

Рецензент:

кандидат экономических наук, доцент

Салим Казбекович Тарчоков

Автор-разработчик

к.э.н. Валентина Павловна Белова

Белова В.П. МАРКЕТИНГ (методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины). – М.: МГИИТ, 2015. – 110 с.

Методические рекомендации предназначены для студентов очной формы обучения МГИИТ, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

С О Д Е Р Ж А Н И Е

	ВВЕДЕНИЕ	4
1.	РОЛЬ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ «МАРКЕТИНГ» И ТРЕБОВАНИЯ К ЕЕ ОСВОЕНИЮ	6
2.	ОРГАНИЗАЦИЯ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	10
3.	ПОДГОТОВКА К АУДИТОРНЫМ ЗАНЯТИЯМ	17
	Тема 1. Предмет маркетинга. Маркетинговый комплекс	12
	Тема 2. Маркетинговая среда.	14
	Тема 3. Сегментирование рынков. Позиционирование	17
	Тема 4. Маркетинговые исследования	20
	Тема 5. Изучение конъюнктуры рынка	22
	Тема 6. Стратегическое маркетинговое планирование	25
	Тема 7. Товар	27
	Тема 8. Ценообразование	30
	Тема 9. Распространение	33
	Тема 10. Продвижение	36
4.	КОНТРОЛЬ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ	45
4.1.	Основные критерии и организация контроля	45
4.2.	Письменные контрольные задания	53
4.3.	Доклады (презентации)	75
4.4.	Подготовка к промежуточной аттестации	76
5.	СПИСОК ИСТОЧНИКОВ, РЕКОМЕНДУЕМЫХ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	84
6.	КРАТКИЙ СЛОВАРЬ ОСНОВНЫХ ТЕРМИНОВ	86
	ПРИЛОЖЕНИЯ	
	Приложение 1. ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ	92
	Приложение 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МАКТЕТИНГ»	96
	СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	110