

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«УЛЬЯНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
**Институт экономики и бизнеса**  
**Кафедра Управления**

**Ю.Н. Захарова**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ**  
**САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МАРКЕТИНГ»**  
**Учебно-методическое пособие по направлению подготовки**  
**38.05.01 «Экономическая безопасность» (специалитет)**

**Ульяновск**  
**2019**

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ  
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МАРКЕТИНГ».  
Учебно-методическое пособие по направлению подготовки 38.05.01  
«Экономическая безопасность» (специалитет) /Захарова Ю.Н.: УлГУ.  
Институт Экономики и Бизнеса. - Ульяновск, 2019. – 46 с.

**Протокол УС ИЭиБ: № 225/02 от 17.10.19.**

Настоящие методические указания предназначены для студентов  
специалитета по направлению 38.05.01 «Экономическая безопасность»

**Составитель: доц., к.э.н., доцент кафедры управления Захарова Ю.Н.**

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
1. Общие положения.....	4
2. Организация учебного процесса по самостоятельной работе .....	5
3. Требования к организации самостоятельной работы .....	6
4. Методы организации самостоятельной работы .....	7
5. Виды и формы самостоятельной работы .....	8
6. Функции, методы и формы контроля самостоятельной работы .....	9
7. Методические рекомендации преподавателям к организации самостоятельной работы .....	1 0
8. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы .....	11
9. Аудиторная работа специалистов.....	13
10. Внеаудиторная самостоятельная работа специалистов.....	21
11. Деятельность обучающихся по формированию и развитию навыков учебной внеаудиторной самостоятельной работы.....	23
12. Организация и руководство внеаудиторной самостоятельной работой.....	25
13. Рекомендации по отдельным темам.....	26
14. Контрольное тестирование по дисциплине «Маркетинг».....	34
15. Вопросы к экзамену.....	43
Приложение.....	45

### 1. Общие положения

1.1. *Самостоятельная работа специалистов по дисциплине «Маркетинг»* – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов специалитета, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве

преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа специалистов является обязательным компонентом федерального государственного образовательного стандарта по специальности 38.05.01 «Экономическая безопасность» по всем профилям данной специальности: «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности», «Финансовый учет и контроль в правоохранительных органах». Отведенное для самостоятельной работы время регламентируется учебным планом.

1.2. Цель самостоятельной работы - овладение знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности, систематическое изучение учебных дисциплин в течение всего срока обучения, закрепление и углубление полученных знаний и навыков, подготовка к предстоящим занятиям, а также формирование культуры умственного труда и самостоятельности в поиске и приобретении новых знаний. Самостоятельная работа обучающихся предусматривает не только освоение каждой из дисциплин, но и способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

1.3. Объем самостоятельной работы определяется федеральным государственным образовательным стандартом. Самостоятельная работа является обязательной для каждого студента и определяется учебным планом.

1.4. Формы самостоятельной работы обучающихся определяются содержанием учебной дисциплины, степенью подготовленности специалистов. Они могут быть тесно связаны с теоретическими курсами и иметь учебный или учебно-исследовательский характер. Форму самостоятельной работы определяет кафедра при разработке рабочих программ учебных дисциплин. Каждая изучаемая дисциплина, согласно учебной программе, делится на ряд тематических блоков, ориентированных

во времени, для каждого из которых определены все необходимые виды занятий, задания на самостоятельную теоретическую и практическую работу, литература.

1.5. Для организации самостоятельной работы необходимы следующие условия:

- ✓ готовность специалистов к самостоятельному труду;
- ✓ мотив к получению знаний;
- ✓ наличие и доступность всего необходимого учебно-методического и справочного материала;
- ✓ консультационная помощь.

1.6. Содержание самостоятельной работы носит двусторонний характер: с одной стороны - это способ деятельности обучающихся во всех организационных формах учебных занятий и во внеаудиторное время, когда самостоятельно изучается материал, определенный содержанием учебной программы, с другой - обязательная совокупность учебных заданий, которые должен самостоятельно выполнить студент во время обучения в университете по соответствующему профилю.

## **2. Организация учебного процесса по самостоятельной работе специалистов**

**2.1. Кафедра по обеспечению учебного процесса выполняет следующие работы:** Для повышения эффективности самостоятельной работы преподавателями кафедры Управления разрабатываются различные виды аудиторных занятий и самостоятельной работы специалистов с четким определением объемов заданий, трудоемкости их выполнения, формами контроля. Указания, подготовленные по каждому тематическому блоку учебного курса, должны отражать основные вопросы лекций, практических занятий. В задачи кафедры входят:

- ✓ разработка перечня обязательной и дополнительной литературы и тематик самостоятельных работ;
- ✓ разработка инструкций и методических указаний к написанию курсовых и работ и ВКР;
- ✓ распределяет материал учебной программы дисциплины по блокам;
- ✓ информирует студентов о содержании и тематике работ и занятий, проводимых в данном семестре;
- ✓ обеспечивает студентов необходимыми методическими материалами;
- ✓ обеспечивает проведение консультаций;
- ✓ информирует студентов о результатах промежуточного и итогового контроля.

## ***2.2. Библиотека:***

организует занятия по библиотековедению и библиографии с целью формирования навыков поиска информации, ее применения в учебном процессе, умения ориентироваться в справочно-библиографическом аппарате библиотеки, информационных системах и базах данных; оказывает студентам помощь в организации самостоятельных занятий.

## **3. Требования к организации самостоятельной работы специалистов**

3.1. Следует последовательно увеличивать объемы самостоятельной работы по мере овладения специалистами навыками самообразования, расширять используемые формы.

3.2. Необходимо постоянно повышать творческий характер выполняемых работ, активно включать в них элементы обобщения практического опыта, научного исследования.

3.3. Преподаватель должен управлять самостоятельной работой, контролируя и консультируя бакалавра в течение всего периода обучения.

## **4. Методы организации самостоятельной работы специалистов**

4.1. Методологическую основу самостоятельной работы специалистов составляет деятельностный подход, когда цели обучения ориентированы на формирование умений решать типовые и нетиповые задачи, т. е. на реальные ситуации, где студентам надо проявить знание конкретной дисциплины.

4.2. Методически обеспечить самостоятельную работу – значит составить перечень форм и тематику самостоятельных работ, сформулировать цели и задачи каждого из них, разработать инструкции или методические указания, подобрать учебную, справочную, методическую и научную литературу.

4.3. В комплексе методов, методических средств, соответствующих целям и задачам обучения, особенностям содержания предмета, максимально возможному проявлению личностного начала в учебном процессе, выделяют ряд основных групп:

1) методы, обеспечивающие обновление, расширение и углубление теоретических знаний специалистов;

2) методы, обеспечивающие самовыражение личности бакалавра, формирующие у него потребности в самообразовании и самосовершенствовании;

3) методы, обеспечивающие развитие профессиональных качеств будущих специалистов по специальности 38.05.01. «Экономическая безопасность»;

4) методы, связанные со способностью к быстрому и результативному принятию решения;

5) аналитические методы, позволяющие использовать теоретические знания в качестве методической основы для оценки и использования в конкретной ситуации.

## **5. Виды и формы самостоятельной работы специалистов**

### ***5.1. Виды самостоятельной работы специалистов:***

1. Конспектирование.
2. Реферирование литературы.
3. Аннотирование книг, статей.
4. Выполнение заданий поисково-исследовательского характера.
5. Углубленный анализ научно-методической литературы.
6. Работа на лекции: составление или слежение за планом чтения лекции, проработка конспекта лекции, дополнение конспекта рекомендованной литературой.
7. Участие в работе семинара: подготовка конспектов выступлений на семинаре, рефератов, выполнение заданий.
8. Участие в подготовке альбомов, схем, таблиц, презентаций.
9. Учебно-исследовательская и научно-исследовательская работа студента при выполнении самостоятельной, курсовой и дипломной работ.
10. Выполнение заданий по наблюдению и сбору материалов в процессе практики.

### ***5.2. Моделирование самостоятельной работы специалистов:***

1. Повторение пройденного теоретического материала.
2. Установление главных вопросов темы.
3. Определение глубины и содержания знаний по теме, составление тезисов по теме.
4. Упражнения, решение задач.
5. Анализ выполняемой деятельности и ее самооценка.
6. Приобретенные умения и навыки.
7. Составление вопросов по содержанию лекции.

### ***5.3. Дифференциация заданий:***

- Обзор литературы; подбор литературы для научной работы;
- Решение задач, ситуаций;

- Научная работа бакалавра (написание статей (РИНЦ) в рамках научных интересов).

#### ***5.4. Этапы и приемы СРС:***

1. подбор рекомендуемой литературы
2. знакомство с вопросами плана семинарского занятия и методической разработки по данной теме.
3. определение вопросов, по которым нужно прочитать или законспектировать литературу.
4. составление схем, таблиц на основе текста лекций, учебника, монографии.

#### ***5.5. Комплекс средств обучения при самостоятельной работе***

##### ***специалистов:***

- обзорный конспект лекций, вопросы лекции
- тесты (контрольные задания) и др.

### **6. Функции, методы и формы контроля самостоятельной работы специалистов**

**6.1. Функции:** Управляющая функция методического указания реализуется в текстовом выделении основных положений учебного материала, наличии структурно-логических схем, актуализируется при переходе к активным формам обучения, способствующим развитию у обучающихся навыков самостоятельной работы; организационная функция преподавателя представляется в обеспечении специалистов индивидуальными собеседованиями, планами практических занятий.

**6.2. Методы контроля:** Проведение индивидуальных консультаций по изучаемым темам; использование в учебном процессе ситуационных задач, применение которых определяет необходимость поиска студентами своей точки зрения по многофакторным проблемам, заинтересованное и активное получение дополнительной информации для аргументации своих выводов и решений; оценка участия специалистов в олимпиадах, конкурсах, выставках,

конференциях и других проявлениях активного изучения дисциплины; вынесение самостоятельно изученного материала на рубежный и итоговый контроль, сдача контрольных нормативов.

### **6.3. Формы контроля:**

- текущее собеседование и контроль;
- рецензирование, оценка, коррективы самостоятельной работы бакалавров;
- дискуссия;
- подведение итогов и т. д.

## **7. Методические рекомендации преподавателям к организации самостоятельной работы специалистов:**

1. Не перегружать специалистов творческими заданиями.
2. Давать студентам четкий и полный инструктаж: • цель задания • условия выполнения • объем • сроки • образец оформления;
3. Осуществлять текущий контроль и учет.
4. Оценить, дать рецензию на работу, обобщить уровень усвоения навыков самостоятельной, творческой работы.
5. Использовать следующие формы:
  - выборочная проверка;
  - разработка тем и проверка;
  - образцы аннотации и оценка;
  - разработка заданий, создание поисковых ситуаций, спецсеминар;
  - собеседование по проработанной литературе, составление плана дальнейшей работы.
6. В лекциях ставить вопросы для самостоятельной работы специалистов, дать указания на источник ответа в литературе.
7. В ходе лекции возможны так называемые «вкрапления» - выступления, сообщения специалистов по отдельным вопросам плана.

Примечание:

1. На заочном отделении на самостоятельное изучение целесообразно выносить тему и проводить по ней контроль.

2. На первом курсе следует организовать методический семинар, обучая специалистов методам и приёмам самостоятельной работы.

### **8. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы специалистов**

Университет обеспечивает учебно-методическую и материально-техническую базу для организации самостоятельной работы специалистов.

Библиотека университета обеспечивает:

- учебный процесс необходимой литературой и информацией (комплектует библиотечный фонд учебной, методической, научной, периодической, справочной литературой в соответствии с учебными планами и программами);

- доступ к основным информационным образовательным ресурсам, информационной базе данных, в том числе библиографической, возможность выхода в Интернет.

Кафедра обеспечивает доступность всего необходимого учебно-методического и справочного материала; разрабатывает: программы, пособия, материалы, учебники как в печатном, так и в электронном варианте; методические рекомендации по организации самостоятельной работы специалистов; задания для самостоятельной работы; темы рефератов и докладов; темы курсовых работ и методические рекомендации по их выполнению; темы выпускных квалификационных работ; вопросы к экзаменам и зачетам; предоставляет студентам сведения о наличии учебно-методической литературы.

#### **Примерные виды оценочных средств:**

<b>Формы работы</b>	<b>Оценочные средства</b>
---------------------	---------------------------

письменные работы с развернутыми ответами и устный опрос	- доклады на семинарах, эссе, диспуты, студенческие конференции
занятия по деловому общению и составлению деловых писем. ролевые игры на профессиональные и бытовые темы	- письменные и устные переводы специальной литературы - устная коммуникация. - составление деловых писем
задания при работе с базами данных	- доклад с презентацией результатов поиска информации. - работа с каталогами. - выбор литературных источников. - обработка и систематизация собственных результатов исследования
студенческие конференции, деловые игры (имитация переговоров)	- доклады на конференциях, участие в деловых переговорах
оформление самостоятельных работ, тщательная статистическая обработка полученных данных, правильное оформление библиографических ссылок	- оформление всех самостоятельных, и особенно квалификационных работ - оценка достоверности результатов и корректность выводов

## **9. Аудиторная самостоятельная работа**

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Основными видами аудиторной самостоятельной работы являются:

- выполнение лабораторных работ;
- работа с нормативными документами, справочной литературой и другими источниками информации, в том числе электронными;

- само -и взаимопроверка выполненных заданий;
- решение проблемных и ситуационных задач.

Работа с нормативными документами, справочной литературой, другими источниками информации, в т.ч. электронными может реализовываться на семинарских и практических занятиях. Данные источники информации могут быть представлены на бумажном и/или электронном носителях, в том числе, в сети Internet. Преподаватель формулирует цель работы с данным источником информации, определяет время на проработку документа и форму отчетности.

Само и взаимопроверка выполненных заданий чаще используется на семинарском, практическом занятии и имеет своей целью приобретение таких навыков как наблюдение, анализ ответов сокурсников, сверка собственных результатов с эталонами.

Решение проблемных и ситуационных задач используется на лекционном, семинарском, практическом и других видах занятий. Проблемная/ситуационная задача должна иметь четкую формулировку, к ней должны быть поставлены вопросы, ответы на которые необходимо найти и обосновать.

Самыми распространенными видами занятий являются: лекции и практические занятия, однако также необходимо уделять особое внимание подготовке к промежуточной аттестации.

**Лекция.** Самостоятельная работа должна начинаться до прихода обучающихся на лекцию. Студенты должны активно и правильно использовать «систему опережающего чтения»: то есть они должны предварительно прочитать материал, содержащийся в учебниках и (или) учебных пособиях, закладывая тем самым базу для более глубокого восприятия лекции. Среди обучающихся встречается точка зрения о том, что этот вид контактной работы – лекцию, можно не посещать, поскольку есть учебники, которые можно прочесть. Такой подход является основной

причиной получения неудовлетворительных оценок, так как ничто не может заменить живого слова лектора, общения с ним. В процессе лекционного занятия преподавателю можно задать вопросы, обсудить проблемные аспекты изучаемой тематики.

Поэтому лекция остается важным, а по некоторым разделам дисциплин - единственным источником учебной информации (особенно это касается тем, применительно к которым произошли серьезные законодательные изменения, которые еще не учены в учебной литературе). Лекции по специальным дисциплинам, дисциплинам по программам еще более важны, поскольку учебной литературы по ним еще недостаточно разработано и издано. Кроме этого, лектор передает и свое отношение к этой информации, раскрывает взаимосвязи в изучаемом курсе, свой личный опыт ее применения. Поэтому посещение лекций необходимо даже при наличии стабильных учебников. Самостоятельная подготовка к лекции условно состоит из нескольких этапов (наличие тетради, конспектирование, доработка конспекта и др.).

**Конспектирование лекции** – важнейший этап самостоятельной работы. Лекция – это не запись под диктовку, как правило, это свободный рассказ, хотя наиболее важные положения могут быть повторены лектором несколько раз. Поэтому, конспектируя лекцию, надо стремиться не дословно воспроизвести речь лектора, а уловить главную мысль и кратко ее записать.

Чтобы облегчить эту задачу, можно использовать систему сокращений часто встречающихся слов и словосочетаний. Для этого используют аббревиатуры или первые буквы слова и их окончания, например, ФЗ – федеральный закон; ФКЗ – федеральный конституционный закон; ГК – Гражданский кодекс РФ; УК – Уголовный кодекс РФ; КоАП РФ – Кодекс об административных правонарушениях РФ и так далее.

Но, вводя сокращения, нужно помнить, что конспект должен легко читаться, расшифровку неочевидных сокращений нужно дать на специальной странице.

Материал лекций часто приходится дополнять, поэтому записи следует вести свободно, с широкими полями или оставляя свободные страницы (через одну, или в конце каждой лекции).

Свободное место приходится оставлять, если по ходу лекции вы не успеваете дописать слово или окончание фразы, зарисовать схему и т.д.

Многие лекторы в процессе лекции используют схемы, таблицы. Желательно научиться зарисовывать их быстро, от руки. Если такое качество вас не устраивает, можно на лекции делать только набросок карандашом или на черновике, который потом воспроизводится в конспекте с желаемой тщательностью.

Начинать доработку конспекта нужно как можно быстрее, лучше всего в тот же вечер. Минимум, что следует сделать, прочитать конспект с карандашом в руках. При этом дописываются окончания слов и фраз, непонятные места отмечаются знаками вопроса. Если есть под руками учебник, можно уточнить понятия и определения, в записи которых вы сомневаетесь. Если использовано новое сокращение – вносите его на справочную страницу. Вычерчиваются набело схемы, представленные в черновике. Тема лекции вносится в оглавление или вклеивается закладка. Подчеркиванием или маркером выделяются ключевые места.

Дальнейшая доработка конспекта ведется по мере его использования при подготовке к зачетам, экзаменам.

При подготовке теоретического материала старайтесь ничего не переписывать механически, добивайтесь не простого запоминания, а осмысленного усвоения.

Если смысл какого-то абзаца не ясен, отметьте незнакомые термины, найдите их определения (словарь, предметный указатель). Перечитайте абзац

еще раз, подставляя вместо терминов их определения. Перескажите себе содержание абзаца своими словами. Выразите смысл абзаца коротким предложением. Такая работа поможет составить план или краткий конспект прочитанного.

Следующей формой осуществления самостоятельной работы является **консультация**. Консультация способствует целенаправленной самостоятельной работе обучающихся, является эффективной помощью в самостоятельном изучении дисциплины. Консультации могут быть индивидуальные и групповые. Индивидуальные консультации проводятся постоянно на протяжении всего периода обучения и заключаются в оказании помощи конкретному студенту. Групповые консультации проводятся перед экзаменами.

Обучающимся следует обращаться за консультацией при возникновении затруднений в изучении вопроса (проблемы). В ходе консультации студенту необходимо понять методику изучения дисциплины. При этом консультация не подменяет самостоятельную работу студентов. Преподаватель, не давая прямых ответов, с помощью наводящих вопросов или примеров подводит слушателя к решению проблемы.

За консультацией студенту необходимо обратиться тогда, когда он провел определённую работу: изучил конспект лекций, литературу и т.д.

**Зачеты, экзамены.** Это форма занятий предназначена в основном для контроля знаний, умений и навыков обучающихся.

Зачет, экзамен завершает изучение дисциплины (части модуля). Если зачет является единственной контрольной точкой, то его форма может напоминать форму экзамена.

Обучающиеся самостоятельно готовятся к зачетам, экзаменам. Возникшие при подготовке вопросы они могут разрешить на консультациях. Преподаватель обязан дать обучающимся список вопросов, включенных в

экзаменационные билеты. Билеты наряду с теоретическими вопросами чаще всего содержат задачи.

При подготовке к зачету или экзамену, нужно ознакомиться с вопросами, распределить время на их изучение. Используйте конспекты, записи, сделанные в тетрадях. Чтобы привести все данные в систему, полезно завести тетрадь для подготовки. По каждому изученному вопросу в этой тетради наметьте план ответа. При этом избегайте переписывания текста, длинных выводов и т.п. При необходимости можно сделать ссылки на соответствующие страницы конспекта или учебника. Хорошо известный, легкий материал отражайте более кратко и поверхностно, экономьте время для самых трудных и менее изученных вопросов.

Если такого материала много, то имеет смысл начинать подготовку именно с него.

Когда записи по вопросу сделаны, закройте тетрадь и постарайтесь мысленно воспроизвести основные этапы своего ответа. Откройте тетрадь. Проанализируйте записанное, определитесь с тем, что вы забыли. При необходимости повторите еще раз.

Для практических вопросов (решение задач определенной типа) приведите решение одной из данных задач, просмотрите решения аналогичных задач, которые были решены в ходе семестра. Следует учитывать то, что при решении задач, ответ надо обосновать и аргументировать.

Не забывайте отмечать непонятные места для того, чтобы задать вопросы на консультации. Если у вас осталось время для повторения, еще раз пройдитесь по своим записям в тетради для подготовки: просмотрите план, мысленная проработка, при необходимости уточнение по ссылкам на конспекты, учебники.

Подготовка к ответу на зачете или экзамене продолжается, как правило, 20 минут. При этом, как правило, обучающиеся могут использовать

только заранее определенные методические пособия (чаще всего это рабочая программа дисциплины).

За время подготовки надо наметить план ответа на теоретический вопрос, дополнить его необходимыми схемами и т.п., а также выполнить практические задания. Дословно воспроизводить на листке содержание ответа не стоит, однако основные определения, формулировки лучше записать. Теоретические положения желательно подкрепить конкретными примерами. Продумайте также первую и последнюю фразу Вашего ответа.

Ответ экзаменатору старайтесь вести спокойным, уверенным тоном. Некоторые экзаменаторы проверяют знания студентов, высказывая неверные суждения, задавая вопросы по соответствующей тематике. В этом случае для получения высокой оценки надо уметь спорить с преподавателем, отстаивать свою точку зрения.

*Практическое занятие (семинар)* является важным звеном системы теоретического обучения и представляет собой одну из форм учебных занятий, широко распространенных в университете и предназначенных для обсуждения наиболее сложных тем учебной программы и решения практических задач под руководством преподавателя. На практическом занятии (семинаре) обучающиеся учатся рассуждать, дискутировать, находить истину, выдвигать и отстаивать свою точку зрения, опираясь на научные аргументы.

Основными задачами практического занятия являются: закрепление, углубление и расширение знаний, полученных на лекции и в процессе самостоятельной работы с рекомендуемой научной и учебной литературой, правовыми актами и другими источниками; формирование у обучающихся умений и навыков работы с первоисточниками и специальными документами, анализ и оценка различных источников знаний, подготовки аргументированных выступлений, логически правильно строить свои мысли, грамотно и убедительно говорить. В процессе практического занятия также

происходит проверка и оценка усвоения обучающимся программного материала по темам преподаваемых дисциплин.

Подготовка обучающихся к практическому занятию подразделяется на предварительную и непосредственную. Предварительная подготовка предусматривает получение задания, изучение рекомендованной литературы, написание рефератов и докладов, посещение консультаций. Непосредственная подготовка включает конспектирование рекомендованной литературы, выполнение письменных заданий.

Осуществляя подготовку к практическому занятию, следует сначала проанализировать тему занятия, подумать о цели и основных проблемах, которые будут рассмотрены. На втором этапе необходимо основательно изучить записи лекций и рекомендованную литературу, составить необходимые конспекты и развернутый план ответов по вопросам, обсуждаемым на практическом занятии. Особое внимание следует обратить на новые понятия, определения, положения нормативных правовых актов. При этом рекомендуется выписать наиболее сложные термины и положения нормативных правовых актов или материалов судебной практики в рабочую тетрадь. Целесообразно зафиксировать возникшие во время самостоятельной работы вопросы, чтобы потом в процессе обсуждения на практическом занятии получить на них ответы. Подготовка к практическому занятию необходимо начинать заблаговременно, а в случае затруднений обращаться к преподавателю за консультациями, которые проводятся в соответствии с графиком учебных консультаций.

Самостоятельная работа предполагает самостоятельность мыслей и суждений обучающихся в процессе работы над предложенной проблематикой. Для самостоятельной работы в процессе подготовки к занятиям рекомендуются учебные пособия, опубликованные лекционные курсы, хрестоматии, практикумы, справочники, методические пособия, а

также монографическая литература, теоретические материалы, публикуемые в научных журналах.

Богатый материал для подготовки к практическим занятиям по юридическим дисциплинам можно найти в статьях из журналов по юридическому профилю, имеющихся в библиотеке факультета, а также в научной электронной библиотеке [elibrary.ru](http://elibrary.ru).

Работая на занятии, активно участвуйте в обсуждении рассматриваемых вопросов, во время своего выступления стремитесь выделять главное и четко формулировать свои мысли.

При подготовке к практическим занятиям, обучающимся необходимо: изучить по предложенным источникам, а также найденным самостоятельно, теоретические основы соответствующей темы (вопросов) как в нормативно-правовом аспекте, так и в теоретическом; выполнить задания, выносимые на самостоятельную работу, подготовить отчет по ним.

Опережающая самостоятельная работа (ОПС) играет ключевую роль в планировании индивидуальной траектории обучения. Такой тип обучения предлагается в замену традиционной репродуктивной самостоятельной работе (самостоятельное повторение учебного материала и рассмотренных на занятиях алгоритмов действий, выполнение по ним аналогичных заданий). ОПС предполагает следующие виды самостоятельных работ:

- познавательно-поисковая самостоятельная работа, предполагающая подготовку сообщений, докладов, выступлений на практических занятиях, подбор литературы по конкретной проблеме, написание рефератов и др.;

- творческая самостоятельная работа, к которой можно отнести выполнение специальных творческих и нестандартных заданий.

Задача преподавателя на этапе планирования самостоятельной работы – организовать ее таким образом, чтобы максимально учесть индивидуальные способности каждого обучающегося, развить в нем

познавательную потребность и готовность к выполнению самостоятельных работ все более высокого уровня.

## 10. Внеаудиторная самостоятельная работа

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы могут быть

- **для овладения знаниями:** чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста; конспектирование текста; выписки из текста; работа со словарями и справочниками; ознакомление с нормативными документами; учебно-исследовательская работа; использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернет-ресурсов и др.;

- **для закрепления и систематизации знаний:** работа с конспектом лекции (обработка текста); повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио- и видеозаписей); составление плана и тезисов ответа; составление таблиц, глоссария для систематизации учебного материала; изучение нормативных материалов; справочников; ответы на контрольные вопросы; аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование и др.); подготовка сообщений к выступлению на семинаре, конференции; подготовка рефератов, докладов; составление библиографии, заданий в тестовой форме и др.;

- **для формирования умений:** решение задач и упражнений по образцу; решение вариативных задач и упражнений; составление схем; решение ситуационных профессиональных задач; подготовка к деловым и ролевым играм; проектирование и моделирование разных видов и компонентов

профессиональной деятельности; подготовка презентаций, творческих проектов; подготовка курсовых и выпускных квалификационных работ; проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности и др.

Для обеспечения внеаудиторной самостоятельной работы по дисциплине/междисциплинарному курсу преподавателем разрабатывается комплект заданий для самостоятельной работы, который необходим для эффективного управления данным видом учебной деятельности обучающихся.

В заданиях приводятся вопросы для самостоятельного освоения, прописываются отдельные виды деятельности по каждой теме изучаемого раздела, указываются возможные источники информации, а также формы контроля выполнения и критерии оценки самостоятельной работы.

Преподаватель осуществляет управление самостоятельной работой, регулирует ее объем на одно учебное занятие и осуществляет контроль выполнения ее обучающимися.

Особыми видами самостоятельной (внеаудиторной) работы студентов является подготовка реферата, статей по теме магистерской диссертации, а также самой выпускной работы (магистерской диссертации).

***Реферат по теме бакалаврской работы, а также по темам, предусмотренным РПД***, – это теоретическая работа, которая пишется для определения предметной области, в которой будет выполнять свои исследования обучающийся. Данный вид исследовательской работы предполагает активное изучение современных проблем и тенденций развития экономики, формирование системного профессионального мышления. Назначение реферата - углубить знания по основным проблемам исследования, сформировать умение анализировать процессы функционирования предприятий и организаций, способность понимания современных проблем теории и практики маркетингового управления. При

написании работы обучающийся должен использовать современную учебную и научную литературу, обратиться к аналитическим исследованиям, обзорам и проблемным работам по вопросам современного менеджмента и маркетинга. В реферате излагаются различные точки зрения (в том числе и критические) на рассматриваемую проблему. Реферат может не включать собственных аналитических и практических исследований, но наличие обобщений и выводов по рассматриваемой проблеме является обязательным. Стандартная форма реферата: название темы - план - введение - основная часть (может включать несколько вопросов) - заключение - список литературы. Объем реферата - 10-20 страниц.

### **11. Деятельность обучающихся по формированию и развитию навыков учебной внеаудиторной самостоятельной работы**

В процессе самостоятельной работы обучающийся приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Обучающийся самостоятельно определяет режим своей внеаудиторной работы и меру труда, затрачиваемого на овладение знаниями и умениями по каждой дисциплине, выполняет внеаудиторную работу по индивидуальному плану, в зависимости от собственной подготовки, бюджета времени и других условий.

При выполнении внеаудиторной самостоятельной работы обучающийся имеет право обращаться к преподавателю за консультацией с целью уточнения задания, правил оформления документов, формы контроля выполненного задания.

При выполнении самостоятельной работы необходимо:

- освоить вопросы, выносимые на самостоятельную работу и предложенные преподавателем в соответствии с программой по данной учебной дисциплине.
- планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.
- самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой по учебной дисциплине.
- выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе студентов.

Выполняя самостоятельную работу обучающийся может:

- предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельного изучения;
- в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по ее результатам;
- предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;
- использовать для самостоятельной работы учебные и методические пособия, другие разработки и ресурсы интернет сверх предложенного преподавателем перечня;
- использовать контроль и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

## **12. Организация и руководство внеаудиторной самостоятельной работой**

При предъявлении видов заданий на внеаудиторную самостоятельную работу рекомендуется использовать дифференцированный подход к уровню подготовленности обучающегося. Перед выполнением внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит инструктаж (консультацию) за счет объема времени, отведенного на изучение дисциплины с определением цели задания, его содержания, сроков выполнения, ориентировочного объема работы, основных требований к результатам работы, критериев оценки, форм контроля и перечня литературы. В процессе инструктажа преподаватель предупреждает о возможных типичных ошибках, встречающихся при выполнении задания.

Для методического обеспечения и руководства самостоятельной работой в образовательном учреждении разрабатываются учебные пособия, методические рекомендации по самостоятельной подготовке к различным видам занятий (семинарским, лабораторным, практическим и т.п.) с учетом специальности, учебной дисциплины, особенностей контингента студентов, объема и содержания самостоятельной работы, форм контроля и т.п.

Во время выполнения внеаудиторной самостоятельной работы и при необходимости могут проводиться консультации за счет общего бюджета времени, отведенного на консультации.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня подготовленности обучающихся.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов осуществляется в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и может проводиться в письменной, устной или смешанной форме, с представлением продукта деятельности обучающегося.

В качестве форм и методов контроля внеаудиторной самостоятельной работы могут быть использованы зачеты, тестирование, самоотчеты, контрольные работы, защита творческих работ, портфолио достижений и др.

Критериями оценки результатов внеаудиторной самостоятельной работы являются:

- уровень освоения обучающимся учебного материала;
- обоснованность и четкость изложения материала;
- умения студента использовать теоретические знания при выполнении практических заданий;
- оформление материала в соответствии с требованиями.

### **13. Рекомендации по отдельным темам дисциплины «Маркетинг»**

#### **Тема 1. Предмет, цели и задачи курса «маркетинг»**

##### **Вопросы**

1. В чем заключается цель изучения курса «Маркетинг»?
2. Какова роль дисциплины маркетинг при формировании профессиональных знаний?
3. Какова взаимосвязь дисциплины «маркетинг» с другими экономическими дисциплинами?

#### **Тема 2. Сущность маркетинга**

##### **Вопросы**

1. Дайте определение понятию «маркетинг».
2. В чем заключается сущность маркетинговой деятельности предприятия в современных условиях развития рыночных структур.
3. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные категории маркетинга.
4. Охарактеризуйте основные 8 состояний рыночного спроса и

поясните основные задачи маркетинга по данным состояниям.

5. Перечислите и раскройте цели системы маркетинга.
6. Раскройте основные функции маркетинга.

### **Тема 3. История становления маркетинга**

#### **Вопросы**

1. Когда и где возникла теория маркетинга. Назовите экономические причины ее возникновения.
2. Перечислите основные концепции маркетинга.
3. В чем состоит сущность производственной концепции?
4. В чем состоит сущность товарной концепции?
5. В чем состоит сущность сбытовой концепции?
6. В чем состоит сущность концепции маркетинга?
7. В чем состоит сущность концепции социально-ответственного маркетинга?

### **Тема 4. Управление маркетинговой деятельностью предприятия**

#### **Вопросы**

1. Перечислите основные этапы процесса управления маркетинговой деятельностью предприятия?
2. Как осуществляется анализ рыночных возможностей предприятия?
3. Сущность отбора целевых рынков.
4. Назовите основные цели внедрения предприятия на рынок.
5. Назовите и раскройте основные стратегии охвата рынка.
6. Сущность концентрированного маркетинга.
7. Сущность дифференцированного маркетинга.
8. Сущность интегрированного маркетинга.
9. Охарактеризуйте реализацию маркетинговых мероприятий.
10. В чем состоит сущность планирования маркетинга?

11. Охарактеризуйте систему организации службы сбыта на предприятии.

## **Тема 5. Маркетинговые исследования**

### **Вопросы**

1. Дайте определение понятию «Маркетинговые исследования».
2. Перечислите основные направления исследований в маркетинге.
3. Сущность исследования рынка.
4. Сущность исследования потребителей.
5. Сущность исследования конкурентов.
6. Сущность исследования фирменной структуры рынка.
7. Сущность исследования товаров.
8. Сущность исследования цены.
9. Сущность исследования продвижения товаров и продаж.
10. Сущность исследования систем стимулирования сбыта и рекламы.
11. Сущность исследования внутренней среды предприятия.
12. Назовите и кратко охарактеризуйте основные этапы процесса маркетинговых исследований.
13. Назовите источники информации для МИ. Первичная и Вторичная информация.

## **Тема 6. Стратегический маркетинг на предприятии**

### **Вопросы**

1. Сущность стратегического маркетинга. Основные задачи стратегического маркетинга.
2. Операционный маркетинг. Основные задачи операционного маркетинга.
3. Две стороны маркетинга: процесс стратегического маркетинга и процесс операционного маркетинга.
4. Назовите основные стратегии маркетинга и опишите, как стратегии

маркетинга встраиваются в совокупность корпоративных стратегий фирмы.

5. Охарактеризуйте стратегический подход в управлении маркетингом, каковы правила разработки миссии фирмы и ее основных целей?

6. Охарактеризуйте структуру анализа маркетинговой среды фирмы.

7. Назовите основные факторы микросреды фирмы. Раскройте их содержание.

8. В чем заключается стратегический анализ факторов макросреды?

9. Раскройте сущность Методики STEP (PEST) – анализа с использованием четырехпольной матрицы.

10. Раскройте сущность Методики STEP –анализа с использованием табличного формата.

11. Раскройте сущность Методики анализа угроз и возможностей макросреды ЕТОМ.

12. Раскройте сущность Методики анализа факторов макросреды QEST.

13. Назовите основные элементы маркетинговой микросреды предприятия. В чем заключается Стратегический анализ факторов микросреды?

14. Раскройте сущность Методики SWOT-анализа с использованием четырех-  
польной таблицы, сущность Методика SWOT – анализа с использованием четырехпольной матрицы.

15. В чем заключается модель анализа бизнес-портфеля «Бостон Консалтинг Групп» (БКГ)?

16. Охарактеризуйте основные Стратегии позиционирования товара на рынке.

## **Тема 7. Комплекс маркетинга**

### **Вопросы**

1. Сущность комплекса маркетинга предприятия.
2. Составляющие маркетинга-микс фирмы.

3. Охарактеризуйте стратегию маркетинга-микс предприятия.

## **Тема 8. Управление товаром в системе маркетинговой деятельности предприятия**

### **Вопросы**

1. Назовите пять уровней товара.
2. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные классификации товара.
3. Сущность товарных систем и ассортимента товаров. Раскрыть кратко.
4. Сущность и предназначение упаковки, маркировки товара.
5. Перечислить этапы разработки нового товара. Как осуществляется процесс принятия решения при разработке нового товара.
6. Раскройте сущность концепции ЖЦТ.
7. Раскройте основные маркетинговые стратегии на всех этапах жизненного цикла товара.

## **Тема 9. Поведение потребителей. Анализ поведения потребителей**

### **Вопросы**

1. Дайте определение понятию «потребитель».
2. Дайте определение «покупательского поведения».
3. Какая зависимость между удовлетворенностью потребителей и лояльностью потребителей к бренду?
4. Раскройте структуру цепочки потребителей компании.
5. Дайте определение индивидуальным потребителям.
6. Назовите и раскройте содержание основных факторов, влияющих на покупательское поведение.
7. Опишите алгоритм принятия решения о приобретении товара в семье (домохозяйстве).
8. Назовите типы поведения покупателя при принятии решения.

9. В чем заключаются особенности формирования программы продажи и обслуживания корпоративных клиентов.
10. Назовите и раскройте факторы, влияющие на поведение корпоративных покупателей.
11. Перечислите этапы модели принятия решения о покупке корпоративными покупателями.
12. Представьте матрицу взаимоотношений покупателя и поставщика.
13. Как производится расчет емкости рынка?

### **Тема 10. Ценовой маркетинг**

#### **Вопросы**

1. Перечислите основные цели ценообразования.
2. Перечислите этапы ценообразования.
3. Раскройте сущность основных методов ценообразования.
4. Раскройте основные стратегические подходы к ценообразованию.
5. Перечислите основные стратегии маркетинга.
6. Раскройте стратегии маркетинга по показателям цены и качества.
7. Раскройте сущность скидок с цены товара, покажите виды скидок с цены.
8. Раскройте содержание политики снижения и повышения цен.

#### **Практическое задание**

1. Решение задач по основным методам ценообразования.
2. Изучение видов ценовых стратегий по учебнику Г.Л. Багиева «Маркетинг».

### **Тема 11. Сбыт в системе маркетинга (семинар)**

#### **Вопросы на семинар к теме 10**

1. Дайте понятие сбытовой деятельности.
2. Назовите основные функции сбыта.
3. Раскройте функции каналов распределения.
4. Охарактеризуйте маркетинговые системы распределения товаров.

5. Раскройте подход к выбору каналов распределения.
6. Поясните сущность прямого маркетинга.
7. Назовите типы посредников.
8. Назовите виды розничных посредников.
9. Назовите типы оптовых посредников.
10. Раскройте методы работы с торговым персоналом в системе маркетинга.
11. Как осуществляется мотивация торгового персонала.

### **Практическое задание на семинар**

Изучить вопросы: 1. «Товародвижение», 2. «Личные продажи».

## **Тема 12. Маркетинговые коммуникации**

### **Вопросы**

1. Раскройте сущность модели процесса коммуникации.
2. Перечислите и раскройте основные составляющие комплекса стимулирования.
3. Раскройте основные маркетинговые решения в области инструментов комплекса маркетинговых коммуникаций – рекламы, личной продажи, стимулирования сбыта, связей с общественностью, спонсорства.
4. В чем заключается сущность рекламы, как осуществляется выбор носителей рекламы?
5. В чем состоит предназначение спонсорства, основные цели спонсорства?
6. Раскройте содержание маркетинга связей с общественностью. Каковы основные методы маркетинга связей с общественностью?

### **Практическое задание на семинар**

1. Изучить вопрос «Бюджет рекламной компании фирмы».
2. По журналам «Менеджмент в России и зарубежом», «Маркетинг», «Проблемы теории и практики управления» изучить вопрос

«Рекламная деятельность организации», **составить рецензию** на наиболее заинтересовавшую студента публикацию. Провести анализ 8 публикаций по данному вопросу, предоставить краткий конспект публикаций и собственных выводов по ним.

### **Тема 13. Программа маркетинговой деятельности предприятия**

#### **Вопросы**

1. В чем заключается планирование маркетинга.
2. Раскройте содержание программы маркетинговой деятельности.
3. Перечислите и раскройте типы программ маркетинговой деятельности.
4. Что содержит маркетинговая программа промышленного предприятия?

### **Тема 14. Система маркетингового контроля**

#### **Вопросы**

1. В чем заключается сущность процесса маркетингового контроля?
2. Охарактеризуйте виды маркетингового контроля.
3. Раскройте содержание контроля за выполнением годовых планов.
4. Раскройте маркетинговый контроль рентабельности.
5. Раскройте содержание ревизии маркетинга по каждому из этапов аудита.

### **Тема 15. Маркетинговые службы предприятия**

#### **Вопросы**

1. Раскройте содержание задач службы маркетинга.
2. Перечислите и кратко охарактеризуйте виды построения структур службы маркетинга на предприятии.

### **14. Контрольное тестирование по дисциплине «Маркетинг»**

1. «4 р» маркетинга – это...:

- А. продукт, цена, распределение, продвижение,
- Б. стратегии, цены, риски, финансы,
- В. персонал, компетенции, сбыт, связи с общественностью,
- Г. миссия, цели, задачи, вопросы.

**2. Выход с рядом родственных продуктов на различные сегменты рынка – это ...:**

- А. стратегия недифференцированного маркетинга,
- Б. стратегия дифференцированного маркетинга,
- В. стратегия концентрированного маркетинга,
- Г. стратегия диверсификации.

**3. Позиционирование товара на рынке – это...:**

- А. анализ позиций конкурента на рынке,
- Б. охват целевых сегментов рынка,
- В. обеспечение товару четко отличного от других места на рынке и в сознании целевых потребителей,
- Г. метод маркетинговых исследований.

**4. Микромаркетинг – это...**

- А. маркетинговые действия организации, ограниченные масштабами одной компании,
- Б. маркетинговые действия компании в пределах региона, государства, экономики страны,
- В. действия компаний по анализу конкурентов на внешнем рынке,
- Г. действия компании, направленные на ликвидацию конкурентов.

**5. Сегментирование рынка – это ...:**

- А. процесс разбивки потребителей на группы на основе различий в нуждах, потребностях, поведении,
- Б. процесс разбивки конкурентов на группы на основе различий в стратегиях, рыночном поведении, позиционировании,
- В. процесс формирования ценовых стратегий предприятия,
- Г. инструмент маркетингового исследования.

**6. Маркетинговые исследования предназначены для:**

- А. для получения и анализа первичной и вторичной информации,
- Б. для корректировки производственной программы,
- В. для формирования статистических данных,
- Г. для формирования финансовой отчетности организации.

**7. Самое распространенное направление маркетинговых исследований – это... :**

- А. исследование конкурентов,
- Б. исследование продвижения товаров и продаж,
- В. исследование рынка,
- Г. исследование внутренней среды предприятия.

**8. Организация больше финансовых средств затрачивает при сборе:**

- А. первичной информации,
- Б. вторичной информации,
- В. последней по времени получения информации,
- Г. информации о конкурентах.

**9. Связи с общественностью - это...:**

- А. акции, дегустации,
- Б. деятельность организации по реализации процесса управления персоналом,
- В. маркетинговая коммуникация,
- Г. сотрудничество с конкурентами.

**10. Главная цель связей с общественностью – это...:**

- А. получение максимальной прибыли,
- Б. организация экспорта продукции фирмы,
- В. формирование положительного имиджа компании в глазах общественности,
- Г. налаживание отношений с органами власти.

**11. В России организации начали активно заниматься PR-деятельностью:**

- А. после перехода России к рыночной экономике,
- Б. в 1937 г.
- В. в начале 20 века,
- Г. в начале 18 века.

**12. Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО) была создана в:**

- А. в 1990 г.,
- Б. в 1991 г.,
- В. в 1995 г.,
- Г. в 1956 г.

**13. GR-деятельность –это...**

- А. целенаправленное взаимодействие организации с органами власти,
- Б. контакты с конкурентами и поставщиками,
- В. деятельность по продвижению интересов организации на внешнем рынке,
- Г. контакты с посредниками.

**14. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью был принят:**

- А. в 2002 г.,
- Б. в 2001 г.,
- В. в 2010 г.,
- Г. в 2014 г.

**15. На имидж организации имидж ее руководителя (первооснователя) ...:**

- А. не влияет,
- Б. влияет,
- В. совершенно не влияет,
- Г. скорее не влияет, чем влияет.

**16. Комплекс маркетинговых коммуникаций состоит из следующего количества средств воздействия:**

- А. из 5 средств,
- Б. из 6 средств,
- В. из 8 средств,
- Г.

**17. Прямой маркетинг – это...:**

А. непосредственное взаимодействие с одним или несколькими покупателями в целях проведения презентаций, получения ответов на вопросы,

Б. кратковременные побудительные меры поощрения покупки или продажи товара или услуги,

В. использование почты, телефона, факса, e-mail почты с целью охвата потенциальных потребителей или предоставление им товаров и услуг без использования маркетинговых посредников,

Г. метод исследования конкурентов.

### **18. Каналы распределения – это...**

А. методы стимулирования сбыта,

Б. посредники между производителем продукции и конечным потребителем,

В. маркетинговые коммуникации,

Г. средства стимулирования сбыта продукции.

### **19. К средствам стимулирования сбыта *не* относятся:**

А. купоны, премии, зачеты,

Б. стимулирование торгового персонала,

В. совершенствование производственных технологий,

Г. зачеты, премии, скидки.

### **20. Стратегический маркетинг – это ...:**

А. процесс, ориентированный на действие,

Б. процесс, ориентированный на анализ,

В. процесс управления персоналом предприятия,

Г. процесс обучения персонала.

**21. Роль операционного маркетинга заключается в :**

А. организации сбыта, реализации стратегий продажи и коммуникации,

Б. в создании привлекательных возможностей для компании,

В. выработке стратегии развития фирмы,

Г. в выработке действий относительно конкурентов.

**22. Главная задача операционного маркетинга состоит:**

А. в обеспечении выручки от реализации,

Б. в систематическом анализе потребностей ключевых групп покупателей,

В. в анализе конкурентоспособности организации,

Г. в выработке стратегии фирмы.

**23. Выделение двух сторон процесса маркетинга как двух процессов – стратегического и операционного маркетинга организации принадлежит:**

А. Ф. Котлеру,

Б. К. Келлеру,

В. Ж. Ламбену,

Г. Г. Багиеву.

**24. Стратегический маркетинг...:**

А. ориентирован на действие,

Б. изучает существующие возможности компании,

В. ориентирован на анализ будущих возможностей компании,

Г. реализует ценовую политику организации .

**25. Стратегический и Операционный маркетинг...:**

- А. взаимосвязаны,
- Б. не взаимосвязаны,
- В. частично взаимосвязаны,
- Г. в меньшей степени взаимосвязаны.

**26. Стержневая (ключевая) выгода товара состоит в следующем:**

- А. упаковка, реклама, консультации покупателям,
- Б. это главная услуга или преимущество, которую на самом деле приобретает покупатель,
- В. это набор свойств и условий, которые покупатели обычно ожидают от покупки товара,
- Г. послепродажное обслуживание.

**27. На каком этапе разработки нового товара происходит рыночное тестирование товара?**

- А. на этапе разработки товара,
- Б. на этапе разработки маркетинговой стратегии,
- В. на этапе пробного маркетинга,

**28. На каком этапе жизненного цикла товара компания обычно получает незначительную прибыль или несет убытки?**

- А. на этапе зрелости,
- Б. на этапе внедрения,
- В. на этапе роста,
- Г. на этапе разработки.

**29. На каком этапе жизненного цикла товара компания обычно использует 3 стратегии: модификацию рынка, модификацию товара, модификацию комплекса маркетинга?**

- А. на этапе зрелости,
- Б. на этапе внедрения,

- В. на этапе роста,
- Г. на этапе разработки

**30. Какая стратегия *не* относится к стратегиям товара-рынка И. Ансоффа?**

- А. Стратегия диверсификация,
- Б. Стратегия создания рынка,
- В. Стратегия дифференцированного маркетинга,
- Г. Стратегия разработки товара.

**31. Базовые конкурентные стратегии были разработаны:**

- А. Ф. Котлером,
- Б. П. Друкером,
- В. М. Портером,
- Г. В. Весниным.

**32. К микросреде маркетинга *не* относятся:**

- А. поставщики ресурсов предприятия,
- Б. различные группы потребителей,
- В. сотрудники данного предприятия,
- Г. посредники.

**33. Социальные факторы учитываются при анализе:**

- А. микросреды предприятия,
- Б. макросреды предприятия,
- В. внутренней среды предприятия,
- Г. непосредственного окружения предприятия.

**34. SWOT-АНАЛИЗ –это...:**

- А. анализ сильных и слабых сторон предприятия, его возможностей и угроз рынка,
- Б. анализ социальных, технологических, экономических и политических факторов, оказывающих влияние на компанию,
- В. анализ конкурентов компании,

Г. метод маркетинговых исследований.

**35. К демографическим переменным сегментирования не относятся...:**

- А. возраст,
- Б. пол,
- В. образ жизни,
- Г. образ мыслей.

**36. Оптовая торговля – это...:**

А. любая деятельность по продаже товаров или услуг непосредственно конечным потребителям для их личного некоммерческого использования,

Б. любая деятельность по продаже товаров и услуг тем, кто приобретает их в целях перепродажи или профессионального использования,

В. деятельность предприятия, направленная на поддержание конкурентоспособной позиции на рынке,

Г. деятельность по продвижению товара на рынок.

### **15. Вопросы к экзамену:**

1. Понятие маркетинга. Основные категории маркетинга.
2. Цели системы маркетинга. Функции маркетинга.
3. Возникновение теории маркетинга.
4. Основные концепции маркетинга как этапы эволюции маркетинга.
5. Управление маркетинговой деятельностью как процесс, основные этапы.
6. Стратегии охвата целевых рынков.
7. Реализация маркетинговых мероприятий на предприятии.  
Маркетинговые службы предприятия.
8. Система планирования маркетинга.
9. Понятие маркетинговых исследований. МИ как процесс.
10. Основные направления МИ.
11. Источники маркетинговой информации. Методы сбора информации для МИ.
12. Стратегический и операционный маркетинг на предприятии.

13. Основные стратегии маркетинга.
14. Характеристика основных элементов макросреды фирмы. Анализ факторов макросреды.
15. Характеристика основных элементов микросреды фирмы. Анализ факторов микросреды.
16. Понятие бизнес-портфеля организации и модель анализа бизнес-портфеля «БКГ».
17. Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов рынка.
18. Стратегии позиционирования товара на рынке.
19. Анализ конкурентов. Основные направления исследования.
20. Комплекс маркетинга. Программы маркетинга.
21. Основные составляющие товара в маркетинге.
22. Классификация товаров.
23. Упаковка, маркировка и гарантии.
24. Процесс управления новыми товарами.
25. Этапы разработки нового товара.
26. Маркетинговые стратегии и ЖЦТ.
27. Поведение потребителей. Понятие и структура цепочки потребления.
28. Понятие и характеристики индивидуальных потребителей.  
Моделирование поведения индивидуальных потребителей.
29. Корпоративные покупатели. Моделирование поведения корпоративных покупателей.
30. Ценовые стратегии маркетинга.
31. Маркетинговые коммуникации.
32. Маркетинговый контроль.

**Перечень рекомендуемой литературы по дисциплине «Маркетинг» (основной, дополнительной, учебно-методической) для студентов специалитета по направлению 38.05.01. «Экономическая безопасность»**

<p align="center"><b>Наименование дисциплин</b></p>	<p align="center"><b>Основная, дополнительная и учебно-методическая литература</b></p>
<p align="center">1</p>	<p align="center">4</p>
<p><b>Дисциплины в соответствии с учебным планом:</b></p>	<p><b>а) основная литература</b></p> <p>1.Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. П. Реброва. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 186 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9092-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/437233">https://urait.ru/bcode/437233</a> (дата обращения: 28.11.2019).</p> <p>2. Маркетинг в условиях информационной экономики: учебное пособие/ Ю.Н. Захарова. –Ульяновск –УлГТУ, 2019. -202 с. В ЭК – 18 экз.</p>

	<p><b>б) дополнительная литература</b></p> <p>1. Корнеева, И. В. Маркетинг : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 436 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03565-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/434598">https://urait.ru/bcode/434598</a> (дата обращения: 28.11.2019).</p> <p><b>в) учебно –методическая</b></p> <p>1. Захарова Ю.Н. Основы маркетинга [Электронный ресурс] : теория и практические задания : электрон. учеб. пособие для студентов бакалавриата по направл. "Экономика" / Захарова Юлия Николаевна. - Электрон. дан. - Ульяновск : УлГУ, 2014. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - (Электронный учебный курс)  <a href="http://edu.ulsu.ru/courses/618/interface/">http://edu.ulsu.ru/courses/618/interface/</a> В ЭК-1 экз.</p>
--	--