ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ

ДЛЯ УПРАВЛЯЕМОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

«ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА»

СПЕЦИАЛЬНОСТИ УПРАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫМИ РЕСУРСАМИ

**УСР № 1: Тема 1. Теоретические основы маркетинга (4 часа)**

**Задание:**

Изучить концепции управления маркетингом; сущность и этапы процесса маркетинговых исследований; виды маркетинговых исследований.

Выполнить маркетинговое исследование места организации на рынке. Изучить влияние внутренних и внешних факторов на результаты её деятельности.

Оформить в виде отчёта.

**Контроль: защита реферата**

**УСР № 2: Окружающая среда маркетинга (4 часа).**

**Задание:**

В микрогруппе выполнить кейс по отработке навыков прояснения потребностей клиента. Построить собственную пирамиду потребностей.

Изучить методы анализа микро- и макросреды предприятия. Сильные и слабые стороны предприятия. Возможности и угрозы для предприятия на рынке.

**Контроль: защита реферата**

**УСР № 3: Товар и т**оварная политика **(4 часа).**

**Задание:**

Подготовка презентации по теме: «Разработка нового товара»

**Контроль: защита презентации**

**Задание:**

Подготовиться к тесту в дистанционной форме, изучив вопросы:

1. Планирование продвижения товаров к потребителю.

2. Разработка программы маркетинговой коммуникации.

3. Продвижение товара в интернете.

4. Мобильные средства продвижения товара

**Контроль: проведение теста с использованием Moodle**

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ЛИТЕРАТУРА

ОСНОВНАЯ

* + - 1. Акулич, И. Л. Маркетинг : практикум / И. Л. Акулич. – 3-е изд. – Минск : Вышэйшая школа, 2017. – 411 с.
      2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер. – Москва : Вильямс, 2019. – 496 с.
      3. Основы маркетинга / Котлер Ф. [и др.] – 5-е европейское изд. – Москва : Вильямс, 2019. – 853 с.
      4. Котлер, Ф. Маркетинг и менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – 15-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2018. – 848 с.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ

* + - 1. Акулич, И. Л. Маркетинг : учебник / И.Л. Акулич. – 8-е изд. – Минск :

Вышэйшая школа, 2014. – 511 с.

* + - 1. Глушаков, В. Е. Результативный маркетинг: как найти, создать и удержать клиентов компании : конкретные решения приоритетных задач в белорусских реалиях / В. Е. Глушаков. – Минск : Колоград, 2016. – 207 с.
      2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под ред. проф. Ю. В. Морозова, доц. В. Т. Гришиной. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2016. – 448 с.
      3. Зарелла, Д. Интернет-маркетинг по науке. Что, где и когда делать для получения максимального эффекта / Д. Зарелла. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 192 с.
      4. Марахина, И. В. Основы маркетинга: пособие / И. В. Марахина. – Минск : БГУИР, 2013. – 74 с.
      5. Маркетинг: краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов / авт. сост. Н. И. Перцовский. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2018. – 140 с.
      6. Райен, Д. Краткий курс интернет-маркетинга / Д. Райен, К. Джонс. – Москва : ШКИМБ, 2013. – 320 с.

ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ И НОРМАТИВНЫЕ АКТЫ

* + - 1. Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей» от 9 января 2002 г. №90-3 (изменения и дополнения от 29 октября 2015 г. № 313-З) // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 03.11.2015, 2/2311
      2. Закон Республики Беларусь «О рекламе» от 10 мая 2007 г. № 225-З (изменения и дополнения от 23 апреля 2014 г. № 132-З) // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 26.04.2014, 2/2130