

имиджа, психологические аспекты влияния корпоративной символики на восприятие имиджа.

Предлагаемое учебное пособие можно легко адаптировать к модульно-рейтинговой технологии обучения, так как разбивка пособия на отдельные темы соотносится с разбивкой системы маркетинговых коммуникаций по отдельным средствам. Материалы практикума адаптированы для создания электронных учебников и хорошо подходят для самостоятельного изучения материала студентами. Пособие содержит 43 задания, включающие как методические указания по решению, так и решение конкретной функциональной задачи.

Библиографическая ссылка

1. Бурцева Т.А., Миронова Н.А., Гурова Е.С., Просвирякова К.Л. маркетинговые коммуникации. Практикум. – Киров: Вятская ГСХА, 2011. – 219 с.

МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ. ПРАКТИКУМ (учебное пособие)

Бурцева Т.А., Никонова Н.В.

ГОУ ВПО «Тульский государственный университет», Тула, e-mail: brcvlg@rambler.ru

В учебном пособии в лаконичной, доступной для понимания форме изложены теоретические материалы и материалы по решению различных функциональных задач в области маркетингового анализа деятельности предприятия. При интерпретации результатов анализа маркетинговой деятельности предприятия современные программные продукты SPSS, Minitab.

Назначение: Для студентов экономических специальностей вузов, аспирантов, научных сотрудников, обучающихся по направлению подготовки бакалавров «Менеджмент», «Экономика» и специальностей «Маркетинг», «Менеджмент», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит».

Для специалистов указанных направлений и специальностей важно владение не только теоретическими знаниями в области маркетингового анализа, но и владение практическими навыками в использовании инструментов анализа маркетинга, что в полной мере реализует данное учебное пособие.

В практикуме рассматриваются все основные направления маркетингового анализа деятельности предприятия.

В учебном пособии рассматриваются следующие темы:

Тема 1. Маркетинговый анализ покупателей: анализ структуры покупательских предпочтений, измерение степени удовлетворенности покупателей, определение основных характеристик покупателей.

Тема 2. Маркетинговый анализ конкурентной среды.

Тема 3. Анализ деятельности предприятий – конкурентов.

Тема 4. Маркетинговый анализ товарной политики предприятия.

Тема 5. Маркетинговый анализ ассортиментной политики предприятия.

Тема 6. Маркетинговый анализ ценовой политики предприятия.

Тема 7. Маркетинговый анализ сбытовой политики предприятия.

Тема 8. Маркетинговый анализ политики продвижения товара.

Отдельным блоком в учебном пособии рассматриваются вопросы контроля маркетинговой деятельности предприятия и маркетинг-аудита.

Тема 9. Контроль маркетинговой деятельности: контроль результатов. Включает контроль сбыта, деятельности службы сбыта, контроль рыночной доли, контроль неэкономических факторов.

Тема 10. Маркетинг – аудит: оценка информационного обеспечения маркетинговых решений, анализ стратегий развития предприятия и оценка эффективности реализации выбранных стратегий, контроль мероприятий маркетинга, контроль маркетинга-микс, контроль организационных процессов и структур, анализ численности работников службы маркетинга, оценка эффективности системы управления маркетингом.

Предлагаемое учебное пособие можно легко адаптировать к модульно-рейтинговой технологии обучения, так как разбивка пособия на отдельные темы соотносится с разбивкой системы маркетингового анализа по отдельным направлениям. Материалы практикума адаптированы для создания электронных учебников и хорошо подходят для самостоятельного изучения материала студентами.

Пособие содержит 51 задание, включающие как методические указания по решению, так и решение конкретной функциональной задачи.

Библиографическая ссылка

1. Бурцева Т.А. маркетинговый анализ. Практикум. – Киров: Вятская ГСХА, 2011. – 180 с.

ПУШНИНА ЗАПАДНОЙ СИБИРИ: ОСНОВЫ ТОВАРОВЕДЕНИЯ И РЫНОК (учебное пособие)

Гончарова О.В.

Омский институт (филиал) Российского государственного торгово-экономического университета, Омск, e-mail: oksana04@yandex.ru

Учебное пособие «Пушнина Западной Сибири: основы товароведения и рынок» является первой частью цикла «Пушнина Западной Сибири» и включает подробное изложение вопросов, охватывающих большинство аспектов раздела «Пушно-меховые товары» дисциплины «Товароведение и экспертиза одежно-обувных и пушно-меховых товаров», состоит из пяти разделов: Товароведение и экспертиза качества пушнины; Характеристика основных видов

пушнины, заготавливаемой в Омской области; Товароведение и экспертиза пушно-меховых полуфабрикатов; Характеристика основных видов пушных полуфабрикатов Омской области; Пушно-меховой рынок: история, торговля, пушно-меховые аукционы.

Имеющаяся учебная литература по товароведению и экспертизе пушно-меховых товаров освещает в основном вопросы, связанные с ассортиментом и качеством готовой продукции. Литературы по общим вопросам пушно-мехового сырья как основного фактора, обеспечивающего качество готовых изделий, недостаточно, а литература по сырью и пушно-меховым полуфабрикатам эцунных видов Западной Сибири и их реализации на мировом рынке полностью отсутствует. Актуальность учебного пособия связана с рядом обстоятельств, определяющих качество познавательных процессов в области товароведческого знания: это редкость таких исследований на региональном материале. Существенной особенностью работы является актуальность экономической оценки использования пушнины.

Цель данного учебного пособия – обеспечить студентов теоретическими знаниями в области товароведения пушно-меховых сырья и полуфабрикатов как объектов коммерческой деятельности Западной Сибири, а также в процедуре товароведческой экспертизы при оценке уровня их качества. Основные задачи, решаемые в пособии:

- 1) изучение ассортимента пушно-мехового сырья (зимние, весенние виды) в региональном аспекте;
- 2) изучение строения меховых шкур;
- 3) исследование воздействия факторов среды обитания животных на свойства их кожной ткани и волосяного покрова;
- 4) изучение влияния технологических процессов производства мехового полуфабриката на формирование его потребительских свойств и образование производственных дефектов;
- 5) изучение ассортимента пушно-мехового полуфабриката (зимние, весенние виды) в региональном аспекте;
- 6) изучение потребительских свойств меха;
- 7) изучение экономических факторов реализации пушнины;
- 8) изучение удельного веса промышленной (дикий) пушнины и ее ценностного выражения на пушно-меховом рынке.

Данная работа отражает вопросы товароведения пушно-меховых товаров, их реализацию на пушно-меховом рынке. Пособие обобщает ценный опыт, накопленный учеными и опыт самого автора. Следует отметить стремление обогатить работу научно-исследовательскими данными, данными XXI века. Как автор работ по истории и экономике пушно-мехового промысла, Гончарова О.В. обращает внимание на

изучение экономических факторов реализации пушнины; изучение удельного веса промышленной пушнины и ее ценностного выражения на пушно-меховом рынке. В книге широко использованы данные действующих ГОСТов, архивные и литературные материалы, научно-исследовательские данные.

Пособие необходимо для студентов на пути овладения ими теоретическими основами товароведения и экспертизы пушно-меховых товаров, экономического значения пушнины на региональном и международном уровнях. Оно содержит материал, необходимый для самостоятельной подготовки студентов с целью получения ими навыков самостоятельного изучения дисциплины. Высокий научный уровень учебного материала сочетается с его практической направленностью. Освоение материалов студентами предполагается облегчить выделением ключевых понятий, формулировок, классификаций, использованием наглядных материалов, которые позволят зрительно представить внешний вид товаров, лучше усвоить изучаемый материал.

Учебное пособие предназначено для студентов специальности 080401 «Товароведение и экспертиза товаров (продовольственных, непродовольственных)», аспирантов, специалистов высшего профессионального образования, а также для практических работников торговли, исследователей и широкого круга читателей, чья деятельность связана с товароведением и экспертизой пушно-меховых товаров.

**ПРОГРАММА, МЕТОДИЧЕСКИЕ
УКАЗАНИЯ И ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ
ЗАДАНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ
КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО
МАТЕМАТИЧЕСКИМ МЕТОДАМ
И МОДЕЛЯМ В ЭКОНОМИКЕ
(учебно-методическое пособие)**

Завьялов О.Г., Кононов В.М.

*Уральский социально-экономический институт
АТусО, Челябинск, e-mail: zavyalovog@mail.ru*

Содержание учебно-методического пособия соответствует государственным образовательным стандартам высшего профессионального образования для студентов-бакалавров, обучающихся по направлению «Экономика» и «Менеджмент».

Учебно-методическое пособие по математическим методам и моделям в экономике содержит примеры решения задач по каждой теме контрольной работы по математическим методам и моделям в экономике. Учебно-методическое пособие позволяет достаточно эффективно использовать его в процессе аудиторной и самостоятельной работы студентов, при проведении контрольных мероприятий, зачетов, экзаменов, при тестировании студентов.

Пособие содержит 330 индивидуальных заданий для самостоятельного решения.