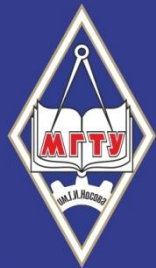


МГТУ
МАГНИТОГОРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Г. И. НОСОВА

Раздел 3 Основы процесса бизнес-планирования в предпринимательской деятельности

Тема 3.2 Маркетинг в системе бизнес-планирования





МГТУ
МАГНИТОГОРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Г. И. НОСОВА

ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ ТЕМЫ

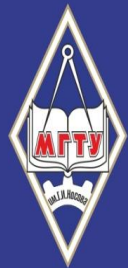
Маркетинг в системе бизнес-планирования

слова «помощники»:

Узнаем, изучим, определим, научимся...

- Узнаем о роли и значении маркетинга в бизнесе
- Изучим цели, функции, источники маркетинга
- Определим содержание плана маркетинга
- Научимся анализировать потребительский рынок, планировать маркетинговые мероприятия





МГТУ

МАГНИТОГОРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Г. И. НОСОВА

ВИДЫ ЗАНЯТИЙ ПО ТЕМЕ И ФОРМЫ КОНТРОЛЯ

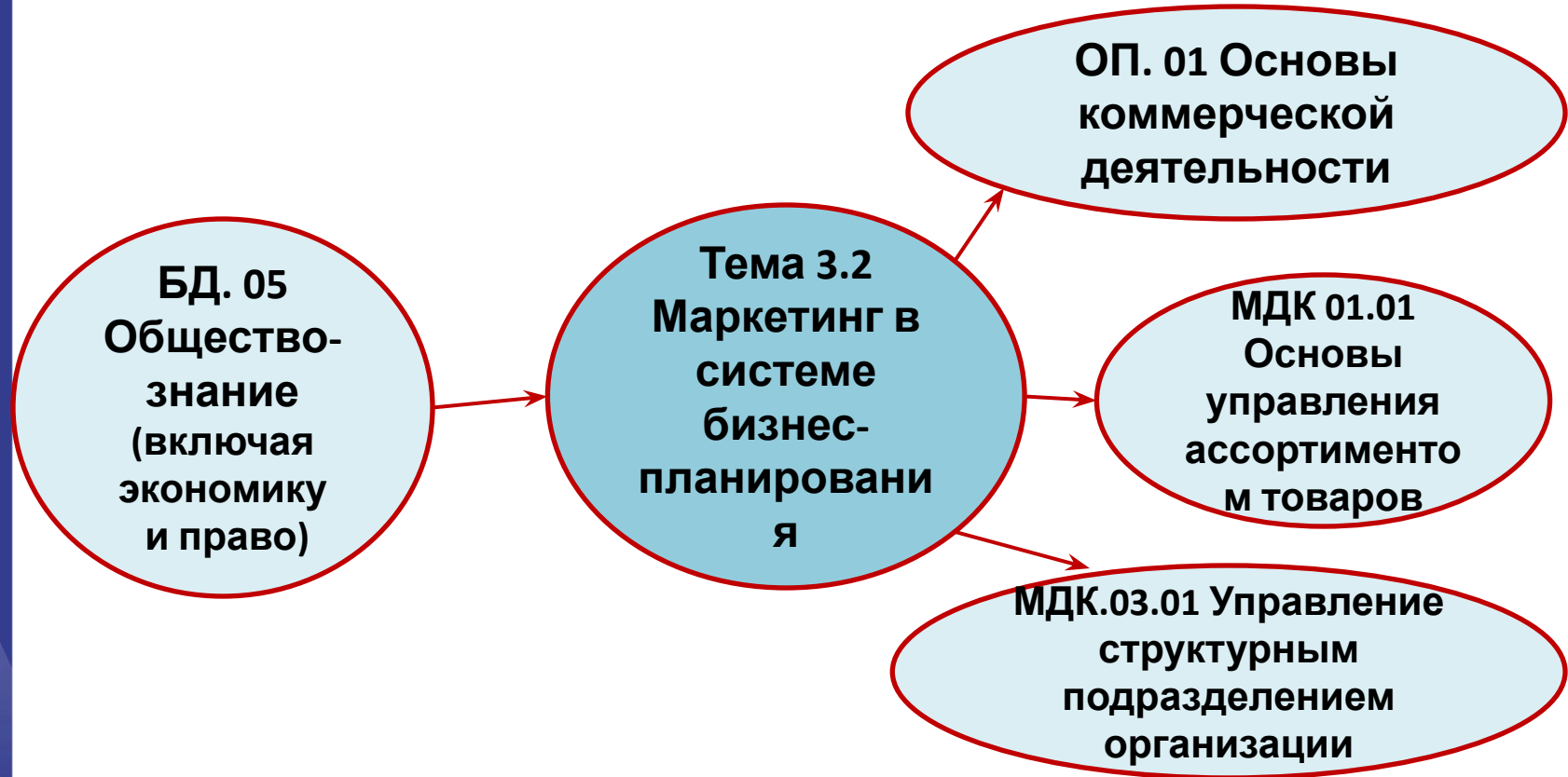
ВИД ЗАНЯТИЯ	КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ	ФОРМЫ КОНТРОЛЯ
1. Комбинированный урок (занятие 14 - 15)	4	Тест, задача, упражнения, видеодиктант
2. Практическое занятие № 4 Организация маркетинговой деятельности в системе предпринимательства (занятие 16 - 17)	4	Защита практической работы



МГТУ

МАГНИТОГОРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Г. И. НОСОВА

МЕЖПРЕДМЕТНЫЕ СВЯЗИ





МГТУ

МАГНИТОГОРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Г. И. НОСОВА

ВНУТРИПРЕДМЕТНЫЕ СВЯЗИ





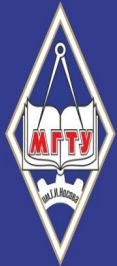
МГТУ

МАГИТОГОРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Г. И. НОСОВА

ПРОБЛЕМЫ:

- 1. Почему люди, начиная свой бизнес, часто терпят неудачи?**
- 2. Почему потребителя считают «Королём» рынка?**
- 3. Почему принято утверждать, что реклама – двигатель торговли?**
- 4. Почему вести бизнес без маркетинга невозможно в современных рыночных условиях?**





МГТУ

МАГНИТОГОРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Г. И. НОСОВА

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ РАЗМИНКА: ВХОДНОЕ ТЕСТИРОВАНИЕ

Цель тестирования:

Определение уровня усвоения опорных знаний по
изученным темам:

Тема 1.1 Предпринимательская деятельность как
экономическая и правовая категория

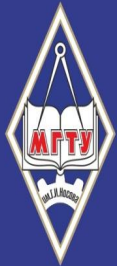
Тема 1.2 Фирма как основной субъект
предпринимательской деятельности

Тема 3.1 Назначение и структура бизнес-плана



*Индивидуальная папка
студента :
Входной тест – стр. 2*



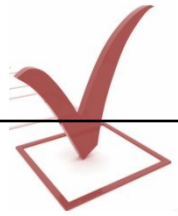


МГТУ

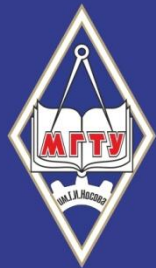
МАГНИТОГОРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ.Г.И.НОСОВА

ПРОВЕРЯЕМ

14



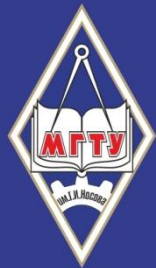
1. Право граждан заниматься предпринимательской деятельностью установлено:	В) Конституцией РФ
2. Преимущества индивидуального предпринимательства:	Б, Г, Д, Ж
3. Бизнес-план – это:	Б) План осуществления предпринимательского проекта
4. Характеристика участников бизнеса:	1 – В; 2 – Д; 3 – А; 4 – Г; 5 – Б
5. Анализ ситуации:	1. Не приобретали ресурсы 2. Не получили прибыль 3. Не было самостоятельности



АССОЦИАЦИИ

**Товар, реклама,
продажи, скидки,
магазин, рынок,
потребности, обмен,
исследования...**





МГТУ

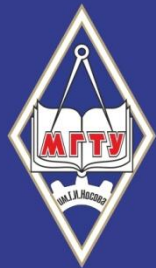
МАГНИТОГОРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Г. И. НОСОВА

МАРКЕТИНГ

Вид человеческой деятельности,
направленный на удовлетворение
нужд и потребностей посредством
обмена



**Запишите
определение
в ПАСПОРТ ТЕМЫ
(Приложение А)**



МГТУ

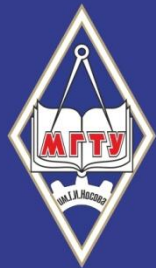
МАГНИТОГОРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Г. И. НОСОВА

ЦЕЛИ И ФУНКЦИИ МАРКЕТИНГА



1. Запишите цели и функции маркетинга в ПАСПОРТ ТЕМЫ (Приложение А)
1. Используйте СТИМУЛЬНЫЙ МАТЕРИАЛ – БЛОК 1 (Приложение Б)





МГТУ

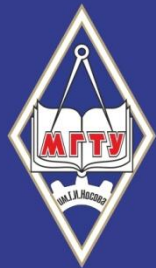
МАГНИТОГОРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Г. И. НОСОВА

ПРОВЕРЯЕМ

:



ЦЕЛИ	ФУНКЦИИ
1. Удовлетворение потребностей клиентов 2. Привлечение новых клиентов и сохранение старых клиентов 3. Формирование спроса и стимулирование сбыта 4. Расширение объёмов	1. Исследование рынка 2. Организация товарной политики 3. Формирование ценовой политики 4. Организация сбытовой политики 5. Коммуникационная политика (продвижение товара)



МГТУ

МАГНИТОГОРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Г. И. НОСОВА

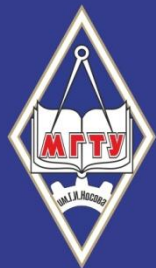
РАБОТА В МИКРОГРУППАХ

Ситуация № 1 **Определение функций маркетинга**



**Определите и запишите функции маркетинга
в КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЙ ЛИСТ
МИКРОГРУППЫ
(Приложение В)**





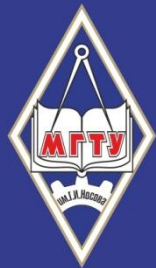
МГТУ

МАГНИТОГОРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Г. И. НОСОВА

ПРОВЕРЯЕМ



А) Магазин канцелярских товаров открывает новый отдел – «Сувениры»	Организация товарной политики
Б) Торговая сеть «Эльдорадо» проводит опрос своих клиентов с целью определения удовлетворённости качеством товара	Исследование рынка
В) Кафе устанавливает скидки на десерты два раза в неделю	Формирование ценовой политики
Г) Торговый центр «Галамарт» использует прямую почтовую рассылку (распространение листовок)	Коммуникационная политика (продвижение товара)
Д) Магазин бытовой техники осуществляет бесплатную доставку товаров по адресу клиента	Организация сервиса
Е) Ресторан «ГрадЪ» реализует холодные блюда и кондитерскую продукцию через	Организация сбытовой политики



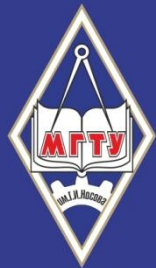
МГТУ

МАГНИТОГОРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Г. И. НОСОВА

ИСТОЧНИКИ МАРКЕТИНГА

1. Запишите источники маркетинга и их характеристику в ПАСПОРТ ТЕМЫ (Приложение А)
2. Используйте СТИМУЛЬНЫЙ МАТЕРИАЛ – БЛОК 2 (Приложение Б)





МГТУ

МАГНИТОГОРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Г. И. НОСОВА

ПРОВЕРЯЕМ

:



1. Нужда

2. Потребность

4. Товар

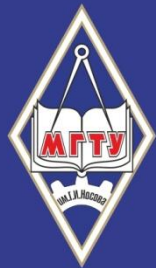
3. Спрос

5. Обмен

6. Сделка

7. Рынок





МГТУ

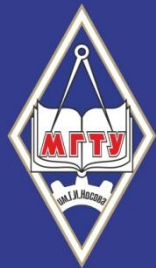
МАГНИТОГОРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Г. И. НОСОВА

РАБОТА В МИКРОГРУППАХ

Ситуация № 2 **Определение** **ИСТОЧНИКОВ** **маркетинга**

**Определите и запишите источники маркетинга в
КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЙ ЛИСТ
МИКРОГРУППЫ
(Приложение В)**





МГТУ

МАГНИТОГОРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Г. И. НОСОВА

РАБОТА В МИКРОГРУППАХ

Ситуация № 3 **Определение действий потребителя**

**Определите и запишите действия потребителя
в КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЙ ЛИСТ
МИКРОГРУППЫ
(Приложение В)**





МГТУ

МАГНИТОГОРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Г. И. НОСОВА

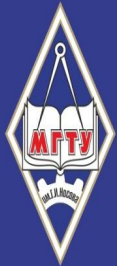
ПРОДВИЖЕНИЕ

Совокупность средств, при помощи которых можно убедить потребителей купить то, что продаёт данная организация: товары или услуги



1. Запишите 4 средства продвижения в ПАСПОРТ ТЕМЫ (Приложение А)
2. Используйте СТИМУЛЬНЫЙ МАТЕРИАЛ – БЛОК 3 (Приложение Б)



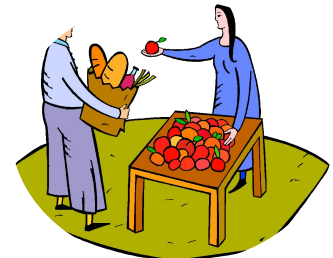


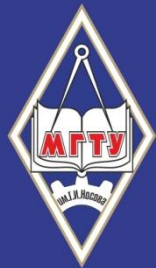
МГТУ

МАГНИТОГОРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Г. И. НОСОВА

СРЕДСТВА ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ

- 1.
 - Реклама
- 2.
 - Стимулирование сбыта
- 3.
 - Связи с общественностью (PR)
- 4.
 - Личные продажи





МГТУ

МАГНИТОГОРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Г. И. НОСОВА

РАБОТА В МИКРОГРУППАХ

Ситуация № 4



Предпринимательская задача

Как **увеличить** объём
продаж, затратив, при
этом, **минимум** средств?



Реклама



Стимулирование
сбыта



РР



ПРИЛОЖЕНИЕ
Г, Е



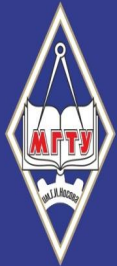
МГТУ

МАГНИТОГОРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Г. И. НОСОВА

ПРОВЕРЯЕМ: ЭТАЛОНЫ ОТВЕТОВ



- | | |
|--------------------------------|-------------------|
| 1. Реклама | 1, 3, 4, 7 |
| 2. Стимулирование сбыта | 5, 6, 8, |
| 9 | |
| 3. PR | 2 |
| 4. Личные продажи | 10, 11 |



МГТУ

МАГНИТОГОРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Г. И. НОСОВА

ТЕСТ САМОКОНТРОЛЯ

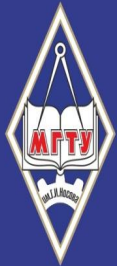
Цель тестирования:

**Определение уровня усвоения новых знаний по теме 3.2
Маркетинг в системе бизнес-планирования**



***Индивидуальная папка
студента :
Тест самоконтр***





МГТУ

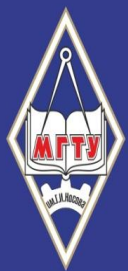
МАГНИТОГОРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Г. И. НОСОВА

ПРОВЕРЯЕМ:

13



1. Маркетинговой целью предпринимательства является:	А) Удовлетворить потребности клиента
2. Фактор маркетинга, влияющий на успешность предпринимательской деятельности:	Б) Грамотная рекламная политика
3. Маркетинг – это:	В) Управление рынком ради осуществления обменов с целью более полного удовлетворения запросов потребителей
4. Первоначальным источником маркетинга является:	В) Нужда
5. Источник маркетинга:	А) Спрос
6. Товар – это:	Г) Всё, что может удовлетворить потребность или нужду



МГТУ

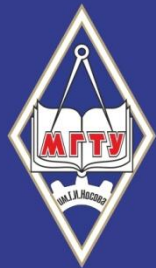
МАГНИТОГОРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Г. И. НОСОВА

Вопросы итоговой рефлексии:



**Оцените
эффективность
занятия по 5-
балльной шкале
(Контрольно-
оценочный лист
микрогруппы)**

1. Какова цель урока?
2. Что было самым важным на уроке?
3. Что для Вас было легко (трудно)?
4. Довольны ли Вы работой в микрогруппе?



МГТУ

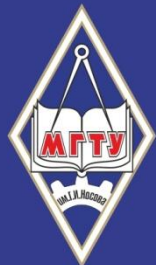
МАГНИТОГОРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Г. И. НОСОВА

ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЙ ПРИНЦИП МАРКЕТИНГА:

**Не пытайтесь сбыть то, что Вам удалось
выпустить, а производите то, что у Вас
безусловно будет куплено!**

ДОМАШНЕЕ ЗАДАНИЕ

**Составьте и запишите в тетрадь 10
вопросов по основным понятиям темы:
Что? Где? Почему? Сколько? Какой? Зачем?
Каким образом? Какая взаимосвязь? Из чего
состоит? Каково назначение?**



МГТУ

МАГНИТОГОРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Г. И. НОСОВА

**СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ!**

