

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 38.02.04 «Коммерция (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. – 23 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 38.02.04 «Коммерция (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	9
Самостоятельная работа по теме 1	9
Самостоятельная работа по теме 2	10
Самостоятельная работа по теме 3	11
Самостоятельная работа по теме 4	12
Самостоятельная работа по теме 5	13
Самостоятельная работа по теме 6	16
Самостоятельная работа по теме 7	17
Самостоятельная работа по теме 8	18
Приложение	21

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Данные методические рекомендации направлены на реализацию самостоятельной работы по учебной дисциплине «Маркетинг» для студентов, обучающихся по программе среднего профессионального образования специальность 38.02.04 «Коммерция (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 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)» в соответствии с рабочей программой учебной дисциплины «Маркетинг» специальности среднего профессионального образования 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)».

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

- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
- обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
- проводить маркетинговые исследования рынка;
- оценивать конкурентоспособность товаров;

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

- составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
- средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;
- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
- конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
- этапы маркетинговых исследований, их результат;
- управление маркетингом.

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

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

ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.

ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.

ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.

ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.

ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.

ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.

ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.

ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.

ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.

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 (по лекциям, избранным интернет-ресурсам, статьям в СМИ). Подготовка к тесту. Подготовка к написанию курсовой работы.	Конспект выполненного задания в тетради
2.	Тема 2 Окружающая среда маркетинга	Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным Интернет-ресурсам). Подготовка к тестированию. Подготовка к написанию курсовой работы.	Конспект выполненного задания в тетради

3.	Тема 3 Виды потребителей и их поведение	Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным Интернет-ресурсам). Подготовка к тестированию. Подготовка к написанию курсовой работы.	Конспект выполненного задания в тетради
4.	Тема 4 Сегментация рынка и позиционирование	Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным Интернет-ресурсам). Подготовка к тестированию. Подготовка к написанию курсовой работы.	Конспект выполненного задания в тетради
5.	Тема 5 Маркетинговые исследования	Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным интернет-ресурсам). Выполнение самостоятельной работы. подготовка презентации (по выбранной теме)	Конспект выполненного задания в тетради
6.	Тема 6 Управление товаром. Жизненный цикл товара	Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным Интернет-ресурсам). Подготовка к тестированию. Подготовка к написанию курсовой работы.	Конспект выполненного задания в тетради
7.	Тема 7. Управление ценой. Ценообразование	Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным Интернет-ресурсам). Подготовка к тестированию. Подготовка к написанию курсовой работы.	Конспект выполненного задания в тетради
8.	Тема 8 Управление распределением и продвижением товара	Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным Интернет-ресурсам). Подготовка к тестированию. Подготовка к написанию курсовой работы.	Конспект выполненного задания в тетради

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 сущности 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 (по лекциям, избранным интернет-ресурсам, статьям в СМИ). Подготовка к тесту. Подготовка к написанию курсовой работы.

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. Изучить

рекомендуемые источники информации по теме для наработки материала к курсовой работе.

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 (по учебнику, лекциям, избранным Интернет-ресурсам). Подготовка к тестированию. Подготовка к написанию курсовой работы.

Форма представления задания: конспект выполненного задания в тетради.

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 и записать понятие маркетинговой среды, кратко описать ее составные части. Изучить рекомендуемые источники информации по теме для наработки материала к

курсовой работе. На основе рекомендуемых источников информации подготовиться к тестированию.

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 по теме 3

Тема 3. Виды потребителей и их поведение

Цель: изучить и систематизировать материал по видам потребителей, изучить модели их поведения.

Задание: Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным Интернет-ресурсам). Подготовка к тестированию. Подготовка к написанию курсовой работы.

Форма представления задания: конспект выполненного задания в тетради.

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

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

- основные характеристики покупателей.
- реакция покупателей на покупку.

На основе рекомендуемых источников информации подготовиться к тестированию. Изучить рекомендуемые источники информации по теме для наработки материала к курсовой работе.

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>

Самостоятельная работа по теме 4

Тема 4 Сегментация рынка и позиционирование

Цель: изучить и систематизировать материал о сегментировании рынка и позиционировании.

Задание: Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным Интернет-ресурсам). Подготовка к тестированию. Подготовка к написанию курсовой работы.

Форма представления задания: конспект выполненного задания в тетради.

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.

На основе рекомендуемых источников информации подготовиться к тестированию. Изучить рекомендуемые источники информации по теме для наработки материала к курсовой работе.

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 по теме 5

Тема 5. 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). Выполнение самостоятельной работы. Подготовка презентации (по выбранной теме)

Форма представления задания: конспект выполненного задания в тетради.

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.

Выполнение самостоятельной работы подразумевает решение следующего теста:

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. Комплекс маркетинга включает в себя:

- управления предприятием;
- + совокупность инструментов (товар, цена, распространение, продвижение);
- выбор условий реализации;
- ваш вариант ответа

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. Виды маркетинговых исследований
2. Брэндинг и его виды.

Самостоятельная работа по теме 6

Тема 6 Управление товаром. Жизненный цикл товара

Цель: изучить и систематизировать материал об основах управления товаром и его жизненном цикле.

Задание: Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным Интернет-ресурсам). Подготовка к тестированию. Подготовка к написанию курсовой работы.

Форма представления задания: конспект выполненного задания в тетради.

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 описать:

- понятие «управление товаром»;
- классификацию товаров;
- понятие нового товара в маркетинговой системе;
- стратегия разработки нового товара;
- жизненный цикл товара;

- сущность ассортимента и товарной номенклатуры.

На основе рекомендуемых источников информации подготовиться к тестированию. Изучить рекомендуемые источники информации по теме для наработки материала к курсовой работе.

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 по теме 7

Тема 7. Управление ценой. Ценообразование

Цель: изучить и систематизировать материал по управлению ценой, проанализировать методы ценообразования

Задание: Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным Интернет-ресурсам). Подготовка к тестированию. Подготовка к написанию курсовой работы.

Форма представления задания: конспект выполненного задания в тетради.

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

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

- систему управления ценой, ее составляющие;
- способы и методы ценообразования.

На основе рекомендуемых источников информации подготовиться к тестированию. Изучить рекомендуемые источники информации по теме для наработки материала к курсовой работе.

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. 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>
5. Энциклопедия маркетинга - <http://marketing.spb.ru/>
6. Административно-управленческий портал - <http://www.aup.ru>
7. <http://www.gks.ru> - Федеральная служба статистики РФ
8. <http://www.nta-rus.ru> – Национальная торговая ассоциация
9. Информационно-справочная система «Консультант Плюс»

Самостоятельная работа по теме 8

Тема 8 Управление распределением и продвижением товара

Цель: изучить и систематизировать материал по управлению распределением и продвижением товара.

Задание: Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным Интернет-ресурсам). Подготовка к тестированию. Подготовка к написанию курсовой работы.

Форма представления задания: конспект выполненного задания в тетради.

Контроль качества выполненной работы: консультация по материалу, пройденному на лекциях, проверка выполненного задания.

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

- систему управления распределением товара, его составные элементы;
- виды продвижения товаров.

На основе рекомендуемых источников информации подготовиться к итоговому тестированию. Изучить рекомендуемые источники информации по теме для наработки материала к курсовой работе.

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»;

Приложение

Название темы	Задание для самостоятельной работы	Распределение бюджета времени на выполнение самостоятельной работы				
		2015 г.п. на базе 9 кл. очная 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 9 кл. очная форма обучения
Тема 1 Понятие и сущность маркетинга	Изучение темы (по лекциям, избранным интернет-ресурсам, статьям в СМИ). Подготовка к тесту. Подготовка к написанию курсовой работы.	6	6	10	6	6
Тема 2 Окружающая среда маркетинга	Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным Интернет-ресурсам). Подготовка к тестированию. Подготовка к написанию курсовой работы.	6	6	10	6	6
Тема 3 Виды потребителей и их поведение	Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным Интернет-ресурсам). Подготовка к тестированию. Подготовка к написанию курсовой работы.	5	5	12	5	4
Тема 4 Сегментация рынка и позиционирование	Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным Интернет-ресурсам). Подготовка к тестированию. Подготовка к написанию курсовой работы.	6	6	12	6	6
Тема 5 Маркетинговые исследования	Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным интернет-ресурсам).	5	5	12	5	4

	Выполнение самостоятельной работы. подготовка презентации (по выбранной теме)					
Тема 6 Управление товаром. Жизненный цикл товара	Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным Интернет-ресурсам). Подготовка к тестированию. Подготовка к написанию курсовой работы.	6	6	10	6	6
Тема 7. Управление ценой. Ценообразование	Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным Интернет-ресурсам). Подготовка к тестированию. Подготовка к написанию курсовой работы.	6	6	10	6	6
Тема 8 Управление распределением и продвижением товара	Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным Интернет-ресурсам). Подготовка к тестированию. Подготовка к написанию курсовой работы.	6	4	10	4	6
Итого		46	44	86	44	44

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.