различных маркетинговых стратегий.
3. Особенности различных форм организации маркетинга.
4. Примерные функции маркетолога на предприятии.

*Задания для самостоятельной работы:*

1. Определить маркетинговую стратегию для проектируемого предприятия, плановые показатели маркетинговой деятельности и формы организации управления маркетингом (работа по группам).

*Литература:*

1. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга : учебное пособие / Ю.В. Морозов. - 8-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 148 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02156-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453283>