

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛГОРОДСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ,
ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Кафедра маркетинга и менеджмента**

**Дополнительная профессиональная программа -
программа повышения квалификации
«Актуальные вопросы современного маркетинга»**

**Методические рекомендации по практическим занятиям и самостоятельной
работе слушателей**

Практические занятия направлены на углубление научно-теоретических знаний и овладение определёнными методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения тех или иных практических действий. Цель практических занятий - углублять, расширять, детализировать знания, полученные на лекции, в обобщённой форме и содействовать выработке навыков профессиональной деятельности.

В рамках практических занятий используется такая интерактивная форма обучения как ситуационные задачи, которые представляют собой вид практического задания, имитирующего ситуации, которые могут возникнуть в реальной действительности. Основными действиями слушателей по работе с ситуационной задачей являются: подготовка к занятию; знакомство с критериями оценки ситуационной задачи; уяснение сути задания и выяснение алгоритма решения ситуационной задачи; разработка вариантов для принятия решения, выбор критериев решения, оценка и прогноз перебираемых вариантов; презентация решения ситуационной задачи (письменная или устная форма); получение оценки.

При проведении лекционных и практических занятий преподавателями и слушателями используется медиа-проектор для демонстрации слайдов.

Организация самостоятельной работы слушателей

Самостоятельная работа как организационная форма обучения представляет собой систему педагогических условий, обеспечивающих управление учебной деятельностью по приобретению знаний и умений без посторонней помощи.

Самостоятельная работа осуществляется на протяжении изучения всей программы, требует от слушателя повышенного внимания, дисциплинированности желания приобретения новых знаний. Самостоятельная работа предусматривает изучение всего объема материала дисциплин, изучение рекомендованной литературы, периодических изданий по изучаемым вопросам. Самостоятельная работа слушателя преследует следующие цели:

- образовательная: усвоение и закрепление теоретического материала, содержащегося в лекции; изучение дополнительной литературы по темам дисциплин;
- практическая: выработка умений и навыков правильного толкования и применения полученных знаний при решении конкретных практических задач. Работая самостоятельно слушатель осуществляет самоконтроль по вопросам, предназначенным для оценки знаний.

ДИСЦИПЛИНА

«Методологические составляющие комплекса маркетинга»

Перечень практических занятий

Номер темы	Наименование практического занятия	Кол-во час
1.2	Сегментация рынка. Выбор целевого сегмента	2
	Всего	2

Задания для самостоятельной работы

Номер темы	Задания для самостоятельной работы	Кол-во час
1.1	<p>Задание 1. Поясните возможности реализации программ лояльности на целевом рынке.</p> <p>Задание 2. Охарактеризуйте основные виды деятельности маркетинга</p> <p>Задание 3. Проанализируйте преимущества и недостатки инструментов продвижения товаров</p> <p>Литература</p> <p>1. Гришкова Н.С. Маркетинг [Текст]: учеб. пособие / Н.С. Гришкова, Д.Н. Немыкин, Р. Н. Нагапетьянц : Белгород: Изд-во БУКЭП, 2017. - 264 с.</p> <p>2. Маркетинг. Учебник и практикум: учеб. для бакалавриата / Московский гос. университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ); под ред. Л. А. Данченко. - М.: Юрайт, 2014. - 486 с.</p> <p>3. Наумов, В. Н. Маркетинг [Текст]: учеб. для студ. вузов / В. Н. Наумов. - М.: Инфра-М, 2016. - 320 с.,</p> <p>4. http://www.book.ru/book/918689</p> <p>5. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116012</p>	2
	Всего	2

Учебно-методическое обеспечение дисциплины

1. Белозерова, И. А. Маркетинг [Текст]: рабочая тетрадь для студентов направлений подгот. 38.03.02 "Менеджмент", 38.03.01 "Экономики" / И. А. Белозерова, А. А. Чалова; АНО ВО "Белгородский ун-т кооперации, экономики и права", Ставропольский ин-т кооп. (филиал). - Ставрополь: [б. и.], 2016. - 106 с.

2. Гришкова Н.С. Маркетинг [Текст]: учеб. пособие / Н.С. Гришкова, Д.Н. Немыкин, Р.Н.Нагапетьянц Белгород : Изд-во БУКЭП, 2017. - 264 с.

3. Красюк, И. А. Маркетинг в коммерческой деятельности [Текст] : учеб. пособие для вузов / И. А. Красюк, Л. В. Казакова. - Ростов н/Д: Феникс, 2015. - 397 с.

4. Маркетинг. Учебник и практикум: учеб. для бакалавриата / Московский гос. университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ) ; под ред. Л. А. Данченко. - М.: Юрайт, 2014. - 486 с.

5. Наумов, В. Н. Маркетинг [Текст]: учеб. для студ. вузов / В. Н. Наумов. - М.: Инфра-М, 2016. - 320 с.

6. Тенденции и перспективы развития маркетинга в современных условиях [Текст] : монография / под общ. ред. Е.В. Ромата, Н.В. Поповой. - Киев-Харьков: [б. и.], 2013- 436с.

7. Умавов, Ю. Д. Основы маркетинга [Текст]: учеб. пособие для вузов / Ю. Д. Умавов, Т. А. Камалова. - М.: КноРус, 2015. - 236 с

8. <http://www.book.ru/book/918689>

9. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116012>

ДИСЦИПЛИНА
«Управление маркетинговой деятельностью»

Перечень практических занятий

Номер темы	Наименование практического занятия	Кол-во час
2.2	Организация деятельности службы маркетинга	2
	Всего	2

Задания для самостоятельной работы

Номер темы	Задания для самостоятельной работы	Кол-во час
2.1.	<p>Задание 1. В чем заключаются особенности корпоративных стратегий маркетинга?</p> <p>Задание 2. Охарактеризуйте стратегии маркетинга на функциональном уровне</p> <p>Литература</p> <p>1. Агаева, А. Н. Стратегический маркетинг [Текст]: учеб. пособие / А. Н. Агаева. – Белгород: Изд-во БУКЭП, 2016. - 187 с.</p> <p>3. Гришкова Н.С. Управление маркетинговой деятельностью [Текст]: учеб. пособие / Н.С. Гришкова, Д.Н. Немыкин, И.И. Ледовская Белгород : Изд-во БУКЭП, 2016. - 205 с</p> <p>3. Гришкова Н.С. Управление маркетингом [Текст]: задания для практических занятий и самостоятельной работы / Н.С. Гришкова, : Изд-во БУКЭП, 2015. - 82 с.</p>	1
2.2	<p>Задание 1. Поясните особенности формирования организационной и операционной структур организации с учетом отраслевой специфики.</p> <p>Задание 2. Охарактеризуйте организационные формы управления маркетингом</p> <p>Литература</p> <p>1. Агаева, А. Н. Стратегический маркетинг [Текст]: учеб. пособие / А. Н. Агаева. – Белгород: Изд-во БУКЭП, 2016. - 187 с.</p> <p>2. Гришкова Н.С. Управление маркетингом [Текст]: учеб. пособие / Н.С. Гришкова, Д.Н. Немыкин, И.И. Ледовская. – Белгород : Изд-во БУКЭП, 2017. - 204 с.</p> <p>3. Гришкова Н.С. Управление маркетингом [Текст]: задания для практических занятий и самостоятельной работы / Н.С. Гришкова, : Изд-во БУКЭП, 2015. - 82 с.</p> <p>4. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453281</p>	1
	Всего	2

Учебно-методическое обеспечение дисциплины

1. Агаева, А. Н. Стратегический маркетинг [Текст]: учеб. пособие / А. Н. Агаева. – Белгород: Изд-во БУКЭП, 2016. - 187 с.
2. Гришкова Н.С. Управление маркетингом [Текст]: учеб. пособие / Н.С. Гришкова, Д.Н. Немыкин, И.И. Ледовская Белгород : Изд-во БУКЭП, 2017. - 204 с.
3. Гришкова Н.С. Управление маркетинговой деятельностью [Текст]: учеб. пособие / Н.С. Гришкова, Д.Н. Немыкин, И.И. Ледовская Белгород : Изд-во БУКЭП, 2016. - 205 с
4. Гришкова Н.С. Управление маркетингом [Текст] : задания для практических занятий и самостоятельной работы / Н.С. Гришкова, : Изд-во БУКЭП, 2015. - 82 с.

5. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент [Текст]: /Ф.Котлер, К.Л.Келлер.- С-П., Питер, 2014.- 800 с.
6. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг [Текст]: учеб. и практикум для СПО / Е. Е. Кузьмина. - М.: Юрайт, 2017. - 384 с.
7. Наумов, В. Н. Маркетинг [Текст] : учеб. для студ. вузов / В. Н. Наумов. - М.: Инфра-М, 2016. - 320 с.
8. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453281>
9. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453290>

ДИСЦИПЛИНА
«Маркетинговые исследования»

Перечень практических занятий

Номер темы	Наименование практического занятия	Кол-во час
3.1	Количественные и качественные методы исследования	2
3.2	Методика проведения опросов	2
	Всего	4

Задания для самостоятельной работы

Номер темы	Задания для самостоятельной работы	Кол-во час
3.1.	<p>Задание 1. Поясните взаимосвязь подсистем маркетинговой информационной системы</p> <p>Задание 2. Разработайте план сбора текущей информации</p> <p>Литература</p> <p>1. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст]: учеб. для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая; Высшая школа экономики. Нац. исслед. ун-т. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2016. - 571 с.</p> <p>2. Гришина, В. Т. Маркетинговые исследования [Текст] : практикум / В. Т. Гришина. - М.: Вузовский учеб.: ИНФРА-М, 2015. - 58 с.</p> <p>3. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143</p> <p>4. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454102</p>	1
3.2	<p>Задание 1. Проведите пробный опрос в выбранной Вами организации</p> <p>Литература</p> <p>1. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст]: учеб. для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая; Высшая школа экономики. Нац. исслед. ун-т. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2016. - 571 с.</p> <p>2. Гришина, В. Т. Маркетинговые исследования [Текст] : практикум / В. Т. Гришина. - М.: Вузовский учеб.: ИНФРА-М, 2015. - 58 с.</p> <p>3. Маркетинговые исследования [Текст]: практикум для студентов всех направлений подгот. бакалавриата / Ю.А. Мозговая]. - Белгород: Изд-во БУКЭП, 2016. - 134 с.</p> <p>4. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439278</p>	1
	Всего	2

Учебно-методическое обеспечение дисциплины

1. Агаева, А. Н. Развитие технологий маркетинговых исследований регионального рынка розничной торговли: моногр. / А. Н. Агаева, Т. З. Васильченко. – Белгород: Изд-во БУКЭП, 2015. – 193 с.
2. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст]: учеб. для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая; Высшая школа экономики. Нац. исслед. ун-т. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2016. - 571 с.
3. Гришина, В. Т. Маркетинговые исследования [Текст]: практикум / В. Т. Гришина. - М.: Вузовский учеб.: ИНФРА-М, 2015. - 58 с.
4. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг [Текст] : учеб. и практикум для СПО / Е. Е. Кузьмина. - М.: Юрайт, 2017. - 384 с.
5. Маркетинг [Текст]: учеб. и практикум / Московский университет им. С.Ю.Витте; под общ. ред. Н. М. Кондратенко. - 3-е изд. , перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2016. - 409 с.
6. Маркетинговые исследования [Текст]: практикум для студентов всех направлений подгот. бакалавриата / Ю.А. Мозговая]. - Белгород : Изд-во БУКЭП, 2016. - 134 с.
7. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143>
8. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454102>
9. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439278>

ДИСЦИПЛИНА «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»

Перечень практических занятий

Номер темы	Наименование практического занятия	Кол-во час
4.1	Маркетинг гостиничного предприятия	2
4.2	Маркетинг туристской индустрии	2
	Всего	4

Задания для самостоятельной работы

Номер темы	Задания для самостоятельной работы	Кол-во час
4.1.	<p>Задание 1. Поясните особенности рыночного спроса на услуги гостиничных предприятий</p> <p>Задание 2. Каковы основные инструменты маркетинга в туристской индустрии?</p> <p>Литература:</p> <p>1. Маркетинг гостиничного предприятия : учеб. / Л.В. Баумгартен- М. : Юрайт, 2015 - 339с.</p> <p>2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности[Текст]: учеб. пособие для студентов вузов / Н. А. Нагапетьянц, Е. В. Исаенко, Р. Н. Нагапетьянц; под общ. ред. Н. А. Нагапетьянца. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Вузовский учеб.: Инфра-М, 2013. - 282 с.</p> <p>3. Маркетинг гостиничного предприятия : учебное пособие для студентов направления подгот. 43.03.03 "Гостиничное дело" / И.В. Роздольская, Ю. А. Мозговая, М.Е. Ледовская- Белгород : Изд-во БУКЭП, 2017 - 395с.</p> <p>4. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452823</p> <p>5. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114712</p>	2
	Всего	2

Учебно-методическое обеспечение дисциплины

1. Маркетинг гостиничного предприятия : учеб. / Л.В. Баумгартен- М. : Юрайт, 2015 - 339с.
2. Маркетинг – менеджмент[Текст]: учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры / под. ред. И.В. Липсица, О.К. Ойнер. – М.: Юрайт, 2017. –380 с.
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности[Текст]: учеб. пособие для студентов вузов / Н. А. Нагапетьянц, Е. В. Исаенко, Р. Н. Нагапетьянц; под общ. ред. Н. А. Нагапетьянца. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Вузовский учеб.: Инфра-М, 2013. - 282 с.
4. Маркетинг гостиничного предприятия : учебное пособие для студентов направления подгот. 43.03.03 "Гостиничное дело" / И.В. Роздольская, Ю. А. Мозговая, М.Е. Ледовская- Белгород : Изд-во БУКЭП, 2017 - 395с.
5. Маркетинг гостиничного предприятия : задания для практ. занятий и самостоятельной работы студентов направления подгот. 43.03.03 "Гостиничное дело" / Ю. А. Мозговая- Белгород : Изд-во БУКЭП, 2016 - 100с.
6. Маркетинг в туристской индустрии : задания для практических занятий и самостоятельной работы для студентов направления подгот. 43.03.02 "Туризм" / Ю. А. Мозговая, И. И. Ледовская- Белгород : Изд-во БУКЭП, 2016 - 148с.
7. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452823>
8. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114712>
9. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=447036>

ДИСЦИПЛИНА

«Исследование поведения потребителей»

Перечень практических занятий

Номер темы	Наименование практического занятия	Кол-во час
5.1	Процесс покупки и модели поведения потребителей на рынке	2
	Всего	2

Задания для самостоятельной работы

Номер темы	Наименование самостоятельной работы	Кол-во час
5.2	Задание 1. В чем заключаются особенности различных типов поведения покупателей? Задание 2. Поясните разнообразие мотивов покупки товара Задание 3. Обоснуйте процесс выбора магазина покупателем для покупки с точки зрения модели покупательского поведения Литература 1. Драганчук, Л. С. Поведение потребителей [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов / Л. С. Драганчук. - М. : Инфра-М, 2017. - 192 с. 2. Исследование поведения потребителей [Текст] : практикум для студентов всех направлений подгот. бакалавриата и магистратуры / Т. Л. Скрипченко [и др.]. - Белгород : Изд-во БУКЭП, 2015. - 134 с. 3. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453281 4. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450723	2
	Всего	2

Учебно-методическое обеспечение дисциплины

1. Драганчук, Л. С. Поведение потребителей [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов / Л. С. Драганчук. - М. : Инфра-М, 2017. - 192 с.
2. Исследование поведения потребителей [Текст] : практикум для студентов всех направлений подгот. бакалавриата и магистратуры / Т. Л. Скрипченко [и др.]. - Белгород : Изд-во БУКЭП, 2015. - 134 с.
3. Поведение потребителей : учеб. пособие для студ. вузов / В. Н. Наумов- М. : Инфра-М, 2015 - 248с.
4. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112227>
5. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453281>
6. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=4507236>

Одобрено на заседании кафедры
Маркетинга и менеджмента
Протокол № 5 от 27 января 2021г.
Зав. кафедрой маркетинга
и менеджмента, д.э.н, проф.

И.В. Роздольская

УТВЕРЖДЕНО
Ученым советом университета
« ____ » _____ 2021 г.

Председатель Ученого совета
университета, профессор

_____ В.И. Теплов

Учебный план
программы повышения квалификации
«Актуальные вопросы современного маркетинга»

Категория слушателей – руководители и специалисты предприятий (организаций), преподаватели вузов, имеющие высшее образование (уровень бакалавриата, уровень специалитета, уровень магистратуры).

Срок обучения – 36 час.

Форма обучения – очно-заочная

№ п/п	Наименование дисциплины	Всего, час.	в том числе			Форма контроля *
			лекции	практич. занятия	самост. работа	
1	Методологические составляющие комплекса маркетинга	6	2	2	2	-
2	Управление маркетинговой деятельностью	6	2	2	2	-
3	Маркетинговые исследования	8	2	4	2	-
4	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	8	2	4	2	-
5	Исследование поведения потребителей	6	2	2	2	-
	Итоговая аттестация	2	-	1	1	зачет
	Всего	36	10	15	11	-

*- текущий контроль и промежуточная аттестация по дисциплинам не предусмотрены

Зав. кафедрой маркетинга
менеджмента, д.э.н, проф.

И.В. Роздольская

**Дополнительная профессиональная программа – программа повышения
квалификации
«Актуальные вопросы современного маркетинга»
(36 час.)**

1. УГС, в рамках которой реализуется программа – 38.00.00 Экономика и управление.
2. Вид экономической деятельности (ОКВЭД) – Деятельность профессиональная, научная и техническая.