

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Романчук Иван Сергеевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 31.01.2025 11:24:32
Уникальный программный ключ:
6319edc2b582ffda443f01d5779368d0957ac34f5cd074d81181530452479

Приложение к рабочей
программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

| | |
|---|--|
| Наименование дисциплины | <i>Маркетинг прямых и розничных продаж</i> |
| Направление подготовки / Специальность | <i>38.04.02 Менеджмент</i> |
| Направленность (профиль) / Специализация | <i>«Смарт маркетинг: международное развитие бизнеса»</i> |
| Форма обучения | <i>очная</i> |
| Разработчик(и) | <i>Насырова Рузиля Маратовна, доцент кафедры менеджмента и бизнеса</i> |

1. Темы дисциплины для самостоятельного освоения обучающимися
Отсутствуют.

2. План самостоятельной работы

| № п/п | Учебные встречи | Виды самостоятельной работы | Форма отчетности/ контроля | Количество баллов | Рекомендуемый бюджет времени на выполнение (ак.ч.) |
|-------|--|--|---|-------------------|--|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1. | Теоретико-методологические основы маркетинга прямых и розничных продаж | Подготовка к практическому занятию | Устный опрос | 0-4 | 2 |
| 2. | Собственные торговые марки: характеристика, тенденции | Подготовка к практическому занятию Выполнение практического задания | Устный опрос Анализ портфеля собственных торговых марок действующей торговой сети на выбор участников группы | 0-5 | 2 |
| 3. | Маркетинговые исследования в деятельности торговых компаний | Подготовка к практическому занятию Выполнение практического задания | Устный опрос Программа исследования целевых сегментов для разработки проекта по продвижению торгового объекта на выбор участников группы | 0-4 | 2 |
| 4. | Анализ ассортиментной политики торговых компаний | Подготовка к практическому занятию Выполнение практического задания | Устный опрос Выполнение ABC-XYZ анализа по предложенной базе данных в | 0-5 | 2 |

| | | | | | |
|----|---|---|--|-----|---|
| | | | Excel | | |
| 5. | Коммуникационная политика торговых компаний | Подготовка к практическому занятию Выполнение практического задания | Устный опрос Разработка контент-плана на неделю для продвижения собственной торговой марки организации на выбор участников группы | 0-4 | 2 |
| 6. | Организация торговых площадей и мерчандайзинг | Подготовка к практическому занятию Подготовка доклада с презентацией | Устный опрос Доклад с презентацией по основным подходам и методологии организации торговых площадей и мерчандайзинга в различных отраслях | 0-5 | 2 |
| 7. | Разработка и построение планogramм | Подготовка к практическому занятию Выполнение практического задания | Устный опрос Построение планogramмы торгового зала с использованием демо-версии программы | 0-5 | 2 |
| 8. | Политика ценообразования в деятельности торговых компаний | Подготовка к практическому занятию | Устный опрос | 0-4 | 2 |
| 9. | Оценка эффективности маркетинговых мероприятий на предприятиях розничной торговли | Подготовка к практическому занятию Выполнение практического задания | Устный опрос Выполнить прогноз объемов продаж в Excel по предложенной базе данных | 0-4 | 2 |

| | | | | | |
|-----|-------|---------------------|----------------------------------|----|----|
| 10. | Зачет | Подготовка к зачету | Устный ответ на вопросы к зачету | | 4 |
| | Итого | | | 40 | 22 |

3. Требования и рекомендации по выполнению самостоятельных работ обучающихся, критерии оценивания

Подготовка к устному опросу.

Обучающимся рекомендуется проработка теоретического материала по теме занятия в соответствии с перечнем вопросов для обсуждения, опубликованных в МУП (ИС «Модеус») и РПД. Список литературы для самостоятельного изучения заданного материала размещен в ИС «Модеус».

Индивидуальный опрос проходит в аудитории. Оцениваются уровень подготовки студентов по ключевым вопросам темы, знание и глубина понимания изучаемого материала, способность ясно и логично излагать материал, навыки критической оценки информации, с которой обучающийся работал в процессе подготовки к занятию.

Подготовка доклада с презентацией.

Обучающий готовит публичное выступление по представлению результатов самостоятельной работы, связанной с поиском и анализом информации в рамках определенной темы. Перечень рекомендованных источников для подготовки докладов размещен в ИС «Модеус» по каждой теме занятия.

Критерии оценки доклада: структурированность материала, содержательность, наглядность представления данных, оформление, чёткость и грамотность изложения материала, владение темой, наличие выводов, качество и количество привлечённых источников (не менее пяти), ответы на вопросы и замечания аудитории, регламент выступления – до 10 минут.

Выполнение практического задания.

Выполнение практического задания демонстрирует фактические знания студентов, глубину понимания изучаемого материала, способности применять теоретические знания в ходе выполнения практических заданий, а также навыки критической оценки информации, с которой обучающийся работал в процессе подготовки к занятию и выполнения домашнего задания.

Критерии оценки: полнота выполнения задания, оформление, наглядность представления информации, владение теоретическим материалом по теме, наличие выводов, ответы на вопросы.

Подготовка к зачету.

Для подготовки к сдаче экзамена следует пользоваться материалами лекций и рекомендованной учебной литературой по каждой теме занятия (см. МУП в ИС «Модеус»). Перечень вопросов опубликован в МУП (ИС «Модеус»).

Зачет проводится строго в сроки и время, установленное расписанием промежуточной аттестации; в форме устного собеседования.

Оценивается полнота и правильность ответа. Ответы обучающегося должны быть структурированы, выстроены логично, студент должен уметь доступно излагать материал, оперировать основными понятиями и теоретическими концепциями для выражения собственной позиции, аргументировать выводы.

4. Рекомендации по самоподготовке к промежуточной аттестации по дисциплине

В целях эффективной организации самостоятельной подготовки к промежуточной аттестации обучающимся рекомендуется повторение лекционного материала по всем темам курса, а также чтение учебной литературы по списку, указанному в РПД и МУП в ИС «Модеус».

Вопросы для подготовки к зачету

1. Цели и задачи торгового маркетинга.
2. Эволюция розничной торговли.
3. Стратегии «привлечения» и «проталкивания» в торговом маркетинге.
4. Местоположение торговой точки, факторы ее привлекательности.
5. Оформление торговых точек, способы планирования: произвольная планировка, трек, решетка.
6. Методы представления товаров в торговой точке.
7. Планограммы: принципы и методы разработки.
8. Субъекты и объекты торгового маркетинга.
9. Классификация торговых точек: по размерам, ценовой политике, специализации, принципам обслуживания.
10. Мерчандайзер, категорийный менеджер, торговый представитель: сравнительный анализ должностных инструкций.
11. Стандарты мерчандайзинга: особенности формирования и внедрения.
12. Организация труда в розничной точке продаж.
13. Задачи отдела трейд-маркетинга.
14. Законы зрительного восприятия товаров в торговых точках.
15. Основы мерчандайзинга: выкладка товара, внешнее и внутреннее оформление.
16. POS-материалы и их виды.
17. Программы мотивации дистрибьюторов и потребителей.
18. Формирование и развитие программ лояльности дистрибьюторов и потребителей.
19. Методика исследования «Таинственный покупатель», техника проведения.
20. Инструменты аналитики розничных продаж.
21. Презентации и event-маркетинг.
22. Виды трейд-маркетинговых программ: планирование и реализация.
23. Особенности взаимодействия торговых и производственных компаний.
24. Виды мероприятий по стимулированию сбыта. Оценка эффективности промо-акций.
25. Тактика проведения sales promotion. Промоутеры и требования к ним.
26. Оценка эффективности торгового маркетинга.
27. Правовое регулирование трейд-маркетинга.
28. Исследования рынка в торговом маркетинге.
29. Понятие прибыли и принципы ее формирования в торговом маркетинге.
30. Аудит торгового маркетинга.