

Государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования города Москвы
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА
имени Ю.А. Сенкевича»

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА ТУРИЗМА

МАРКЕТИНГ

Методические указания и контрольные задания
для студентов заочной формы обучения
по направлению подготовки 080200.62 «Менеджмент»

Москва 2012

Методические указания и контрольные задания
составлены в соответствии с учебной программой
по дисциплине «Маркетинг»

по направлению подготовки 080200.62 «Менеджмент»

к.э.н., доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг туризма» В.П. Белова

«_____» _____ 2012 г.

дата

подпись

Содержание

		Стр.
	Введение	4
1	Объем дисциплины и виды учебной работы	8
2	Учебно-тематический план	9
3	Содержание дисциплины	9
4	Планы семинарских занятий	13
5	Темы для самостоятельной работы студентов	16
6	Контрольные работы	22
7	Вопросы для подготовки к экзамену	39
8	Критерии определения итоговых оценок	43
9	Организационно-учебные нормы	45
	Список источников, рекомендуемых для изучения дисциплины	46
	Приложение 1. Образец оформления титульного листа контрольной работы	49
	Приложение 2. Варианты контрольных заданий	50
	Методические рекомендации по выполнению курсовых работ по дисциплине «Маркетинг»	51

Введение

Область профессиональной деятельности бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент», профиль «Маркетинг», включает:

организации любой организационно-правовой формы, в которых выпускники работают в качестве исполнителей или руководителей младшего уровня в различных службах аппарата управления;

органы государственного и муниципального управления;

структуры, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело.

Объектами профессиональной деятельности бакалавров являются:

процессы управления организациями различных организационно-правовых форм;

процессы государственного и муниципального управления.

Целью включения в образовательную программу бакалавриата по направлению подготовки «Менеджмент» по профилю «Маркетинг» дисциплины «Маркетинг» является изучение студентами теории и практики, приобретение навыков маркетинговой деятельности, овладение современными методами управления, позволяющими организации правильно определить и удержать свое место на рынке.

Маркетинг – одно из наиболее важных направлений экономической и управленческой деятельности. В современных условиях организация не может добиться успеха, если менеджеры не владеют приемами маркетинга и не используют их в процессе выработки и реализации стратегии развития. Эффективный маркетинг является необходимым условием успешной операторской и агентской, гостиничной, ресторанной, экскурсионной и любой другой деятельности в сфере туризма. Необходимость получения знаний и навыков работы в рыночной конкурентной среде определяет особое значение учебной дисциплины «Маркетинг».

Бакалавр по направлению подготовки 080200 Менеджмент в результате изучения дисциплины «Маркетинг» должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

организационно-управленческая деятельность:

участие в разработке и реализации маркетинговой стратегии;

планирование маркетинговой деятельности организации и подразделений;
разработка и реализация маркетинговых проектов, направленных на развитие организации.

информационно-аналитическая деятельность:

сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений.

Маркетинг является одним из важнейших инструментов обеспечения эффективной деятельности и конкурентоспособности предприятия в условиях рыночной экономики. Поэтому изучение маркетинга является неотъемлемой частью основной образовательной программы бакалавров, обучающихся по направлению подготовки 080200 «Менеджмент».

В ходе изучения дисциплины «Маркетинг» рассматриваются такие вопросы как: понятие сущности маркетинга, маркетинговый комплекс, маркетинговые исследования, сегментирование туристского рынка, позиционирование товаров и предприятий туристической индустрии, основные маркетинговые стратегии, основные методы и стратегии ценообразования, теория и практика продаж и продвижения турпродукта, организация и деятельность маркетинговой службы предприятия туристической индустрии, маркетинговая коммуникация, международный маркетинг и другие аспекты маркетинговой деятельности предприятий туристической индустрии.

Дисциплина «Маркетинг» относится к базовым дисциплинам профессионального цикла. Ее изучение тесно связано с большинством дисциплин, изучаемых в рамках ООП бакалавриата по направлению «Менеджмент». Эффективная маркетинговая деятельность в туристической индустрии невозможна без знания математики, информационных технологий, экономики, статистики, технологии и организации отраслевой деятельности, менеджмента, психологии, социологии, экономической географии и регионалистики, правовых и других аспектов деятельности современного предприятия. Поэтому изучение маркетинга в рабочем учебном плане предусмотрено на третьем курсе после изучения соответствующих дисциплин. В то же время курс «Маркетинга» является основой для изучения таких дисциплин как «Маркетинговые исследования», «Маркетинговые коммуникации», «Мотивация потребителя», а также некоторых разделов «Стратегического менеджмента».