

**Департамент образования Ивановской области
ОГБПОУ «Плесский колледж бизнеса и туризма»**

**Профессиональный модуль: ПМ.02. Организация и проведение
экономической и маркетинговой деятельности**

Междисциплинарный курс: МДК 02.03. «Маркетинг»

Методические указания по организации самостоятельной работы

**для студентов
по специальности 38.02.04 «Коммерция»**

преподаватель Усачева Н.Г.

с. Северцево, 2017

Пояснительная записка

Программа МДК 02.03. Маркетинг предназначена для реализации требований ФГОС к уровню подготовки выпускников по специальности специальности 38.02.07. «Коммерция».

Целью изучения МДК является освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности и соответствующих профессиональных компетенций (ПК)

Выполнение самостоятельной работы должно способствовать более полному усвоению программного материала.

Методические указания для выполнения самостоятельной работы составлены в соответствии с рабочей программой по дисциплине, рассчитаны на 50 часов, предусматривают самостоятельное изучение многих принципов маркетинга, позволяют ознакомиться с основными инструментами маркетинговой политики предприятия торговли, получить необходимые знания об основах построения, расчета и анализа системы маркетинговых показателей, методике расчета.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения междисциплинарного курса 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.

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.

Для проверки знаний студентов по окончании изучения МДК проводится экзамен.

В результате изучения учебной дисциплины «Основы предпринимательской деятельности» формируются следующие компетенции:

- общие компетенции

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, аргументированно и ясно излагать устную и письменную речь.

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

- профессиональные компетенции:

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.

Цели, основные виды самостоятельной работы студентов

Цели самостоятельной внеаудиторной работы студентов

- закрепление, углубление, расширение и систематизация знаний, самостоятельное овладение новым учебным материалом;
- формирование профессиональных знаний;

- формирование умений и навыков самостоятельного умственного труда;
- мотивирование регулярной целенаправленной работы по освоению специальности;
- развитие самостоятельного мышления;
- формирование убежденности, волевых черт характера, способности к самоорганизации.

Критериями оценок результатов внеаудиторной самостоятельной работы студента являются:

- уровень освоения студентами учебного материала;
- умения студента использовать теоретические знания при выполнении практических задач;
- сформированность общеучебных умений;
- умения студента активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;
- обоснованность и четкость изложения ответа;
- умение ориентироваться в потоке информации, выделять главное;
- умение четко сформулировать проблему, предложив ее решение, критически оценить решение и его последствия;
- умение сформировать свою позицию, оценку и аргументировать ее.

Методические рекомендации по работе с текстом учебника

1. Прочитайте весь текст, составьте целостное представление об изложенных в нем событиях, явлениях. Внимательно рассмотрите схемы, таблицы и другие иллюстрации.
2. Обратите внимание на выделенные в тексте новые понятия. Формулировки законов, обобщения, выводы, основные факты.
3. Составьте развернутый план, это поможет в осмыслении научной информации.
4. Вспомните, что изучалось ранее по данной тематике. Иногда необходимо восстановить в памяти базовые положения, принципы, законы, понятия.
5. Проверьте, как усвоен новый материал, перескажите его, пользуясь планом, затем без него.
6. Подготовьте ответы на вопросы и задания, которые помещены в конце параграфа, главы.

Методические рекомендации по написанию конспекта

Конспект – это систематическая, логически связанная запись, объединяющая план, выписки, тезисы

В отличие от тезисов и выписок, конспекты при обязательной краткости содержат не только основные положения и выводы, но и факты, и доказательства, и примеры, и иллюстрации. Типы конспектов:

1. Плановый.
2. Текстуальный.
3. Свободный.
4. Тематический.
5. Конспект-схема.
6. Опорный конспект.

1. Плановый конспект: являясь сжатым, в форме плана, пересказом прочитанного, этот конспект – один из наиболее ценных, помогает лучше усвоить материал еще в процессе его изучения. Он учит последовательно и четко излагать свои мысли, работать над книгой, обобщая содержание ее в формулировках плана. Такой конспект краток, прост и ясен по своей форме. Это делает его незаменимым пособием при быстрой подготовке доклада, выступления. Недостаток: по прошествии времени с момента написания трудно восстановить в памяти содержание источника.

2. Текстуальный конспект – это конспект, созданный в основном из отрывков подлинника – цитат. Это прекрасный источник дословных высказываний автора и приводимых им фактов. Текстуальный конспект используется длительное время.

3. Свободный конспект представляет собой сочетание выписок, цитат, иногда тезисов, часть его текста может быть снабжена планом. Это наиболее полноценный вид конспекта.

4. Тематический конспект дает более или менее исчерпывающий ответ на поставленный вопрос темы. Составление тематического конспекта учит работать над темой, всесторонне обдумывая ее, анализируя различные точки зрения на один и тот же вопрос. Таким образом, этот конспект облегчает работу над темой при условии использования нескольких источников.

5. Конспект-схема. Удобно пользоваться схематичной записью прочитанного.

Составление конспектов-схем служит не только для запоминания материала. Такая работа становится средством развития способности выделять самое главное, существенное в учебном материале, классифицировать информацию.

Как составить конспект

- прочитайте текст учебника;
- определите в тексте главное содержание, основные идеи, понятия, закономерности, формулы и т.д.;
- выделите взаимосвязи;
- внимательно прочитайте материал;
- Наиболее существенные положения изучаемого материала (тезисы) последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат.

- В конспект включаются не только основные положения, но и обосновывающие их выводы, конкретные факты и примеры (без подробного описания).
- Составляя конспект, можно отдельные слова и целые предложения писать сокращенно, выписывать только ключевые слова, вместо цитирования делать лишь ссылки на страницы конспектируемой работы, применять условные обозначения.
- Чтобы форма конспекта как можно более наглядно отражала его содержание, располагайте абзацы подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.

Ознакомьтесь с правилами конспектирования:

1. Записать название конспектируемого произведения (или его части) и его выходные данные.
2. Осмыслить основное содержание текста, дважды прочитав его.
3. Составить план - основу конспекта.
4. Конспектируя, оставить место (широкие поля) для дополнений, заметок, записи незнакомых терминов и имен, требующих разъяснений.
5. Помнить, что в конспекте отдельные фразы и даже отдельные слова имеют более важное значение, чем в подробном изложении.
6. Запись вести своими словами, это способствует лучшему осмыслению текста.
7. Применять определенную систему подчеркивания, сокращений, условных обозначений.
8. Соблюдать правила цитирования - цитату заключать в кавычки, давать ссылку на источник с указанием страницы.

Критерии оценки конспекта:

- содержательность конспекта, соответствие плану;
- отражение основных положений, результатов работы автора, выводов;
- ясность, лаконичность изложения мыслей студента;
- наличие схем, графическое выделение особо значимой информации;
- соответствие оформления требованиям;
- грамотность изложения.

**Таблица по организации самостоятельной работы
по МДК 02.03. «Маркетинг»**

Раздел Тема	Кол- во часов	Вид работы	Цель	Контроль
1	2	3	4	5
1. Сущность маркетинга Основные понятия маркетинга: нужда, потребность, спрос, товар, обмен, сделка, рынок.	5	Написание конспекта ОИ 1,с.11-15	Дополнительное изучение материала	Проверка конспекта
2. Структура маркетинговой деятельности и классификация маркетинга. История возникновения и основные этапы развития маркетинга. Концепции маркетинга.	5	Написание сообщений ИР	Углубление ранее изученного материала	Заслушивание сообщений
3. Окружающая среда маркетинга Факторы маркетинговой среды фирмы и их характеристика	5	Составление тезисов ИР 3, с.16-20	Углубление знаний	Проверка тезисов
4. Покупательский спрос и сегментирование рынка Психографические типы покупателей. Психотипы в магазинах	5	Составление тезисов ИР 3	Углубление знаний	Проверка тезисов
5. Конкурентная среда в торговле. Сбор информации о конкурентной среде. Основные типы структуры рынка: совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, чистая монополия	4	Написание конспекта ИР 3, с.20-24	Углубление знаний	Проверка конспекта
6. Информационное обеспечение торгового предприятия. Концепция и состав системы маркетинговой информации. Методика маркетинговых исследований.	4	Составление тезисов ИР	Углубление знаний	Проверка тезисов
7. Стратегия и планирование маркетинга. Стратегическое управление маркетингом	4	Написание конспекта ИР 3, с.32-33	Углубление знаний	Проверка конспекта

1	2	3	4	5
8.Товарная политика торгового предприятия. Особенности формирования ассортимента предприятий, ориентированных на дискаунтный формат	4	Написание сообщений ИР	Углубление знаний	Заслушивание сообщений
9.Ценовая политика в торговле Факторы, учитываемые торговым предприятием при назначении цены	4	Написание докладов ИР 3, с.43-48	Дополнительное изучение материала	Проверка докладов, заслушивание
10.Политика товародвижения и управления продажами в торговле. Организация и управление продажами. Классификация каналов товародвижения. Типы посредников.	5	Написание конспекта ИР	Дополнительное изучение материала	Проверка конспектов
11.Коммуникационная политика торгового предприятия. Реклама на месте продажи. Оформление товара	5	Написание докладов ИР 3	Дополнительное изучение материала	Проверка докладов, заслушивание
Всего	50			

Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по МДК 02.03. «Маркетинг»

Тема 1. Сущность маркетинга.

1. Изучить вопрос « Основные понятия маркетинга: нужда, потребность, спрос, товар, обмен, сделка, рынок»

2. Написать конспект

ОИ 1,с.11-15

Тема 2. Структура маркетинговой деятельности и классификация маркетинга

1. Изучить вопрос « История возникновения и основные этапы развития маркетинга. Концепции маркетинга»

2. Написать сообщение

Тема 3 Окружающая среда маркетинга

1. Изучить вопрос « Факторы маркетинговой среды фирмы и их характеристика»

2. Составить тезисы

ИР 3, с.16-20

Тема 4. Покупательский спрос и сегментирование рынка

1.Изучить вопросы: Психографические типы покупателей. Психотипы в магазинах

2. Составить тезисы

ИР 3

Тема 5. Конкурентная среда в торговле.

1. Изучить вопросы: Основные типы структуры рынка: совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, чистая монополия

2. Написать конспект

3. Собрать информацию о конкурентной среде в торговле г. Плес.

ИР 3, с.20-24

Тема 6. Информационное обеспечение торгового предприятия.

1. Изучить вопрос: Концепция и состав системы маркетинговой информации. Методика маркетинговых исследований.

2. Составить тезисы

ИР

Тема 7. Конкурентная среда

1. Изучить вопрос: Виды конкуренции

2. Составить тест

Романенко С.Н.с.125-126

Тема 8. Средства маркетинга

1. Изучить вопрос: Особенности маркетинговых решений на этапах ЖЦТ
2. Написать конспект

Пошатаев А.В., с.127-130

Тема 9. Ценовая политика

1. Изучить вопрос: Стратегия ценообразования на новые и известные товары
2. Написать конспект

Эванс Д.М. с.175-185

Тема 10. Сбытовая политика

1. Изучить вопрос: Торговые посредники
2. Составить таблицу

Тип посредника	Признак классификации
----------------	-----------------------

Романенко А.В., с.143-145

Тема 11. Методы маркетинга

1. Изучить вопрос : Виды опросов
2. Написать доклад

Пошатаев А.В., с.44-47

Тема 12. Реклама

1. Изучить вопрос: История возникновения и совершенствования рекламы
2. Написать доклад

Эванс. Д.М, с.229-231

Тема 13. Маркетинговые исследования рынка

1. Изучить вопрос: Методы маркетинговых исследований
2. Написать доклад или составить тест

Мурахтанова Н.М, с.191-194