

темам дисциплины «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности».

Назначение: Для студентов экономических, гуманитарных специальностей вузов, аспирантов, научных сотрудников, обучающихся по направлению подготовки бакалавров «Менеджмент», «Экономика» и специальностей «Маркетинг», «Менеджмент», «Реклама», «Связи с общественностью».

Для специалистов указанных направлений и специальностей важно владение не только теоретическими знаниями в области маркетинга в отраслях и сферах деятельности, но и владение практическими навыками в использовании средств маркетинговых мероприятий, что в полной мере реализует данное учебное пособие.

В практикуме рассматриваются все основные элементы и все основные средства маркетинга предприятий и организаций различных сфер деятельности, имеющие свои специфические черты.

В учебном пособии рассматриваются следующие темы:

Тема 1. Маркетинг в промышленности: построение графиков безубыточности, определение объёмов производства, анализ факторов цены и количества продукции, оценка конкурентных преимуществ, расчёт цены на товар.

Тема 2. Маркетинг в торговле: матрица совместных покупок, расчёт дополнительной прибыли, растёт индикаторов выбора, определение скорости продаж, оценка структура рынков сбыта, расчёт коэффициента безопасности выхода на рынок, купонное стимулирование товара, ценовое поведение фирмы, определение ценовых скидок.

Тема 3. Маркетинг в сфере услуг: определение конкурентных преимуществ предприятия сферы услуг, оценка качества услуг предприятий сферы услуг.

Тема 4. Маркетинг образовательных услуг: оценка инвестиций в образование.

Тема 5. Банковский маркетинг.

Тема 6. Маркетинг в страховом бизнесе.

Тема 7. Маркетинг в малом бизнесе.

Тема 8. Маркетинг в агробизнесе.

Тема 9. Маркетинг в туризме.

Предлагаемое учебное пособие можно легко адаптировать к модульно-рейтинговой технологии обучения, так как разбивка пособия на отдельные темы соотносится с разбивкой системы маркетинговых решений по сферам и отраслям деятельности. Материалы практикума адаптированы для создания электронных учебников и хорошо подходят для самостоятельного изучения материала студентами. Пособие содержит 47 заданий, включающих как методические указания по решению, так и решение конкретной функциональной задачи.

Библиографическая ссылка

1. Фокина О.В. маркетинг в отраслях и сферах деятельности. Практикум. – Киров: Вятская ГСХА, 2012. – 96 с.

ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ (учебное пособие)

Шиврина Т.Б., Жукова Ю.С., Наговицына Э.В.

ФГОУ ВПО «Вятская государственная сельскохозяйственная академия», Киров,
e-mail: shivrina.t@yandex.ru

В представленном учебном пособии в лаконичной форме и вместе с тем на высоком теоретическом и практическом уровне изложены основные вопросы экономики организаций. В нем рассмотрены структура национальной экономики и предприятие – как основное звено экономики, внешняя и внутренняя среда организации, виды и формы предпринимательской деятельности, стратегия развития организации, вопросы банкротства, отдельные виды деятельности организаций в условиях рынка, методика оценки эффективности хозяйственной деятельности, проблемы реализации продукции и вопросы ценообразования, качество и конкурентоспособность продукции организации. Особое внимание уделено вопросам развития малого предпринимательства в России, инновационной деятельности организаций.

Учебное пособие рассчитано на студентов очной, заочной, очно-заочной форм обучения, обучающихся по направлениям подготовки бакалавров 080001 «Экономика» и 080200 «Менеджмент», преподавателей высших учебных заведений, управленческий персонал, предпринимателей и всех, кто интересуется экономикой.

Данное учебное пособие базируется на классическом способе изложения учебного материала по дисциплине «Экономика организаций». Учебное пособие подготовлено на основе лекционного курса, читаемого студентам экономического факультета ФГОУ ВПО «Вятская государственная сельскохозяйственная академия». Цель учебного пособия – дать студентам знание общих закономерностей деятельности организации в условиях рыночной экономики и заложить умение прогнозировать деятельность организации.

Тема 1. Структура национальной экономики. Понятие структуры национальной экономики. Сферы и секторы экономики.

Отрасли экономики и межотраслевые комплексы.

Тема 2. Предприятие – основное звено экономики.

Понятие, признаки и задачи предприятия в рыночной экономике.

Типы предприятий. Основные признаки классификации предприятий.

Структура предприятия. Организация производственного процесса на предприятии.

Внешняя и внутренняя среда организации.

Тема 3. Виды и формы предпринимательской деятельности.

Понятие и сущность предпринимательской деятельности. Виды предпринимательской деятельности.

Организационно-правовые формы предпринимательства.

Организационно-экономические формы предпринимательства.

Тема 4. Общественное разделение труда в рыночной экономике.

Горизонтальная и вертикальная интеграция. Формы интеграции.

Концентрация производства и размеры предприятия. Формы концентрации.

Специализация и размещение производства. Кооперирование и комбинирование производства.

Тема 5. Основной капитал организации.

Экономическая сущность, классификация и стоимостная оценка основных фондов на предприятии. Износ, амортизация и воспроизводство основных фондов. Источники формирования активов предприятия.

Показатели обеспеченности предприятия средствами производства и эффективности их использования.

Тема 6. Оборотный капитал организации.

Понятие, классификация и структура оборотных средств.

Определение оптимального объема запасов. Нормирование оборотных средств.

Показатели эффективности использования оборотных активов.

Тема 7. Трудовые ресурсы организации.

Рынок труда. Состав и структура персонала предприятия.

Управление персоналом предприятия.

Организация и нормирование труда. Оплата труда персонала.

Тема 8. Стратегия развития организации.

Сущность стратегии организации. Экономические и функциональные стратегии.

Инвестиционная стратегия организации.

Маркетинговая и товарная стратегии организации. Ценовая политика организации.

Тема 9. Издержки производства и себестоимость продукции организации.

Сущность и классификация издержек. Смета и калькуляция затрат.

Теория оптимального объема выпуска продукции. Определение предельных издержек производства. Направления снижения издержек производства.

Тема 10. Проблемы реализации продукции и ценообразование в организации.

Сущность и содержание сбытовой деятельности организации.

Сущность цены и ее основные функции. Система цен и их классификация. Состав и структура цены. Общая характеристика и группировка ценообразующих факторов.

Государственная политика и регулирование цен.

Тема 11. Оценка эффективности хозяйственной деятельности организации.

Понятие экономической эффективности производства. Система показателей уровня эффективности и методика их построения.

Тема 12. Виды деятельности организации в условиях рыночной экономики.

Инвестиционная деятельность организации. Инновационная деятельность организации.

Внешнеэкономическая деятельность организации.

Природоохранная деятельность организации.

Тема 13. Финансы организаций.

Финансовые ресурсы организации и инвестиции. Доходы организаций. Расходы организации. Понятие и показатели прибыльности и рентабельности. Финансовое состояние организации.

Тема 14. Планирование деятельности организации.

Сущность планирования деятельности организации в рыночной экономике.

Стратегическое планирование. Тактическое и оперативное планирование.

Тема 15. Банкротство организации.

Понятие банкротства. Характеристика глубины состояния банкротства.

Мониторинг управления банкротством организации. Причины несостоятельности организаций.

Тема 16. Качество продукции и система управления качеством продукции на предприятии.

Сущность, значение повышения качества продукции. Система показателей качества продукции. Конкурентоспособность продукции, её сущность и методы определения. Факторы, влияющие на качество продукции. Система управления качеством продукции на предприятии.

Тема 17. Особенности малого предпринимательства в России.

Развитие малого предпринимательства в России. Современное состояние малого предпринимательства. Основные цели и принципы государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации.