

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации



Федеральное государственное
автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Белгородский государственный
национальный исследовательский
университет»



Кафедра
менеджмента и маркетинга

Б. ТХОРИКОВ

МАРКЕТИНГ

методическое пособие по онлайн-обучению

Белгород – 2020

УДК 339.138
ББК 65

Рецензенты:

Профессор, доктор экономических наук, заведующий кафедрой менеджмента
Российского университета дружбы народов
С. Ефремов

Генеральный директор маркетингового агентства
ООО «Продвижение»
Д. Леонов

Автор-составитель:

кандидат социологических наук, доцент
заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга НИУ «БелГУ»
Б. Тхориков

Тхориков, Б.

Маркетинг: методическое пособие по онлайн-обучению / Б. Тхориков. –
ООО «Эпицентр», 2020. – 12 с.

В методическом пособии рассматриваются основные процессы и вопросы, помогающие бакалаврам кафедры менеджмента и маркетинга НИУ «БелГУ» (направление подготовки 38.03.02 Менеджмент) самостоятельно организовать эффективное изучение теоретико-прикладных аспектов маркетинга в режиме дистанционного обучения с использованием ЭУМКД.

Методическое пособие соответствует:

- ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент;
- профессиональному стандарту «Маркетолог», утвержденному приказом Минтруда России от 04.06.2018 № 366н (обобщенная трудовая функция – технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга).

ББК 65
УДК 339.138

© Б.А. Тхориков, 2020

Оглавление

Введение	4
1. Структура учебного курса и его цели	5
2. Алгоритм изучения дисциплины в онлайн-формате	6
3. Балльно-рейтинговая система оценки	10

Введение

Маркетинг! Для одних людей – это синоним ругательства, для других – источник миллионной прибыли. В одних компаниях маркетологи распечатывают визитки и ходят за кофе, в других – являются ключевым сотрудниками, определяющими будущее.

Столь неоднозначные результаты связаны с определенным скрытым коварством маркетинга. С одной стороны, он кажется очень простым, с другой – реализовать на практике даже самые элементарные маркетинговые решения чрезвычайно сложно. И сложность заключается в том, что маркетинговая деятельность состоит из десятков элементов, пронизывающих буквально все процессы компании. Упустите один любой – и вся работа не принесет ожидаемых результатов.

По этой причине в учебном курсе мы будем собирать маркетинг как конструктор. Изучим его основные элементы и разберем как они связаны между собой. Всего будет 16 занятий – от подготовки и проведения маркетинговых исследований до организации сбыта и выбора рекламных инструментов.

Так как изучать дисциплину необходимо в формате онлайн, для каждого занятия разработаны методические материалы с большим количеством примеров, тесты и практические задания. То есть полный набор, чтобы понять и научиться делать.

Если что-то останется не ясным – преподаватель всегда на связи и спешит на помощь. Вы можете задать свои вопросы на форуме курса или в социальной сети ВКонтакте. Более того, если основ вам покажется мало, и вы захотите более глубоко изучить какой-либо из разделов – также пишите преподавателю и вам вышлют дополнительный материал.

Удачи!

1. Структура учебного курса и его цели

Несмотря на то, что вы будете изучать маркетинг в дистанционном формате, взаимодействуя с преподавателем онлайн, учебный процесс не должен вызывать затруднений. Накопленных знаний, полученных при изучении дисциплин на первом курсе в области менеджмента, предпринимательства, статистики, социологии, управления персоналом и других, будет достаточно для освоения начала маркетинга. Однако прошлые конспекты лучше держать под рукой.

Учебный курс построен на основании профессионального стандарта «Маркетолог», то есть вы будете разбираться с аспектами маркетинга, которыми непосредственно заняты маркетологи в компаниях. Подобный подход позволяет минимизировать объем получаемой вами информации и приблизить занятия к реалиям бизнеса. Пустой траты времени на изучение «воды» в курсе не будет.

Вы удивитесь, но общий объем всего материала, который вы изучите за ближайший семестр, **превышает 1000 печатных листов**. Но вы даже не заметите этого.

Кроме того, дисциплина «Маркетинг» является фундаментом для дальнейшего обучения. Полученные знания пригодятся:

- для освоения таких предметов, как «Маркетинговые исследования», «Управление цепями поставок», «Стратегический маркетинг», «Стратегический менеджмент» и «Нейромаркетинг»;
- при выполнении заданий всех видов практик;
- во время подготовки выпускной квалификационной работы.

Для каждой темы подготовлены: цикл коротких видео-лекций, наглядная презентация и краткий конспект, перечень вопросов для повторения и обсуждения с преподавателем на занятиях, тесты и практические задачи, которые необходимо выполнить самостоятельно. О том, как этим пользоваться эффективно и не запутаться, мы поговорим дальше.

2. Алгоритм изучения дисциплины в онлайн-формате

Для изучения дисциплины вам потребует выделить 8-10 часов в неделю. В это время включен просмотр лекций, изучение теоретических материалов, решение тестов и выполнение заданий по теме. Всего будет 16 тем.

Чтобы наилучшим образом распределить отведенное время, в качестве рекомендуемого предлагается использовать следующий алгоритм действий:

1. Посетите онлайн-лекцию – 2 часа

По сути, видео-лекции ничем не отличаются от лекции в аудитории, разве что, вы можете расположиться с большим комфортом у себя дома, например.

За пять минут до начала каждой лекции (время будет указано в вашем электронном расписании) зайдите в раздел «Онлайн-занятия». Если возникнут технические сложности обязательно проверьте «Общий форум по курсу» – там будет размещена ссылка на другие ресурсы для проведения занятия, например, ZOOM.

В ближайшие два часа вы будете работать с преподавателем, который расскажет об изучаемой теме, обратит внимание на частные и наиболее сложные разделы. Рекомендуется делать краткий конспект и не стесняться задавать вопросы.

2. Посмотрите запись онлайн-лекции (при необходимости) – 1 час

Если вы упустили какие-то моменты, хотите еще раз послушать преподавателя или повторить тему, можно воспользоваться небольшими видео-лекциями, размещенными на портале открытого образования НИУ «БелГУ». Для это необходимо перейти по ссылке, нажав раздел «Запись лекций» и выбрать далее интересующую тему.

3. Изучите теоретический и презентационный материал – 30 минут

Для каждого занятия подготовлен краткий конспект. В нем содержится ключевая информация, позволяющая структурировать информацию по теме. Рекомендуется ознакомиться с материалами сразу после лекции, если не позволяет расписание, то вернуться к этому вечером. При таком подходе вы лучше и полнее запомните весь материал.

4. Решите тесты – 10 минут

После завершения работы с конспектами и презентациями переходите к решению тестов. У вас будет три попытки, засчитывается лучший результат. Поэтому проходя тест первый раз не гонитесь сразу за высокими баллами, сейчас главное понять, насколько полно вы усвоили тему и выявить пробелы, которые нужно устранить, повторив теорию. Все тестовые задания составлены только на основании изучаемого материала, поэтому лучше не заниматься угадыванием, а найти правильный ответ в конспектах и презентациях.

5. Изучите дополнительную литературу (по желанию)

Для каждой темы подобраны учебники, монографии и публикации, позволяющие расширить ваш профессиональный кругозор. Все можно найти в библиотеки университета. Так как предлагаемые материалы являются объемными – включите их в свой список «Обязательно к прочтению» и изучайте в свободное время.

6. Подготовьтесь к семинарскому занятию – 1 час

Как только тесты пройдены и получены баллы, которые вас устраивают, изучите список вопросов для повторения и обсуждения на семинарских занятиях. Да, иногда вопросов будет много, но если вы внимательно слушали и разобрались в лекции, то ответить на них не составит большого труда. Маркетинг – это на 80% понимание и только на 20% заучивание.

Прочитайте каждый вопрос и поймите, что вы будете отвечать преподавателю. Можно и нужно отвечать своими словами, главное отразить суть.

Если при изучении материалов у вас возникнут вопросы и получить ответ в методических материалах никак не получается, пишите преподавателю. Для этого необходимо быть зарегистрированным в социальной сети ВКонтакте и перейти по ссылке в разделе «Задать личный вопрос преподавателю».

7. Выполните самостоятельную работу (самое интересное) – 3 часа

Изучение теории маркетинга – это очень хорошо, но необходимо овладеть и практическими навыками. По каждой теме вам предлагается выполнить ряд заданий (вкладка «Задания для самостоятельной работы по теме № ...»), которые подготовлены совместно с индустриальным партнером университета ООО «Торговый дом Агро-Белогорье» (ГК «Агро-Белогорье»). Приветствуется творческий подход и неординарность мышления. Расчетных заданий, где правильным может быть только один ответ – очень мало. Большая часть из них направлена на развитие аналитического и креативного маркетингового мышления. Каждое задание снабжено подробнейшим описанием действий и шаблонами для представления результатов.

Обратите внимание, что докладывать на занятиях о решении вы будете в формате презентации, поэтому необходимо отразить на слайдах только основные итоги, оставив проверку хода решения преподавателю. Шаблон и основные правила подготовки презентации находятся в разделе «Методические материалы»

8. Подготовьтесь к семинарскому занятию – 1,5 часа

Накануне семинарского занятия убедитесь, что тест пройдет, повторите теоретические вопросы для обсуждения и загрузите в систему «Пегас» два файла (можно сделать один архивный файл) с выполнением самостоятельной работы – шаблоны с решением и презентацию.

За пять минут до начала семинара (время будет указано в вашем электронном расписании) зайдите в раздел «Онлайн-занятия». Если возникнут технические сложности обязательно проверьте «Общий форум по курсу» – там будет размещена ссылка на другие ресурсы для проведения занятия, например, ZOOM.

9. Работа на семинарском занятии

Здесь все как обычно, вначале преподаватель уделит немного времени отвечая на вопросы студентов. Затем задаст свои, но вас врасплох не застать – есть же список вопросов. Далее вы будете презентовать свои решения самостоятельной работы.

Абсолютно все действия студента оцениваются преподавателем и от получаемых на каждом занятии оценок зависит итоговая в зачетке.

О том, как это происходит и как получить «автомат» читайте далее.

3. Балльно-рейтинговая система оценки

Любая работа требует мотивации! И обучение не исключение. Поэтому в НИУ «БелГУ» действует так называемая балльно-рейтинговая система (БРС), позволяющая студенту видеть свой прогресс. Ежеженедельно, после семинарского занятия, преподаватель будет выставлять вам баллы за проделанную работу. Поверьте, когда видишь, как увеличивается количество баллов, наступает приятное удовлетворение от приближения к цели.

Балльно-рейтинговая система используется для оценки компетенций в силу того, что в баллах оцениваются не только знания и навыки студентов, но и творческие их возможности: активность, неординарность решений поставленных проблем, умения организовать группу для решения проблемы и т.д. Максимальное количество баллов – 100.

Кроме того, вы понимаете на какую итоговую оценку можете рассчитывать. БРС исключает «человеческий фактор» со стороны преподавателя – поставить незаслуженно низкую оценку студенту, который отлично работал весь семестр и наоборот. А также уберегает студента от соблазна незаконными способами «купить» оценку.

И не говорите, одни плюсы! Так что же включает в себя БРС по «Маркетингу»? Предусмотрено семь блоков:

- 1) посещение лекционных занятий;
- 2) ответы на вопросы преподавателя на семинарах;
- 3) выполнение самостоятельной работы;
- 4) решение тестов;
- 5) итоговое тестирование;
- 6) курсовая работа;
- 7) экзамен (не для всех).

Далее в таблице приведена подробная оценка в баллах для каждого блока.

Таблица 1 – Структура БРС учебной дисциплины «Маркетинг»

Виды учебной работы	Баллы
1	2
1. Посещение лекций	16
Тема 1. Введение в маркетинг	1
Тема 2. Разработка маркетинговых стратегий и планов	1
Тема 3-4. Сбор информации и оценка маркетинговой среды. Проведение маркетинговых исследований	2
Тема 5. Маркетинговый анализ потребительских рынков	1
Тема 6-7. Сегментирование рынков и выбор целевых сегментов	2
Тема 8. Позиционирование товаров и услуг	1
Тема 9. Маркетинговые решения по товару	1
Тема 10. Разработка ценовых стратегий и программ	1
Тема 11. Создание и управление маркетинговыми каналами	1
Тема 12. Маркетинговые коммуникации	1
Тема 13. Мерчандайзинг	1
Тема 14. Реклама в маркетинге	1
Тема 15-16. Social Media Marketing	2
2. Работа на практических занятиях	13
Тема 1. Введение в маркетинг	1
Тема 2. Разработка маркетинговых стратегий и планов	1
Тема 3-4. Сбор информации и оценка маркетинговой среды. Проведение маркетинговых исследований	1
Тема 5. Маркетинговый анализ потребительских рынков	1
Тема 6-7. Сегментирование рынков и выбор целевых сегментов	1
Тема 8. Позиционирование товаров и услуг	1
Тема 9. Маркетинговые решения по товару	1
Тема 10. Разработка ценовых стратегий и программ	1
Тема 11. Создание и управление маркетинговыми каналами	1
Тема 12. Маркетинговые коммуникации	1
Тема 13. Мерчандайзинг	1
Тема 14. Реклама в маркетинге	1
Тема 15-16. Social Media Marketing	1
3. Самостоятельная работа студента	36
Тема 1. Введение в маркетинг	3
Тема 2. Разработка маркетинговых стратегий и планов	3
Тема 3-4. Сбор информации и оценка маркетинговой среды. Проведение маркетинговых исследований	3
Тема 5. Маркетинговый анализ потребительских рынков	3
Тема 6-7. Сегментирование рынков и выбор целевых сегментов	3
Тема 8. Позиционирование товаров и услуг	3
Тема 9. Маркетинговые решения по товару	3
Тема 10. Разработка ценовых стратегий и программ	3
Тема 11. Создание и управление маркетинговыми каналами	3
Тема 12. Маркетинговые коммуникации	3
Тема 13. Мерчандайзинг	3
Тема 15-16. Social Media Marketing	3

1	2
4. Тестирование	5,5
<i>Тема 1. Введение в маркетинг</i>	<i>0,5</i>
<i>Тема 2. Разработка маркетинговых стратегий и планов</i>	<i>0,5</i>
<i>Тема 3-4. Сбор информации и оценка маркетинговой среды. Проведение маркетинговых исследований</i>	<i>0,5</i>
<i>Тема 5. Маркетинговый анализ потребительских рынков</i>	<i>0,5</i>
<i>Тема 6-7. Сегментирование рынков и выбор целевых сегментов</i>	<i>0,5</i>
<i>Тема 8. Позиционирование товаров и услуг</i>	<i>0,5</i>
<i>Тема 9. Маркетинговые решения по товару</i>	<i>0,5</i>
<i>Тема 10. Разработка ценовых стратегий и программ</i>	<i>0,5</i>
<i>Тема 11. Создание и управление маркетинговыми каналами</i>	<i>0,5</i>
5. Итоговое тестирование	7,5
6. Курсовая работа	10
7. Экзамен	12
Количество баллов (max)	100

На последнем семинарском занятии подводится общий итог (таблица 2). Например, если вы набрали 85 баллов, то можете получить оценку «хорошо» и не идти на экзамен – у вас «автомат».

Таблица 2 – Шкала оценивания

Оценка	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Баллы	0-50	51-65	66-85	86-100

И вместо заключения скажем – электронный учебно-методический комплекс по дисциплине «Маркетинг», на который вы подписаны в «Пегасе», включает исчерпывающий набор материалов, необходимый для освоения учебной программы. Начиная от данных общих рекомендаций и заканчивая методическими рекомендациями по подготовке курсовой работы, примерным перечнем экзаменационных вопросов, ссылками на внешний интересные ресурсы и многим другим.

Желаем вам успехов в учебе и до встречи на занятиях!