

**Поурочный план по курсу «Маркетинговая деятельность»
(72 часа)**

Номер урока	Тема, содержание занятия
РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
1	Тема 1. Сущность и понятия маркетинга. История развития маркетинга и эволюция его концепций. Виды маркетинга. Принципы и цели маркетинга.
2	Тема 2. Главные составляющие маркетинга.
3	Тема 3. Информационное обеспечение маркетинга
4	Тема 4. Концепция управления маркетингом.
5	Тема 5. Теоретические основы организационной структуры службы маркетинга в организации. Понятие, задачи и функции службы маркетинга. Основные типы организационных структур маркетинговых служб.
6	Тема 5. Теоретические основы организационной структуры службы маркетинга в организации. Взаимодействие службы маркетинга с другими подразделениями предприятия
7	Тема 6. Профессии в маркетинге. Профессионально значимые качества личности. Директор, арт-директор.
8	Тема 6. Профессии в маркетинге. Креативный директор, специалист по стратегическому планированию рекламы, менеджер по рекламе, рекламный агент, руководитель творческой группы.
9	Тема 6. Профессии в маркетинге. Специалист по допечатной подготовке, трафик-менеджер рекламного агентства тренд-вотчер (Trend-watcher), PR-менеджер (Менеджер по PR).
10	Тема 6. Профессии в маркетинге. Копирайтер, криэйтор, медиабайер, медиапланер, менеджер по работе с клиентами в рекламном агентстве, маркетолог, промоутер.
11	Практическое занятие. Характеристика деловых и личных качеств работников маркетинговой деятельности.
12	Промежуточное тестирование по разделу 1.
РАЗДЕЛ 2. ПРОЦЕСС УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ	
13	Тема 7. Содержание маркетинговой деятельности предприятия. Анализ рыночных возможностей. Выбор целевых рынков. Разработка комплекса маркетинга. Анализ опасности и возможности внешней среды и SWOT-анализ.
14	Тема 8. Управление маркетингом на корпоративном уровне: портфельные стратегии, стратегии роста, конкурентные стратегии. Конкурентные преимущества предприятия.
15	Тема 9. Управление маркетингом на функциональном уровне: сегментация рынка, выбор целевых сегментов, позиционирование, разработка комплекса маркетинга.
16	Тема 10. Товар и товарная политика в маркетинге. Понятие товара и его слагаемые. Изучение потребителей.
17	Тема 10. Товар и товарная политика в маркетинге. Концепция жизненного цикла товара.

18	Тема 10. Товар и товарная политика в маркетинге. Слагаемые коммерческого успеха товара и пути реализации товарной политики.
19	Практическое занятие. Ситуации для анализа.
20	Тема 11. Комплексный анализ и прогнозирование товарных рынков методами маркетинга. Цели и задачи исследования рынка методами маркетинга. Спрос и предложение. Рыночное равновесие.
21	Тема 11. Комплексный анализ и прогнозирование товарных рынков методами маркетинга. Емкость рынка. Изучение конкурентов. Сегментация рынка и ее основные критерии.
22	Тема 12. Целевой и пробный рынки
23	Тема13.Маркетинговая информационная система. Методы изучения рынка.
24	Тема 14. Планирование в маркетинге. Стратегическое и оперативное планирование в маркетинге. Последовательность разработки планов маркетинга. Бюджет маркетинга. Методы разработки маркетингового бюджета.
25	Тема 15. Контроллинг в маркетинге. Сущность, задачи, функции и виды контроля в маркетинге. Уровни контроля в маркетинге.
26	Тема 16. Этапы маркетингового контроля. Маркетинг-аудит.
27	Тема 17. Цены и ценовая политика в маркетинге. Задачи, цели и сущность ценовой политики в маркетинге. Методы установления цен в маркетинге.
28	Тема 17. Цены и ценовая политика в маркетинге. Виды и назначение скидок с цен в маркетинге. Система скидок как инструмент стимулирования продаж. Ценовые стратегии и их реализация.
29	Практическое занятие. Решение задачи.
30	Тема 18. Организация сбытовой сети и системы товародвижения в маркетинге. Сущность сбытовой политики в маркетинге. Формирование каналов распределения.
31	Тема 19. Организация продажи товаров. Виды розничной торговли. Прямой маркетинг
32	Тема 20. Система товародвижения в маркетинге. Каналы товародвижения. Функции канала товародвижения.
33	Тема 26. Виды банкетов. Особенности обслуживания банкетов. Специальные формы обслуживания в ресторане.
34	Тема 27. Корпоративные стратегии управления маркетингом. Риск и экономическая конъюнктура. Риск в бизнесе. Классификация рисков.
35	Тема28. Характер воздействия рисков. Оценка уровня риска.
36	Тема 29. Положение фирмы в экономическом пространстве.
37	Тема 30. Конкурентная среда, конкурентное преимущество и конкурентные стратегии. Наступательные стратегии. Комбинированные стратегии.

38	Тема 31. Оценка конкурентного положения фирмы на рынке. Выявление потенциальных конкурентов. Угроза появления новых конкурентов.
39	Тема 32. Входные барьеры. Международные барьеры для входа на рынок. Особенности расширения рынка.
40	Тема 33. Соперничество между существующими конкурентами. Оценка преимуществ в конкурентной борьбе. Источники конкурентных преимуществ компании.
41	Тема 34. Позиционные стратегии участников рынка. Позиционные стратегии фирм, находящихся на вторых ролях
42	Тема 35. Стратегии для слабого бизнеса (для фирм - последователей лидера рынка, избегающих прямой конкуренции). Основные правила разработки успешной антикризисной деловой стратегии. Стратегия диверсификации. Рыночное соответствие. Критерии для оценки диверсификации.
43	Тема 36. Стратегия вхождения в новые области бизнеса. Стратегия диверсификации в родственные сферы бизнеса. Стратегии диверсификации в неродственные сферы бизнеса. Корпоративные стратегии восстановления, экономии и реструктуризации портфеля.
44	Промежуточное тестирование по разделу 2.
Раздел 3. РЕКЛАМА И PR В МАРКЕТИНГЕ	
45	Тема 37. Сущность понятия PR. Виды и методы PR. Создание имиджа как одна из основных целей PR. Функции и принципы PR.
46	Тема 38. Средства коммуникации. Массовая коммуникация. Особенности использования различных видов коммуникаций. Эффективность использования средств коммуникации для различных мероприятий и программ.
47	Тема 39. Понятия и сущность СМИ. Виды средств массовой информации. Мониторинг СМИ. База данных СМИ.
48	Тема 40. Электронные и технические СМИ. Понятие электронных средств массовой информации и организация работы с ними. Особенности электронных и технических средств массовой информации.
49	Тема 41. Использование Интернета в маркетинговой деятельности. Реклама с использованием Интернета. Проведение маркетинговых исследований в Интернете.
50	Тема 42. Сущность и характеристика целевой аудитории. Ключевые понятия целевой аудитории в PR.
51	Тема 43. Психографический подход к типологизации целевой аудитории. Принципы и формы взаимодействия с целевой аудиторией в PR. Формы установления контакта с целевой аудиторией.
52	Тема 44. Формирование корпоративной культуры. Управление репутацией.
53	Тема 45. Презентация. Процесс создания презентации.

54	Тема 45. Выставки и ярмарки. Понятие выставок и ярмарок. Основные типы ярмарок и выставок. Процесс участия фирмы в работе выставки.	
55	Тема 46. Фестивали и конкурсы. Понятие и история возникновения и развития лотереи. Основная характеристика викторины.	
56	Познавательное занятие. Секреты успешного проведения конкурсов	
57	Тема 47. Формы PR-мероприятий и промо-акций. Понятие «горячих линий» для потребителей. Дегустация и тестирование. Интерактивное голосование. Виды голосования.	
58	Познавательное занятие. Самые необычные промо-акции в мире	
59	Практическое занятие. Анализ проведения промо-акции.	
60	Тема 48. Спонсорские и благотворительные акции. Фандрайзинг. Оценка эффективности спонсорской и благотворительной деятельности. Благотворительная и спонсорская деятельность и PR.	
61	Промежуточное тестирование по разделу 3.	
РАЗДЕЛ 4. МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ УСЛУГ		
62	Тема 49. Маркетинг в сфере услуг. Основная характеристика маркетинга в сфере услуг. Регулирование сферы услуг.	
63	Тема 50. Особенности маркетинга в сфере туризма. Виды туристской рекламы. Рекламные кампании.	
64	Тема 50. Особенности маркетинга в сфере туризма. Средства распространения туристской рекламы. Выставки и ярмарки. Процесс участия туристской фирмы в работе выставки.	
65	Тема 51. Гостиничный маркетинг. Анализ маркетинговой деятельности гостиничного предприятия. Специфика маркетинга в индустрии гостеприимства.	
66	Тема 52. Особенности ресторанного маркетинга.	
67	Тема 53. Маркетинг в сфере культуры. Особенности маркетинга в сфере культуры.	
68	Тема 54. Маркетинг в банковской сфере. Основные понятия банковского маркетинга. Сущность и цели банковского маркетинга. Задачи и функции банковского маркетинга. Исследование рынка банковских услуг.	
69	Тема 55. Секреты маркетинга салонного бизнеса. Правильное построение маркетинговой политики салона красоты.	
70	Познавательное занятие. Интересные факты о маркетинге.	
71	Промежуточное тестирование по разделу 4.	
72	Итоговое тестирование по курсу «Маркетинговая деятельность»	