

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Киямова Гульназ Ильдусовна
Должность: документовед
Дата подписания: 20.02.2024 11:19:50
Универсальный идентификатор документа:
10c4b36bd0c879864f7a99841653c86e88b767329

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Казанский национальный исследовательский технический

университет им. А.Н. Туполева-КАИ»

(КНИТУ-КАИ)

Чистопольский филиал «Восток»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

по дисциплине

МАРКЕТИНГ

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №1

Основные понятия маркетинга. Виды и уровни маркетинга

Примерный план и вопросы для обсуждения:

1. Маркетинг как рыночная концепция управления производством и реализацией продукции.
2. Маркетинг как предпринимательская философия, ориентированная на потребителя.
3. Эволюция содержания маркетинга в рамках основных этапов развития рыночных отношений: массовое производство, массовый сбыт, ориентация на рынок, маркетинговая ориентация.
4. Функции современного маркетинга.
5. Содержание и цели маркетинговой деятельности.
6. Виды и уровни маркетинга

Дискуссия:

Существует мнение, что использование в полной мере концепции маркетинга в деятельности фирмы возможно только при условии сформировавшейся в стране в целом рыночной экономики. А как вы считаете?

Практическое задание:

Привести примеры формирования маркетингового подхода к принятию управленческих решений применительно к практике российских организаций и предприятий, работающих в условиях рыночных отношений, как на внешнем, так и на созданном внутреннем рынке.

Привести примеры фирм/товаров по всем классификациям маркетинга.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №2

Анализ рыночных возможностей

Примерный план и вопросы для обсуждения:

1. Основные современные направления маркетинговых исследований.
2. Сущность информационного обеспечения исследований в маркетинге.
3. Виды и методы сбора информации.

4. Формы первичного маркетингового исследования.
5. Разработка плана маркетинговых исследований.
6. Прогнозирование рыночной деятельности.
7. Обработка и анализ маркетинговой информации.
8. Маркетинговые исследования: рыночного спроса и предложения, товара, цены, эффективности рекламной кампании, конкурентов.

Дискуссия:

Какие вербальные и невербальные методики получения информации могут быть использованы в маркетинговых исследованиях, проводимых в условиях российского рынка.

Практическое задание:

1. Разработать план маркетингового исследования.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №3

Анализ рыночных возможностей

Примерный план и вопросы для обсуждения:

1. Методы маркетинга по изучению спроса.
2. Модели, используемые для принятия прогнозных решений.
3. Ситуационный анализ рынка.
4. Оценка рыночных возможностей предприятия с учетом целей и ресурсов.
5. Использование матрицы Бостонской консалтинговой группы при формировании продуктового портфеля предприятия.
6. Составление прогноза развития рынка.

Дискуссия:

Какова структура мер по прогнозированию рынка?

Рассматривается конкретный пример.

Практическое задание:

1. Провести с помощью экспертной оценки перспективы существования на рынке конкретного продукта.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №4

Изучение маркетинговой среды

Примерный план и вопросы для обсуждения:

1. Сходство и различие понятий качества и конкурентоспособности.
2. Оценка интенсивности конкуренции.
3. Анализ деятельности конкурентов.
4. Способы управления конкурентоспособностью.
5. Воздействие рынка на конкурентоспособность товара.
6. Основная роль государства в поддержании качества и конкурентоспособности товаров в России.

Дискуссия:

Почему конкурентоспособность импортных товаров часто оценивается выше, чем отечественных? Приведите конкретные примеры.

Практическое задание:

Оценка конкурентоспособности предприятий на основе экспертного метода

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №5

Анализ потребительского рынка

Примерный план и вопросы для обсуждения:

1. Понятие потребительского рынка.
2. Модель покупательского поведения.
3. Характеристики покупателя.
4. Этапы жизненного цикла и покупательское поведение семьи.
5. Процесс принятия решения о покупке.

Дискуссия:

Почему необходимо изучать покупательское поведение? Приведите конкретные примеры, отражающие действия маркетологов в зависимости от особенностей покупательского поведения.

Практическое задание:

На конкретном примере проанализировать процесс принятия решения о покупке товара. Приведите рекомендации для ускорения процесса принятия решения о покупке товара.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №6

Сегментирование рынка

Примерный план и вопросы для обсуждения:

1. Общее понятие сегментации
2. Сегментация потребительских рынков
3. Сегментация рынков предприятий
4. Выбор целевых сегментов рынка
5. Позиционирование товара

Дискуссия:

Почему необходима сегментация рынка? Почему предприятиям целесообразно сосредоточить свои усилия на нескольких или одном сегменте? Подтвердить свое мнение конкретными примерами.

Практическое задание:

Сегментирование рынка жилья (на примере результатов опроса потенциальных покупателей жилья).

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №7

Решения о товаре

Примерный план и вопросы для обсуждения:

1. Связь товара с целевым рынком, сегментом целевого рынка.
2. Жизненный цикл товара, его этапы.
3. Товарная политика как эффективное средство конкурентной борьбы.
4. Организация разработки и постановки на производство конкурентоспособного товара.
5. Формирование товарного портфеля на предприятии.

Практическое задание:

Провести ABC-анализ прибыльности продуктового портфеля предприятия.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №8

Решения о товаре

Примерный план и вопросы для обсуждения:

1. Создание новых товаров, факторы успеха в создании пионерных товаров и товаров рыночной новизны.

2. Целенаправленная товарная политика как фактор обеспечения устойчивого коммерческого успеха предприятия в условиях конкурентного рынка.

4. Сервис в пользу покупателя (конечного пользователя) товара как обязательных атрибутов товара, важнейший фактор конкурентоспособности.

Практическое задание:

Разработка нового товара

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №9

Вопросы ценообразования

Примерный план и вопросы для обсуждения:

1. Факторы, влияющие на ценообразование.

2. Роль конкуренции в формировании цены.

3. Ценообразование на новые продукты

Дискуссия:

Какая ценовая политика наиболее вероятна в розничных сетях?

Практическое задание:

Определите методы ценообразования для продуктов, уже существующих на рынке.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №10

Вопросы ценообразования

Примерный план и вопросы для обсуждения:

1. Зависимость политики цен от типа рынка, задач предприятия,

социально-политических и экономических условий.

3. Система скидок при реализации ценовой политики компаний.

4. Поведение и политика фирмы при росте цен.

Дискуссия:

Увеличение цены на товар. Выгода или убыток?

Практическое задание:

Использование показателя эластичности в маркетинге.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №11

Управление каналами товародвижения

Примерный план и вопросы для обсуждения:

1. Содержание товародвижения.
2. Структура решений по каналам распределения.
3. Построение каналов распределения продукции.
4. Управление каналами товародвижения.
5. Методы обеспечения сотрудничества внутри каналов распределения.

Дискуссия:

В чем преимущества и недостатки каналов распределения различных уровней?

Практическое задание:

Проанализировать структуру каналов товародвижения конкретной фирмы и определить меры по ее совершенствованию.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №12

Маркетинговые коммуникации

Примерный план и вопросы для обсуждения

1. Функции продвижения.
2. Основные виды продвижения.
3. Роли исследований и продвижения в маркетинге.
4. Состав и основные положения теории и практики рекламной деятельности.
5. Рекламирование в промышленном маркетинге.

6. Разработка сообщения (послания).
7. Работа рекламных агентств.
8. Планирование рекламной деятельности.

Дискуссия.

Каким образом можно увязать цели продвижения и конкретные действия по стимулированию спроса и улучшению образа компании?

Практическое задание:

Разработать текст рекламного послания с использованием эмоциональных мотивов.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №13

Маркетинговые коммуникации

Примерный план и вопросы для обсуждения

1. Прямой и интерактивный маркетинг.
2. Стимулирование продаж.
3. Связи с общественностью.
4. Пропаганда.
5. Достоинства и недостатки различных методов коммуникаций.

Дискуссия.

Каким образом можно увязать цели продвижения и конкретные действия по стимулированию спроса и улучшению образа компании?

Практическое задание:

Разработать план маркетинговых мероприятий по продвижению конкретного товара.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №14

Планирование в маркетинге

Примерный план и вопросы для обсуждения

1. Порядок разработки программ и планов маркетинга.
2. Основные элементы и разделы маркетингового плана.

3. Анализ выполнения плана маркетинга.

Дискуссия.

Может ли компания, работающая в рыночных условиях, обходиться без планирования своей маркетинговой деятельности? Обоснуйте свою позицию.

Практическое задание:

Разработать план маркетинга. Конкретная ситуация - «магазин розничной торговли».

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №15

Планирование в маркетинге

Ситуационная задача 1

Дирекция крупного магазина самообслуживания приняла решение открыть отдел быстрого питания. Был разработан бизнес-план и план маркетинговой деятельности на ближайшее время.

Какие критериальные показатели плана маркетинга должны контролироваться дирекцией в этом проекте? Какие основные различия в контроле маркетинговой деятельности розничной торговли и общественного питания можно отметить?

Ситуационная задача 2

Управляющий сетью гостиниц располагает данными годовых отчетов обеих деятельности за прошедший год: две гостиницы имели примерно равные материальные возможности и объем дохода за анализируемый период. Однако в одной издержки были в полтора раза выше, а соответственно рентабельность ниже. По-видимому, новый главный менеджер этой гостиницы сумел сократить расходы. Вторая гостиница имела на 30% меньшую прибыль. Проанализируйте ситуацию. Какую информацию необходимо иметь, чтобы принять правильное решение?

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №16

Маркетинговый контроль

Примерный план и вопросы для обсуждения

1. Содержание маркетингового контроля, его виды.
2. Понятие ситуационного анализа и порядок проведения.
3. Ревизия мероприятий, организационных процессов и оргструктур.

Дискуссия.

Может ли компания, работающая в рыночных условиях, обходиться без контроля своей маркетинговой деятельности? Обоснуйте свою позицию.

Практическое задание:

Разработать порядок контроля результатов планирования. Конкретная ситуация - «магазин розничной торговли».

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №17

Маркетинговый контроль

Примерный план и вопросы для обсуждения

1. Понятие бюджета маркетинга.
2. Принципы и методы формирования бюджета маркетинга.
3. Оценка эффективности маркетинговых мероприятий.

Практическое задание:

Составить бюджет маркетинга для конкретного мероприятия.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ №18

Маркетинг и общество

Примерный план и вопросы для обсуждения

1. Критика маркетинга со стороны общественности.
2. Воздействие маркетинга на общество в целом.
3. Консюмеризм.
4. Движение за охрану окружающей среды.
5. Государственное регулирование маркетинга

Дискуссия.

Маркетинг: благо или зло?