Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Дзержинский педагогический колледж»

**Методические рекомендации для студентов**

**по выполнению самостоятельной работы**

**по учебной дисциплине**

**ОП.12 Маркетинговые исследования рынка**

Дзержинск – 20…

|  |  |
| --- | --- |
| Одобрено на заседании ПЦК преподавателей спец. 09.02.05.  Протокол №\_\_\_\_\_\_\_от\_\_\_\_\_\_\_\_  Председатель ПЦК \_\_\_\_\_\_\_\_/  Руденко Н.А./  Составитель Сидорова Н.В. | Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов составлены в соответствии с требованиями федеральных государственных образовательных стандартов среднего профессионального образования по спец .09.02.05. |

Методические рекомендации по организации и сопровождению самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине ОП.12 МИР специальность 09.02.05. содержат план самостоятельной работы с указанием вида самостоятельной работы в соответствии с рабочей программой учебной дисциплины. Представлены задания по выполнению каждого вида самостоятельной работы, методические указания по выполнению разных видов самостоятельных работ, критерии оценки.

**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине Маркетинговые исследования рынка (МИР) разработаны в соответствии с рабочей программой учебной дисциплины ОП.012 МИР.

Содержание методических рекомендаций по выполнению самостоятель­ной работы по данной дисциплине соответствует требованиям Федерального Государственного Образовательного Стандарта среднего профессионального образования нового поколения.

По учебному плану рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины следующее: максимальная учебная нагрузка обучающегося **144 часов**, в том числе:

- обязательное аудиторная учебная нагрузка обучающегося **96 часов**;

- самостоятельная работа **48 часов**.

***Целью***методического пособия является обеспечение эффективности самостоятельной работы обучающихся, определение ее содержания, установление требований к оформлению и результатам самостоятельной работы.

***Целью*** самостоятельной работы является формирование и развитие профессиональных и общих компетенций (пункт 7.1 ФГОС СПО) и их элементов.

***Задачами***методических рекомендаций по самостоятельной работе явля­ются:

- развитие комплексного подхода к изучению дисциплины на основе освоения ее методологических основ применения ранее полученных знаний и умений с использованием междисциплинарных связей;

- активизация самостоятельной работы обучающихся;

- содействие развитию творческого отношения к данной дисциплине;

- выработка умений и навыков рациональной работы с литературой и нормативными документами;

- управление познавательной деятельностью обучающихся.

***Функциями***методических рекомендаций по самостоятельной работе яв­ляются:

- определение содержания работы обучающихся по овладению программ­ным материалом;

- установление требований к результатам изучения дисциплины.

Сроки выполнения и виды отчётности самостоятельной работы определя­ются преподавателем и доводятся до сведения обучающихся.

Дисциплина МИР относится к общепрофессиональной дисциплине (ОП.012) профессионального цикла (П.00).

Дисциплина МИР имеет междисциплинарные связи с другими дисциплинами ОПОП. Обеспечивающими по отношению к дисциплине МИР являются дисциплины: «ДОУ», «Менеджмент». В свою очередь знания и умения по дисциплине МИР необходимы при изучении учебных дисциплин.

В результате освоения учебной дисциплины МИР обучающийся должен

**Уметь:**

-разрабатывать план маркетингового исследования;

-разрабатывать анкету для опроса респондентов;

-сегментировать рынок и определять целевые сегменты рынка;

-использовать маркетинговые модели и матрицы для анализа деятельности компании;

-использовать различные методы прогнозирования показателей рыночной конъюнктуры;

-применять регрессивный анализ для изучения связи маркетинговых показателей

**Знать:**

-цели и задачи маркетинговых исследований;

-методические основы организации и проведения маркетингового исследования;

-методологию исследования, аналитические модели, поисковые вопросы, влияющие на разработку плана исследования;

-принципы применения статистических методов для сегментации рынка;

-принципы изучения поведенческой реакции покупателей;

-взаимосвязи маркетинговых показателей, их прогнозирование

В результате изучения дисциплины обучающийся осваивает элементы общих и профессиональных компетенций, на формирование которых направлено выполнение самостоятельных работ:

OK 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОКЗ. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

OK 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

**ПК 2.1.Проводить исследование объекта автоматизации;**

Уметь:

-разрабатывать план маркетингового исследования;

-сегментировать рынок и определять целевые сегменты рынка;

-использовать различные методы прогнозирования показателей рыночной конъюнктуры;

Знать:

-цели и задачи маркетинговых исследований;

-методические основы организации и проведения маркетингового исследования;

-методологию исследования, аналитические модели, поисковые вопросы, влияющие на разработку плана исследования;

-принципы применения статистических методов для сегментации рынка;

**ПК 2.2. Создавать информационно-логистические модели объектов;**

Уметь:

-разрабатывать анкету для опроса респондентов;

-использовать маркетинговые модели и матрицы для анализа деятельности компании;

-применять регрессивный анализ для изучения связи маркетинговых показателей

Знать:

-цели и задачи маркетинговых исследований;

-методические основы организации и проведения маркетингового исследования;

**ПК 2.5.Проводить адаптацию программного обеспечения отраслевой направленности**;

Уметь:

-разрабатывать анкету для опроса респондентов;

-использовать маркетинговые модели и матрицы для анализа деятельности компании;

-применять регрессивный анализ для изучения связи маркетинговых показателей

Знать:

-взаимосвязи маркетинговых показателей, их прогнозирование

**ПК 2.7. Осуществлять верификацию и контроль качества продуктов;**

Уметь:

-применять регрессивный анализ для изучения связи маркетинговых показателей

**ПК 4.1.Управлять содержанием проекта**

Уметь:

-разрабатывать план маркетингового исследования;

-разрабатывать анкету для опроса респондентов;

-сегментировать рынок и определять целевые сегменты рынка;

-применять регрессивный анализ для изучения связи маркетинговых показателей

Знать:

-цели и задачи маркетинговых исследований;

-методические основы организации и проведения маркетингового исследования;

-методологию исследования, аналитические модели, поисковые вопросы, влияющие на разработку плана исследования;

-принципы применения статистических методов для сегментации рынка;

-принципы изучения поведенческой реакции покупателей;

**ПК 4.6. Управлять рисками проектов;**

Уметь:

-разрабатывать план маркетингового исследования;

-разрабатывать анкету для опроса респондентов;

-сегментировать рынок и определять целевые сегменты рынка;

-применять регрессивный анализ для изучения связи маркетинговых показателей

Знать:

-цели и задачи маркетинговых исследований;

-методические основы организации и проведения маркетингового исследования;

-методологию исследования, аналитические модели, поисковые вопросы, влияющие на разработку плана исследования;

-принципы применения статистических методов для сегментации рынка;

-принципы изучения поведенческой реакции покупателей;

**ПК 5.1. Осуществлять постановку оперативных и стратегических целей и задач деятельности**

Уметь:

-разрабатывать план маркетингового исследования;

-использовать маркетинговые модели и матрицы для анализа деятельности компании;

Знать:

-цели и задачи маркетинговых исследований;

-методические основы организации и проведения маркетингового исследования;

-методологию исследования, аналитические модели, поисковые вопросы, влияющие на разработку плана исследования;

-принципы изучения поведенческой реакции покупателей;

-взаимосвязи маркетинговых показателей, их прогнозирование

Краткое описание содержания самостоятельных работ

-подготовка и написание рефератов;

-подготовка и создание презентации;

-подготовка сообщений;

- ответы на поставленные вопросы;

- оформление опорного конспекта (конспектирование),

- оформление терминологического словаря по основным понятиям, терминам пройденной темы

- подготовка к семинарским занятиям.

В качестве форм и методов контроля внеаудиторной самостоятельной работы используется проверка конспектов, терминологического словаря, схемы, защита рефератов, сообщений, выступление на занятиях, подготовка презентаций.

**План самостоятельной работы по учебной дисциплине ОП.12 Маркетинговые исследования рынка - 48 часов**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Название темы** | **Содержание**  **(вид) работы** | **Знания и умения** | **Формируемые**  **ОК и ПК** | **Кол-во часов** | **Форма контроля (отчетности)** |
| **1** | **Тема 1.1.**  **Цели, задачи и процесс маркетинговых исследований рынка** | **Самостоятельная работа обучающихся:** | Уметь:-разрабатывать план маркетингового исследования;  Знать:-цели и задачи маркетинговых исследований;-методологию исследования, аналитические модели, поисковые вопросы, влияющие на разработку плана исследования;-методические основы организации и проведения маркетингового исследования; | **ПК 2.1.Проводить исследование объекта автоматизации;**  **ПК 5.1. Осуществлять постановку оперативных и стратегических целей и задач деятельности**  ОК 2 | **2**  **2**  **2** | - Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.  - Организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе.  - Проведение устного опроса.  - Организация и проведение индивидуального собеседования. |
| 1.Составление плана маркетингового исследования |
| 2. Создание словаря терминов и сокращений |
| 3. Составление опорного конспекта по теме |
| **2** | **Тема 1.2.**  **Объекты маркетинговых исследований** | **Самостоятельная работа обучающихся:** | Знать:-методические основы организации и проведения маркетингового исследования; | **ПК 2.1.Проводить исследование объекта автоматизации;**  ОК 3 | **2**  **2** | - Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.  -Организация и проведение собеседования с группой.  - Защита отчетов о проделанной работе |
| 1.Составление примерного перечня  потребительской корзины местного рынка |
| 2. Составление опорного конспекта по теме |
| **3** | **Тема 1.3.**  **Сегментация рынка** | **Самостоятельная работа обучающихся:** | Уметь:-сегментировать рынок и определять целевые сегменты рынка; Знать:-принципы применения статистических методов для сегментации рынка; | **ПК 2.1.Проводить исследование объекта автоматизации;**  ОК 4 | **2**  **2** | - Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.  - Организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе.  - Проведение устного опроса.  - Организация и проведение индивидуального собеседования. |
| 1.Проведение сегментирования рынка  товаров по различным признакам и  отбор целевых сегментов рынка |
| 2. Составление опорного конспекта  по теме |
| **4** | **Тема 1.4.**  **Маркетинговая информация** | **Самостоятельная работа обучающихся:** | Знать:--методические основы организации и проведения маркетингового исследования; | **ПК 2.2. Создавать информационно-логистические модели объектов;**  ОК 4  ОК 5 | **2**  **2** | - Обсуждение результатов выполненной работы  на занятии.  -Организация и проведение собеседования с группой |
| 1.Сбор и анализ маркетинговой  информации по различным каналам СМИ |
| 2.Конспектирование учебно-методической  литературы по теме |
| **5** | **Тема 1.5.**  **Методы сбора,  обработки  и анализа  маркетинговой  информации** | **Самостоятельная работа обучающихся:** | **Уметь:**-разрабатывать анкету для опроса респондентов | **ПК 2.2. Создавать информационно-логистические модели объектов;**  **ПК 2.5.Проводить адаптацию программного обеспечения отраслевой направленности**  ОК 4  ОК 5 | **2**  **2** | - Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.  - Организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе  - Проведение устного опроса.  - Организация и проведение индивидуального собеседования. |
| 1.Оценка анализа опроса, проведенного другим студентом |
| 2.Составление анкет |
| **6** | **Тема 1.6. Принятие**  **Маркетинговых**  **решений** | **Самостоятельная работа обучающихся:** |  | **ПК 4.1.Управлять содержанием проекта**  **ПК 4.6. Управлять рисками проектов;**  ОК 2  ОК 3  ОК 6  ОК 7 | **2**  **2** | - Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.  -Организация и проведение собеседования с группой.  - Защита отчетов о проделанной работе. |
| 1.Изучение образцов отчетов по  ранее проведенным исследованиям |
| 2.Компьютерная презентация отчета |
| **7** | **Тема 2.1.**  **Маркетинговые**  **исследования**  **рынка** | **Самостоятельная работа обучающихся:** | Уметь**:**-применять регрессивный анализ для изучения связи маркетинговых показателей  Знать:-взаимосвязи маркетинговых показателей, их прогнозирование | **ПК 2.2. Создавать информационно-логистические модели объектов;**  ОК 8 | **2**  **2**  **2** | - Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.  - Проведение устного опроса.  - Организация и проведение индивидуального собеседования |
| 1.Анализ емкости потребительского  рынка города (по различным товарам) |
| 2.Анализ конъюнктуры потребительского  рынка города (по различным товарам) |
| 3.Регрессивный анализ для изучения связи  выбранных маркетинговых показателей |
| **8** | **Тема 2.2.**  **Маркетинговые**  **исследования**  **потребителей** | **Самостоятельная работа обучающихся:** | Знать -:принципы изучения поведенческой реакции покупателей; | **ПК 2.2. Создавать информационно-логистические модели объектов;**  ОК 1 | **2**  **2**  **2** | - Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.  - Проведение устного опроса.  - Организация и проведение индивидуального собеседования. |
| 1.Проведение исследования поведения  потребителей при совершении покупки  конкретного товара |
| 2. Составление опорного конспекта по теме |
| 3.Подготовка доклада по теме |
| **9** | **Тема 2.3.**  **Маркетинговые**  **исследования**  **продукции** | **Самостоятельная работа обучающихся:** | Уметь:-использовать маркетинговые модели и матрицы для анализа деятельности компании; -применять регрессивный анализ для изучения связи маркетинговых показателей  Знать: -принципы изучения поведенческой реакции покупателей; | **ПК 2.2. Создавать информационно-логистические модели объектов;**  **ПК 2.7. Осуществлять верификацию и контроль качества продуктов;**  ОК 5 | 2  2  2 | - Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.  - Организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе.  - Проведение устного опроса.  - Организация и проведение индивидуального собеседования. |
| 1.Работа со специальной литературой по  изучению и анализу примеров  ранее проведенных исследований товаров |
| 2.Создание картотеки информационных  источников по теме |
| 3. Выявление сильных и слабых сторон  исследуемого товара |
| **10** | **Тема 2.4.**  **Исследования**  **маркетинговой**  **деятельности**  **организаций**  **(предприятий) как объекта автоматизации** | **Самостоятельная работа обучающихся:** | Уметь:-использовать маркетинговые модели и матрицы для анализа деятельности компании; | **ПК 2.1.Проводить исследование объекта автоматизации;**  ОК 1 | 2  2 | - Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.  - Организация и проведение индивидуального собеседования. |
| 1. Исследование и анализ сильных и слабых сторон организации |
| 2.Подготовка к дифференцированному зачету |

**СОДЕРЖАНИЕ**

**Тема учебной дисциплины 1.1**. Цели, задачи и процесс маркетинговых исследований рынка

Тема самостоятельной работы (содержание работы) 1.Составление плана маркетингового исследования (МИ)

Цель самостоятельной работы: развитие способностей студентов к исследовательской деятельности.

Задания к самостоятельной работе

Используя материал лекций и дополнительные источники, составьте поэтапный план МИ

Требования к содержанию отчета по самостоятельной работе:

- наличие плана МИ

**Список литературы** <https://studfiles.net/preview/436315/page:9/>

Формы контроля (самоконтроля)

1. Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.

2. Организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе.

3. Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

- уровень освоения учебного материала;

- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;

- обоснованность и четкость изложения материала в виде письменных ответов на вопросы.

Тема самостоятельной работы 2. Создание словаря терминов и сокращений

Цель самостоятельной работы: - систематизации и закрепления полученных теоретических знаний студентов;

Задания к самостоятельной работе

Используя материал лекций и дополнительные источники (библиотечные каталоги, словари, информацию в сети Интернет, справочники), составьте словарь терминов и сокращений

Требования к содержанию отчета по самостоятельной работе:

- наличие словаря терминов и сокращений

**Список литературы**

<https://studwood.ru/1886388/marketing/osnovnye_tseli_zadachi_marketingovyh_issledovaniy>

Формы контроля (самоконтроля)

1. Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.

2. Организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе.

3. Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

- уровень освоения учебного материала;

- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;

- обоснованность и четкость изложения материала в виде письменных ответов на вопросы.

Тема самостоятельной работы 3.Составление опорного конспекта по теме Цели, задачи и процесс маркетинговых исследований рынка

Цель самостоятельной работы: - систематизации и закрепления полученных теоретических знаний студентов;

Задания к самостоятельной работе

1.  Определите цель составления конспекта.

2. Читая изучаемый материал в первый раз, разделите его на основные смысловые части, выделите главные мысли, сформулируйте выводы.

3. Составляя конспект, записывайте отдельные слова сокращённо, выписывайте только ключевые слова, делайте ссылки на страницы конспектируемой работы, применяйте условные обозначения.

4. Чтобы форма конспекта отражала его содержание, располагайте абзацы «ступеньками», подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.

5. Отмечайте непонятные места, новые слова, имена, даты.

Требования к содержанию отчета по самостоятельной работе:

- наличие конспекта по теме Цели, задачи и процесс маркетинговых исследований рынка

**Список литературы** <https://studref.com/348331/marketing/tseli_zadachi_naznachenie_marketingovyh_issledovaniy>

Формы контроля (самоконтроля)

1. Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.

2. Организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе.

3. Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

- уровень освоения учебного материала;

- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;

- обоснованность и четкость изложения материала

**Тема 1.2.Объекты маркетинговых исследований**

Тема самостоятельной работы (содержание работы) 1.Составление примерного перечня потребительской корзины местного рынка

Цель самостоятельной работы: развитие способностей студентов к исследовательской деятельности.

формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;

Задания к самостоятельной работе

1. Выполнение этой задачи начинается с поиска источников (СМИ, Интернет). Используйте специальную литературу по выбранной теме, электронные библиотеки или другие Интернет-ресурсы.Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы.

2.Используя информацию источников, составьте примерный перечень товаров потребительской корзины рынка по Нижегородской области, указав количество и стоимость товаров (услуг)

Требования к содержанию отчета по самостоятельной работе:

- наличие примерного перечня потребительской корзины местного рынка

**Список литературы**

<http://bs-life.ru/makroekonomika/potrebitelskaya-korzina2013.html>

<https://yakapitalist.ru/termin/podrobnyy-obzor-termina-profduktov/>

Формы контроля (самоконтроля)

1. Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.

2. Организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе.

3. Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

- уровень освоения учебного материала;

- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;

- обоснованность и четкость изложения материала в виде письменных ответов на вопросы.

Тема самостоятельной работы 2. Составление опорного конспекта по теме **Объекты маркетинговых исследований**

Цель самостоятельной работы: - систематизации и закрепления полученных теоретических знаний студентов;

Задания к самостоятельной работе

1. Определите цель составления конспекта.

2. Читая изучаемый материал в первый раз, разделите его на основные смысловые части, выделите главные мысли, сформулируйте выводы.

3. Составляя конспект, записывайте отдельные слова сокращённо, выписывайте только ключевые слова, делайте ссылки на страницы конспектируемой работы, применяйте условные обозначения.

4. Чтобы форма конспекта отражала его содержание, располагайте абзацы«ступеньками», подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.

5. Отмечайте непонятные места, новые слова, имена, даты.

Требования к содержанию отчета по самостоятельной работе:

- наличие опорного конспекта по теме

**Список литературы**

<https://studwood.ru/1962351/marketing/obekt_marketingovyh_issledovaniy>

<https://studref.com/376947/marketing/obekty_marketingovyh_issledovaniy>

Формы контроля (самоконтроля)

1. Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.

2. Организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе.

3. Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

- уровень освоения учебного материала;

- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;

- обоснованность и четкость изложения материала

**Тема 1.3.Сегментация рынка**

Тема самостоятельной работы 1.Проведение сегментирования рынка товаров по различным признакам и отбор целевых сегментов рынка

Цель самостоятельной работы: развитие способностей студентов к исследовательской деятельности.

формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;

Задания к самостоятельной работе

1.Используйте специальную литературу по выбранной теме, электронные библиотеки или другие Интернет-ресурсы.

2.Проведите сегментирования рынка товаров по теме вашего МИ по различным признакам:

Демографическим, социально-психологическим, поведенческим

3. Проведите отбор целевых сегментов рынка в соответствии с темой вашего МИ по основным критериям

Требования к содержанию отчета по самостоятельной работе:

- перечень выбранных сегментов МИ

**Список литературы**

<https://studfiles.net/preview/3834107/>

<https://econ.wikireading.ru/23414>

Формы контроля (самоконтроля)

1. Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.

2. Организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе.

3. Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

- уровень освоения учебного материала;

- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;

- обоснованность и четкость изложения материала

Тема самостоятельной работы 2. Составление опорного конспекта по теме **Сегментация рынка**

Цель самостоятельной работы: - систематизации и закрепления полученных теоретических знаний студентов;

Задания к самостоятельной работе

1. Определите цель составления конспекта.

2. Читая изучаемый материал в электронном виде в первый раз, разделите его на основные смысловые части, выделите главные мысли, сформулируйте выводы.

3. Составляя конспект, записывайте отдельные слова сокращённо, выписывайте только ключевые слова, делайте ссылки на страницы конспектируемой работы, применяйте условные обозначения.

4. Чтобы форма конспекта отражала его содержание, располагайте абзацы «ступеньками», подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.

5. Отмечайте непонятные места, новые слова, имена, даты.

Требования к содержанию отчета по самостоятельной работе:

- наличие конспекта по теме **Сегментация рынка**

**Список литературы**

<http://www.grandars.ru/student/marketing/segmentaciya-rynka.html>

Формы контроля (самоконтроля)

1. Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.

2. Организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе.

3. Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

- уровень освоения учебного материала;

- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;

- обоснованность и четкость изложения материала

**Тема 1.4. Маркетинговая информация**

Тема самостоятельной работы 1.Сбор и анализ маркетинговой информации по различным каналам СМИ

Цель самостоятельной работы: развитие способностей студентов к исследовательской деятельности.

накопление нового опыта деятельности, формирование умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;

.

Задания к самостоятельной работе

1.Маркетинговая информация должна содержать проблему, быть связанной с современным состоянием развития отрасли или отражать потребности пользователей.

2.Используйте для сбора информации специальную литературу по выбранной теме вашего МИ, электронные библиотеки или другие Интернет-ресурсы.

3.Сделайте цитаты из книг и статей по выбранной теме (обратите внимание на непонятные слова и выражения, уточните их значение в справочной литературе).

4.Проанализируйте собранный материал и составьте конспект, акцентируя внимание на наиболее важных моментах.

Требования к содержанию отчета по самостоятельной работе:

- наличие анализа маркетинговой информации по различным каналам СМИ

**Список литературы**

<http://www.catback.ru/articles/theory/market/research.htm>

[А.П. Карасев. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ. Учебник и практикум. – М.: Юрайт, 2015. – 324 с.](http://litra.studentochka.ru/book?id=31377275)

Формы контроля (самоконтроля)

1. Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.

2. Организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе.

3. Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

**Показатели оценки** результатов внеаудиторной самостоятельной работы:

- полнота и качественность информации по заданной теме;

- свободное владение материалом сообщения или доклада;

- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;

Тема самостоятельной работы 2.Конспектирование учебно-методической литературы по теме **Маркетинговая информация**

Цель самостоятельной работы: - систематизации и закрепления полученных теоретических знаний студентов;

Задания к самостоятельной работе

1. Определите цель составления конспекта.

2. Читая изучаемый материал, разделите его на основные смысловые части, выделите главные мысли, сформулируйте выводы.

3. Составляя конспект, записывайте отдельные слова сокращённо, выписывайте только ключевые слова, делайте ссылки на страницы конспектируемой работы, применяйте условные обозначения.

4. Чтобы форма конспекта отражала его содержание, располагайте абзацы«ступеньками», подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.

5. Отмечайте непонятные места, новые слова, имена, даты.

Требования к содержанию отчета по самостоятельной работе:

- наличие конспекта по теме **Маркетинговая информация**

**Список литературы**

<https://marketing.wikireading.ru/17201>

<http://www.aup.ru/books/m21/2.htm>

Формы контроля (самоконтроля)

1. Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.

2. Организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе.

3. Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

- уровень освоения учебного материала;

- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;

- обоснованность и четкость изложения материала

**Тема 1.5.Методы сбора, обработки**

Тема самостоятельной работы 1 Составление анкет по теме МИ

Цель самостоятельной работы: развитие способностей студентов к исследовательской деятельности.

Задания к самостоятельной работе

-в соответствии с методикой и составленным вами планом МИ, разработайте анкету для проведения опроса по выбранной теме МИ

Требования к содержанию отчета по самостоятельной работе:

- ответьте на вопросы:

-соответствует ли анкета методике (лекции)?

-какие замечания, несоответствия

-корректировка анкеты в соответствии с замечаниями

**Список литературы**

<https://studfiles.net/preview/826690/>

<https://studme.org/41950/sotsiologiya/primery_anket_sostavlennyh_studentami>

Формы контроля (самоконтроля)

1. Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.

2. Организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе.

3. Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

- уровень освоения учебного материала;

- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;

- обоснованность и четкость изложения материала

Тема самостоятельной работы 2. Оценка анализа опроса, проведенного другим студентом

Цель самостоятельной работы: развитие способностей студентов к исследовательской деятельности.

Задания к самостоятельной работе

-используя составленные анкеты другого студента, сравните их с составленной вами.

-проведите их анализ

Требования к содержанию отчета по самостоятельной работе:

- ответьте на вопросы:

-соответствует ли анкета методике (лекции)?

-какие замечания, несоответствия

-корректировка опроса в соответствии с замечаниями

**Список литературы**

<https://blog.anketolog.ru/2014/08/kak-sostavit-anketu/>

<http://cmko.rgups.ru/wp-content/uploads/2015/05/Результаты-анкетирования-студентов-РГУПС-ПОСЛ.-ВАР.pdf>

Формы контроля (самоконтроля)

1. Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.

2. Организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе.

3. Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

- уровень освоения учебного материала;

- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;

- обоснованность и четкость изложения материала

**Тема 1.6. Принятие маркетинговых решений**

Тема самостоятельной работы 1.Изучение образцов отчетов по ранее проведенным исследованиям

Цель самостоятельной работы: развитие способностей студентов к исследовательской деятельности.

формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;

Задания к самостоятельной работе

-Используйте специальную литературу по выбранной теме, электронные библиотеки или другие Интернет-ресурсы по поиску отчетов по ранее проведенным исследованиям

-проведите их анализ

Требования к содержанию отчета по самостоятельной работе:

- наличие списка и анализ найденных отчетов

**Список литературы**

<https://studfiles.net/preview/6057254/page:6/>

Формы контроля (самоконтроля)

1. Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.

2. Организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе.

3. Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

- уровень освоения учебного материала;

- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;

- обоснованность и четкость изложения материала

Тема самостоятельной работы 2.Компьютерная презентация отчета по проведенному МИ

Цель самостоятельной работы: накопление нового опыта деятельности

Задания к самостоятельной работе:

1.Рекомендации по оформлению и представлению на экране материалов различного вида.

*Текстовая информация:*

размер шрифта: 24–54 пункта (заголовок), 18–36 пунктов (обычный текст);

цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать (текст должен хорошо читаться), но не резать глаза;

тип шрифта: для основного текста гладкий шрифт без засечек (Arial, Tahoma,Verdana), для заголовка можно использовать декоративный шрифт, если он хорошо читаем;

курсив, подчеркивание, жирный шрифт, прописные буквы рекомендуется использовать только для смыслового выделения фрагмента текста.

*Графическая информация:*

рисунки, фотографии, диаграммы призваны дополнить текстовую информацию или передать ее в более наглядном виде;

желательно избегать в презентации рисунков, не несущих смысловой нагрузки, если они не являются частью стилевого оформления;

цвет графических изображений не должен резко контрастировать с общим стилевым оформлением слайда;

иллюстрации рекомендуется сопровождать пояснительным текстом;

если графическое изображение используется в качестве фона, то текст на этом фоне должен быть хорошо читаем.

**Анимация**

Анимационные эффекты используются для привлечения внимания слушателей или для демонстрации динамики развития какого-либо процесса. В этих случаях использование анимации оправдано, но не стоит чрезмерно насыщать презентацию такими эффектами, иначе это вызовет негативную реакцию аудитории.

**Звук**

- звуковое сопровождение должно отражать суть или подчеркивать особенность темы слайда, презентации;

- фоновая музыка не должна отвлекать внимание слушателей и не заглушать слова докладчика.

**Единое стилевое оформление**

Стиль может включать: определенный шрифт (гарнитура и цвет), цвет фона или фоновый рисунок, декоративный элемент небольшого размера и др.;

Не рекомендуется использовать в стилевом оформлении презентации более 3 цветов и более 3 типов шрифта;

Оформление слайда не должно отвлекать внимание слушателей от его содержательной части;

Все слайды презентации должны быть выдержаны в одном стиле;

**Содержание и расположение информационных блоков на слайде**

информационных блоков не должно быть слишком много (3-6);

рекомендуемый размер одного информационного блока — не более 1/2 размера слайда;

желательно присутствие на странице блоков с разнотипной информацией (текст, графики, диаграммы, таблицы, рисунки), дополняющей друг друга;

ключевые слова в информационном блоке необходимо выделить;

информационные блоки лучше располагать горизонтально, связанные по смыслу блоки — слева направо;

наиболее важную информацию следует поместить в центр слайда;

логика предъявления информации на слайдах и в презентации должна соответствовать логике ее изложения.

В тексте ни в коем случае не должно содержаться орфографических ошибок.

**Рекомендации к содержанию презентации.**

*По содержанию:*

На слайдах презентации не пишется весь тот текст, который произносит докладчик

Текст должен содержать только ключевые фразы (слова), которые докладчик развивает и комментирует устно.

Если презентация имеет характер игры, викторины, или какой-либо другой, который требует активного участия аудитории, то на каждом слайде должен быть текст только одного шага, или эти «шаги» должны появляться на экране постепенно.

*По оформлению*

На первом слайде пишется не только название презентации, но и имена авторов (в ученическом случае – и руководителя проекта) и дата создания.

Каждая прямая цитата, которую комментирует или даже просто приводит докладчик (будь то эпиграф или цитаты по ходу доклада) размещается на отдельном слайде, обязательно с полной подписью автора (имя и фамилия, инициалы и фамилия, но ни в коем случае – одна фамилия, исключение – псевдонимы). Допустимый вариант – две небольшие цитаты на одну тему на одном слайде, но не больше.

Все схемы и графики должны иметь названия, отражающие их содержание.

Подбор шрифтов и художественное оформление слайдов должны не только соответствовать содержанию, но и учитывать восприятие аудитории. Например, сложные рисованные шрифты часто трудно читаются, тогда как содержание слайда должно восприниматься все сразу – одним взглядом.

На каждом слайде выставляется колонтитул, включающий фамилию автора и/или краткое название презентации и год создания, номер слайда.

В конце презентации представляется список использованных источников, оформленный по правилам библиографического описания.

Правила хорошего тона требуют, чтобы последний слайд содержал выражение благодарности тем, кто прямо или косвенно помогал в работе над презентацией.

*Кино и видеоматериалы оформляются титрами,* в которых указываются:

- название фильма (репортажа),

- год и место выпуска,

- авторы идеи и сценария,

- руководитель проекта.

**Общие правила оформления презентации**

**Титульный лист**

1.    Название презентации.

2.    Автор: ФИО, студента, место учебы, год.

3.    Логотип филиала.

**Второй слайд «**Содержание» - список основных вопросов, рассматриваемых в содержании. Лучше оформить в виде гиперссылок (для интерактивности презентации).

**Заголовки**

1.    Все заголовки выполнены в едином стиле (цвет, шрифт, размер, начертание).

2.    В конце точка не ставится.

3.    Анимация, как правило, не применяется.

**Текст**

1.     Форматируется по ширине.

2.     Размер и цвет шрифта подбираются так, чтобы было хорошо видно.

3.     Подчеркивание не используется, т.к. оно в документе указывает на гиперссылку.

4.     Элементы списка отделяются точкой с запятой. В конце обязательно ставится точка.

Требования к содержанию отчета по самостоятельной работе:

- наличие презентации на ФК по проведенному МИ

**Список литературы**

[http://it-uroki.ru/uroki/kak-pravilno-oformit-prezentaciyu.htm**l**](http://it-uroki.ru/uroki/kak-pravilno-oformit-prezentaciyu.html)

<http://www.myshared.ru/slide/285971/>

Формы контроля (самоконтроля)

1. Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.

2. Организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе.

3. Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

- уровень освоения учебного материала;

- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;

- обоснованность и четкость изложения материала

**Тема 2.1.Маркетинговые исследования рынка**

Тема самостоятельной работы 1.Анализ емкости потребительского рынка города (по различным товарам)

Цель самостоятельной работы: развитие способностей студентов к исследовательской деятельности,

формирование самостоятельности мышления, формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;

Задания к самостоятельной работе

-Используйте специальную литературу по выбранной теме, электронные библиотеки или другие Интернет-ресурсы по поиску информации согласно вашему МИ

-Решите предложенную задачу, используя выписанные формулы. -проведите расчет емкости, используя формулы в лекции. В случае необходимости воспользуйтесь справочными данными.

Решение задач должно сопровождаться необходимыми пояснениями. Расчётные формулы приводите на отдельной строке, выделяя из текста, с указанием размерности величин. Формулы записывайте сначала в общем виде (буквенное выражение), затем подставляйте числовые значения без указания размерностей, после чего приведите конечный результат расчётной величины. Окончательный ответ следует приводить и в системе СИ.

-Проанализируйте полученный результат факторов, влияющих на емкость рынка

-составьте конспект

Требования к содержанию отчета по самостоятельной работе:

- наличие расчета емкости рынка по своей группе товаров

**Список литературы**

<http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_m/marketingovoe_issledovanie_rynka/>

<https://knowledge.allbest.ru/marketing/2c0b65635a3ac79a4c53a89521216c26_0.html>

Формы контроля (самоконтроля)

1. Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.

2. Организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе.

3. Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

- уровень освоения учебного материала;

- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;

- обоснованность и четкость изложения материала

Тема самостоятельной работы 2.Анализ конъюнктуры потребительского рынка города (по различным товарам)

Цель самостоятельной работы: развитие способностей студентов к исследовательской деятельности.

формирование самостоятельности мышления, формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;

Задания к самостоятельной работе

-Используйте специальную литературу по выбранной теме, электронные библиотеки или другие Интернет-ресурсы по поиску информации согласно вашему МИ

-проведите анализ факторов, влияющих на конъюнктуру рынка

-составьте конспект

Требования к содержанию отчета по самостоятельной работе:

- наличие анализа конъюнктуры потребительского рынка города

**Список литературы**

<https://vuzlit.ru/285129/otsenka_konyunktury_rynka>

<https://studfiles.net/preview/5408243/>

Формы контроля (самоконтроля)

1. Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.

2. Организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе.

3. Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

- уровень освоения учебного материала;

- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;

- обоснованность и четкость изложения материала

Тема самостоятельной работы 3.Регрессивный анализ для изучения связи выбранных маркетинговых показателей

Цель самостоятельной работы: накопление нового опыта деятельности

Задания к самостоятельной работе

1. Обратите внимание, как использовались данные формулы при решении задач на занятии.
2. Выпишите ваш вариант задания
3. Решите предложенную задачу, используя выписанные формулы.
4. В случае необходимости воспользуйтесь справочными данными.
5. Проанализируйте полученный результат (проверьте размерности величин, правильность подстановки в формулы численных значений, правильность расчетов, правильность вывода неизвестной величины из формулы).
6. Решение задач должно сопровождаться необходимыми пояснениями. Расчётные формулы приводите на отдельной строке, выделяя из текста, с указанием размерности величин. Формулы записывайте сначала в общем виде (буквенное выражение), затем подставляйте числовые значения без указания размерностей, после чего приведите конечный результат расчётной величины. Окончательный ответ следует приводить и в системе СИ.

**Показатели оценки** результатов внеаудиторной самостоятельной работы:

- грамотная запись условия задачи и ее решения;

- грамотное использование формул;

- грамотное использование справочной литературы;

- точность и правильность расчетов;

- обоснование решения задачи.

Требования к содержанию отчета по самостоятельной работе:

- наличие расчета показателей регрессивного анализа для изучения связи выбранных маркетинговых показателей

**Список литературы**

<https://vuzlit.ru/253259/metody_korrelyatsionnogo_regressionnogo_analiza_marketingovyh_issledovaniyah>

Формы контроля (самоконтроля)

1. Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.

2. Организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе.

3. Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

- уровень освоения учебного материала;

- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;

- обоснованность и четкость изложения материала

Тема 2.2.Маркетинговые исследования потребителей

Тема самостоятельной работы 1.Проведение исследования поведения потребителей при совершении покупки конкретного товара

Цель самостоятельной работы: развитие способностей студентов к исследовательской деятельности.

формирование самостоятельности мышления, формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;

Задания к самостоятельной работе

Используя алгоритм проведения исследования, описанный в лекции, проведите исследование поведения потребителей при совершении покупки конкретного товара

Требования к содержанию отчета по самостоятельной работе:

- наличие отчета по исследованию поведения потребителей при совершении покупки конкретного товара

**Список литературы**

<https://creativecallproject.ru/marketingovye-issledovaniya/>

<https://infopedia.su/5x2b33.html>

Формы контроля (самоконтроля)

1. Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.

2. Организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе.

3. Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

- уровень освоения учебного материала;

- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;

- обоснованность и четкость изложения материала

Тема самостоятельной работы 2. Составление опорного конспекта по теме Маркетинговые исследования потребителей

Цель самостоятельной работы: - систематизации и закрепления полученных теоретических знаний студентов;

Задания к самостоятельной работе

1. Определите цель составления конспекта.

2. Читая изучаемый материал, разделите его на основные смысловые части, выделите главные мысли, сформулируйте выводы.

3. Составляя конспект, записывайте отдельные слова сокращённо, выписывайте только ключевые слова, делайте ссылки на страницы конспектируемой работы, применяйте условные обозначения.

4. Чтобы форма конспекта отражала его содержание, располагайте абзацы «ступеньками», подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.

5. Отмечайте непонятные места, новые слова, имена, даты.

Требования к содержанию отчета по самостоятельной работе:

- наличие конспекта по теме Маркетинговые исследования потребителей

**Список литературы**

<https://studref.com/427089/turizm/marketingovye_issledovaniya_potrebiteley>

Формы контроля (самоконтроля)

1. Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.

2. Организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе.

3. Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

- уровень освоения учебного материала;

- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;

- обоснованность и четкость изложения материала

Тема самостоятельной работы 3.Подготовка доклада по теме Маркетинговые исследования потребителей

Цель самостоятельной работы: развитие способностей студентов и закрепление полученных теоретических знаний

Задания к самостоятельной работе

*Доклад,* как вид самостоятельной работы в учебном процессе, способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, учит критически мыслить.

При написании доклада по заданной теме студент составляет план, подбирает основные источники.

*Выбор темы доклада*.

Тематика доклада обычно определяется преподавателем. Прежде чем выбрать тему доклада, автору необходимо выявить свой интерес, определить, над какой проблемой он хотел бы поработать, более глубоко ее изучить.

*Этапы работы над докладом*

Формулирование темы, причем она должна быть не только актуальной по своему значению, но и оригинальной, интересной по содержанию. Подбор и изучение основных источников по теме (как правильно, при разработке доклада используется не менее 8-10 различных источников). Составление списка использованных источников. Обработка и систематизация информации. Разработка плана доклада. Написание доклада. Публичное выступление с результатами исследования.

*Структура доклада:*

- титульный лист

- оглавление (в нем последовательно излагаются названия пунктов доклада, указываются страницы, с которых начинается каждый пункт);

- введение (формулирует суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада, дается характеристика используемой литературы);

- основная часть (каждый раздел ее, доказательно раскрывая отдельную проблему или одну из ее сторон, логически является продолжением предыдущего; в основной части могут быть представлены таблицы, графики, схемы);

- заключение (подводятся итоги или дается обобщенный вывод по теме доклада, предлагаются рекомендации);

- список использованных источников (представляет собой перечень использованных книг, статей, фамилии авторов приводятся в алфавитном порядке, при этом все источники даются под общей нумерацией литературы. В исходных данных источника указываются фамилия и инициалы автора, название работы, место и год издания).

*Требования к оформлению доклада*

Объем доклада может колебаться в пределах 5-15 печатных страниц; все приложения к работе не входят в ее объем. Доклад должен быть выполнен грамотно, с соблюдением культуры изложения. Обязательно должны иметься ссылки на используемую литературу. Должна быть соблюдена последовательность написания библиографического аппарата.

**Рекомендации по выступлению с докладом** Важно при подготовке доклада учитывать три его фазы: мотивацию, убеждение, побуждение.

В первой фазе доклада рекомендуется использовать:

- риторические вопросы;

- актуальные местные события;

- личные происшествия;

- истории, вызывающие шок;

- цитаты, пословицы;

- возбуждение воображения;

- оптический или акустический эффект; неожиданное для слушателей начало доклада.

Как правило, используется один из перечисленных приёмов. Главная цель фазы открытия (мотивации) – привлечь внимание слушателей к докладчику, поэтому длительность её минимальна.

Ядром хорошего доклада является информация. Она должна быть новой и понятной. Важно в процессе доклада не только сообщить информацию, но и убедить слушателей в правильности своей точки зрения. Для убеждения следует использовать:

-сообщение о себе - кто?

-обоснование необходимости доклада - почему?

-доказательство - кто? когда? где? сколько?

-пример - берём пример с …

-сравнение - это так же, как…

-проблемы - что мешает?

Третья фаза доклада должна способствовать положительной реакции слушателей. В заключении могут быть использованы:

-  обобщение;

-  прогноз;

-  цитата;

-  пожелания;

-  объявление о продолжении дискуссии;

-  просьба о предложениях по улучшению; благодарность за внимание.

При общении следует помнить о правильной реакции (реплике) на задаваемые вам вопросы. Правильная реакция на вопрос:

- «Да».

- «Хорошо».

- «Спасибо, что вы мне сказали».

- «Это является совсем новой точкой зрения».

- «Это можно реализовать».

- «Вы попали в точку».

- «Именно это я имею в виду».

- «Прекрасная идея».

- «Это можно делать и так».

- «Вы правы».

- «Спасибо за Ваши указания».

- «Это именно и является основным вопросом проблемы».

Требования к содержанию отчета по самостоятельной работе:

- наличие доклада по теме Маркетинговые исследования потребителей

**Список литературы**

<https://works.doklad.ru/view/iWFBtI6SOzk.html>

Формы контроля (самоконтроля)

1. Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.

2. Организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе.

3. Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.

Критерии оценки доклада

- актуальность темы исследования;

- соответствие содержания теме;

- глубина проработки материала; правильность и полнота использования источников;

- соответствие оформления доклада стандартам.

«Отлично»- объем доклада - 5-6 страниц, полностью раскрыта тема доклада, информация взята из нескольких источников, доклад написан грамотно, без ошибок, текст напечатан аккуратно, в соответствии с требованиями.

При защите доклада студент продемонстрировал отличное знание материала работы, приводил соответствующие доводы, давал полные развернутые ответы на вопросы и аргументировал их.

«Хорошо» -  объём доклада - 4-5 страниц, полностью раскрыта тема доклада, информация взята из нескольких источников, реферат написан грамотно,  текст напечатан аккуратно, в соответствии с требованиями, встречаются небольшие опечатки. При защите доклада студент продемонстрировал хорошее знание материала работы, приводил соответствующие доводы, но не смог дать полные развернутые ответы на вопросы и привести соответствующие аргументы.

«Удовлетворительно» - объём доклада - менее 4 страниц, тема доклада раскрыта не полностью, информация взята из одного источника, реферат написан с ошибками, текст напечатан неаккуратно, много опечаток.

При защите доклада студент продемонстрировал слабое знание материала работы, не смог привести соответствующие доводы и аргументировать сои ответы.

«Неудовлетворительно» - объем доклада -  менее 4 страниц, тема доклада нераскрыта, информация взята из 1 источника, много ошибок в построении предложений, текст напечатан неаккуратно, много опечаток.

При защите доклада студент продемонстрировал слабое знание материала работы, не смог раскрыть тему не отвечал на вопросы

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

- уровень освоения учебного материала;

- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;

- обоснованность и четкость изложения материала

**Тема 2.3.Маркетинговые исследования**

Тема самостоятельной работы 1.Работа со специальной литературой по изучению и анализу примеров ранее проведенных исследований товаров

Цель самостоятельной работы: - систематизации и закрепления полученных теоретических знаний студентов; формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;

Задания к самостоятельной работе

*Поиск источников***.** Грамотно сформулированная тема зафиксировала предмет изучения; задача студента — найти информацию, относящуюся к данному предмету и разрешить поставленную проблему. Выполнение этой задачи начинается с поиска источников. На этом этапе необходимо вспомнить, как работать с энциклопедиями и энциклопедическими словарями (обращать особое внимание на список литературы, приведенный в конце тематической статьи); как работать с систематическими и алфавитными каталогами библиотек; как оформлять список литературы (выписывая выходные данные книги и отмечая библиотечный шифр).

*Работа с источниками.*

Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного изучения. В зависимости от результатов ознакомительного чтения выбирается дальнейший способ работы с источником. Если для разрешения поставленной задачи требуется изучение некоторых фрагментов текста, то используется метод выборочного чтения. Если в книге нет подробного оглавления, следует обратить внимание ученика на предметные и именные указатели. Избранные фрагменты или весь текст (если он целиком имеет отношение к теме) требуют вдумчивого, неторопливого чтения с «мысленной проработкой» материала. Такое чтение предполагает выделение: 1) главного в тексте; 2) основных аргументов; 3) выводов.

Особое внимание следует обратить на то, вытекает тезис из аргументов или нет. Необходимо также проанализировать, какие из утверждений автора носят проблематичный, гипотетический характер и уловить скрытые вопросы. Понятно, что умение таким образом работать с текстом приходит далеко не сразу. Наилучший способ научиться выделять главное в тексте, улавливать проблематичный характер утверждений, давать оценку авторской позиции — это сравнительное чтение, в ходе которого студент знакомится с различными мнениями по одному и тому же вопросу, сравнивает весомость и доказательность аргументов сторон и делает вывод о наибольшей убедительности той или иной позиции.

Требования к содержанию отчета по самостоятельной работе:

- наличие конспекта по теме Маркетинговые исследования потребителей

**Список литературы**

<http://www.grandars.ru/student/marketing/marketingovye-issledovaniya.html>

Формы контроля (самоконтроля)

1. Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.

2. Организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе.

3. Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

- уровень освоения учебного материала;

- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;

- обоснованность и четкость изложения материала

Тема самостоятельной работы 2.Создание картотеки информационных источников по теме

Цель самостоятельной работы: - систематизации и закрепления полученных теоретических знаний студентов;

Задания к самостоятельной работе: работа по трансформации учебного материала, перевод его из одной формы в другую

Создание картотеки информационных источников по теме Маркетинговые исследования потребителей

**Список литературы**

<https://studref.com/347762/marketing/marketingovye_issledovaniya>

<https://studfiles.net/preview/5347501/page:8/>

Формы контроля (самоконтроля)

1. Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.

2. Организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе.

3. Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

- уровень освоения учебного материала;

- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;

- обоснованность и четкость изложения материала

Тема самостоятельной работы 3.Выявление сильных и слабых сторон исследуемого товара

Цель самостоятельной работы: развитие способностей студентов к исследовательской деятельности.

Задания к самостоятельной работе

-Выявление сильных и слабых сторон исследуемого товара по теме МИ

Требования к содержанию отчета по самостоятельной работе:

- наличие перечня выявленных сильных и слабых сторон исследуемого товара

**Список литературы**

<https://studopedia.ru/9_12057_viyavlenie-silnih-i-slabih-storon-organizatsii.html>

<https://studfiles.net/preview/5248936/page:2/>

Формы контроля (самоконтроля)

1. Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.

2. Организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе.

3. Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

- уровень освоения учебного материала;

- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;

- обоснованность и четкость изложения материала

Тема 2.4. Исследования маркетинговой деятельности организации как объекта автоматизации

Тема самостоятельной работы 1Исследование и анализ сильных и слабых сторон организации

Цель самостоятельной работы: формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, совершенствованию и самоорганизации;

Задания к самостоятельной работе

Используя данную на лекции матрицу свот-анализа, заполните четыре поля с применением материала лекции по теме проведенного МИ

Требования к содержанию отчета по самостоятельной работе:

- наличие перечня выявленных сильных и слабых сторон организации по теме проведенного МИ

**Список литературы**

<https://megalektsii.ru/s25816t9.html>

<https://studme.org/50680/menedzhment/avtomatizatsiya_marketingovyh_issledovaniy_primenenie_internet-tehnologiy>

Формы контроля (самоконтроля)

1. Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.

2. Организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе.

3. Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

- уровень освоения учебного материала;

- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;

- обоснованность и четкость изложения материала

Тема самостоятельной работы 2.Подготовка к дифференцированному зачету

Цель самостоятельной работы: формирование самостоятельности мышления, способностей к самоорганизации;

Задания к самостоятельной работе: Подготовка к дифференцированному зачету по материалам лекций

Формы контроля (самоконтроля)

1. Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.

2. Организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе.

3. Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

- уровень освоения учебного материала;

- уровень умения активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;

- обоснованность и четкость изложения материала

Приложение

**Оценочный лист компьютерной презентации**

ФИО \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Учебная дисциплина ПМ, МДК\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Тема\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Группа\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_специальность\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Преподаватель\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Критерии** | **ДА**  **(2 балл)** | **НЕТ**  **(1 балл)** | **Оценка в баллах**  18-15 -оценка «5»;  14-10 - оценка «4»;  9-4 - оценка «3»;  3 и ниже -оценка «2» |
| Лаконичность, ясность |  |  |  |
| Уместность применения |  |  |
| Соответствие содержанию выступления |  |  |
| Содержательность материала презентации |  |  |
| Наглядность материала |  |  |
| Разумное использование эффектов |  |  |
| Название слайдов |  |  |
| Наличие списка источников |  |  |
| Дизайнерские новинки |  |  |
| **Итог** |  |  |  |

Подпись преподавателя\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Оценочный лист конспекта**

ФИО \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Учебная дисциплина ПМ, МДК\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Тема конспектирования\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Группа\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_специальность\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Преподаватель\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Критерии оценивания** | **Максим. кол-во баллов** | **Кол-во баллов** | **Оценка** |
| 20-17 –оценка «5»;  16-13 – оценка «4»;  12-9 – оценка «3»;  8 и ниже -оценка «2» |
| **Системность** | 3 |  |  |
| **Краткость** | 3 |  |
| **Сохранение логики материала** | 3 |  |
| **Убедительность** | 1 |  |
| **Умение выделять главное** | 3 |  |
| **Аккуратность** | 1 |  |
| **Умение моделировать ситуацию** | 2 |  |
| **Грамотность** | 2 |  |
| **Общее впечатление** | 2 |  |
| **Общее кол-во баллов** | |  |

Подпись преподавателя\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Образцы отчетности по самостоятельной работе (с критериями оценки)**

**Оценочный лист реферата**

ФИО \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Группа\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ специальность\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Преподаватель\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Тема реферата\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Учебная дисциплина, МДК, ПМ\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Критерии оценки реферата** | **Максим.**  **кол-во**  **баллов** | **Кол-во баллов** |
| **Новизна текста** | | |
| Актуальность темы исследования | **2** |  |
| Самостоятельность в постановке проблемы | **2** |  |
| Наличие авторской позиции | **3** |  |
| Стилевое единство текста | **2** |  |
| **Степень раскрытия сути исследуемой проблемы** | | |
| Соответствие плана теме реферата | **3** |  |
| Соответствие содержания теме и плану | **3** |  |
| Полнота и глубина раскрытия основных положений | **3** |  |
| Обоснованность способов и методов работы с материалом | **1** |  |
| Умение работать с литературой | **2** |  |
| Умение систематизировать и структурировать | **1** |  |
| Умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения | **1** |  |
| **Обоснованность выбранных источников** | | |
| Полнота использования работ по проблеме | **1** |  |
| Привлечение работ известных исследователей, новых статистических данных и т.п. | **1** |  |
| **Требования к оформлению** | | |
| Грамотность и культура оформления | **1** |  |
| Владение терминологией | **1** |  |
| Соблюдение орфографического режима | **1** |  |
| Соблюдение единой стилистики изложения | **1** |  |
| Наличие приложений | **1** |  |
| Средний балл | |  |
| Окончательная оценка | |  |

**Оценка в баллах**

30-25 -оценка «5»;

24-20 - оценка «4»;

19-15 - оценка «3»;

14 и ниже - оценка «2»

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_