

Инструкционная карта

Практическое занятие № 15

Тема: Распределение задач, прав и ответственности среди сотрудников службы маркетинга

Цель: научиться распределять задачи, права и ответственности среди сотрудников службы маркетинга

Цели занятия:

- **обучающая:** закрепить теоретические знания по теме, углубить и расширить, систематизировать и проконтролировать знания, сформировать умения и навыки студентов по теме.
- **развивающая:** развитие творческого подхода к решению самых разнообразных задач; формировать и развивать умение анализировать, выделять главное, вести конспект.
- **воспитательная:** формирование интереса к профессии у студентов, формирование определенных черт гармонически развитой личности

Формируемые компетенции: осознание социальной значимости будущей профессии; стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и профессионального уровня.

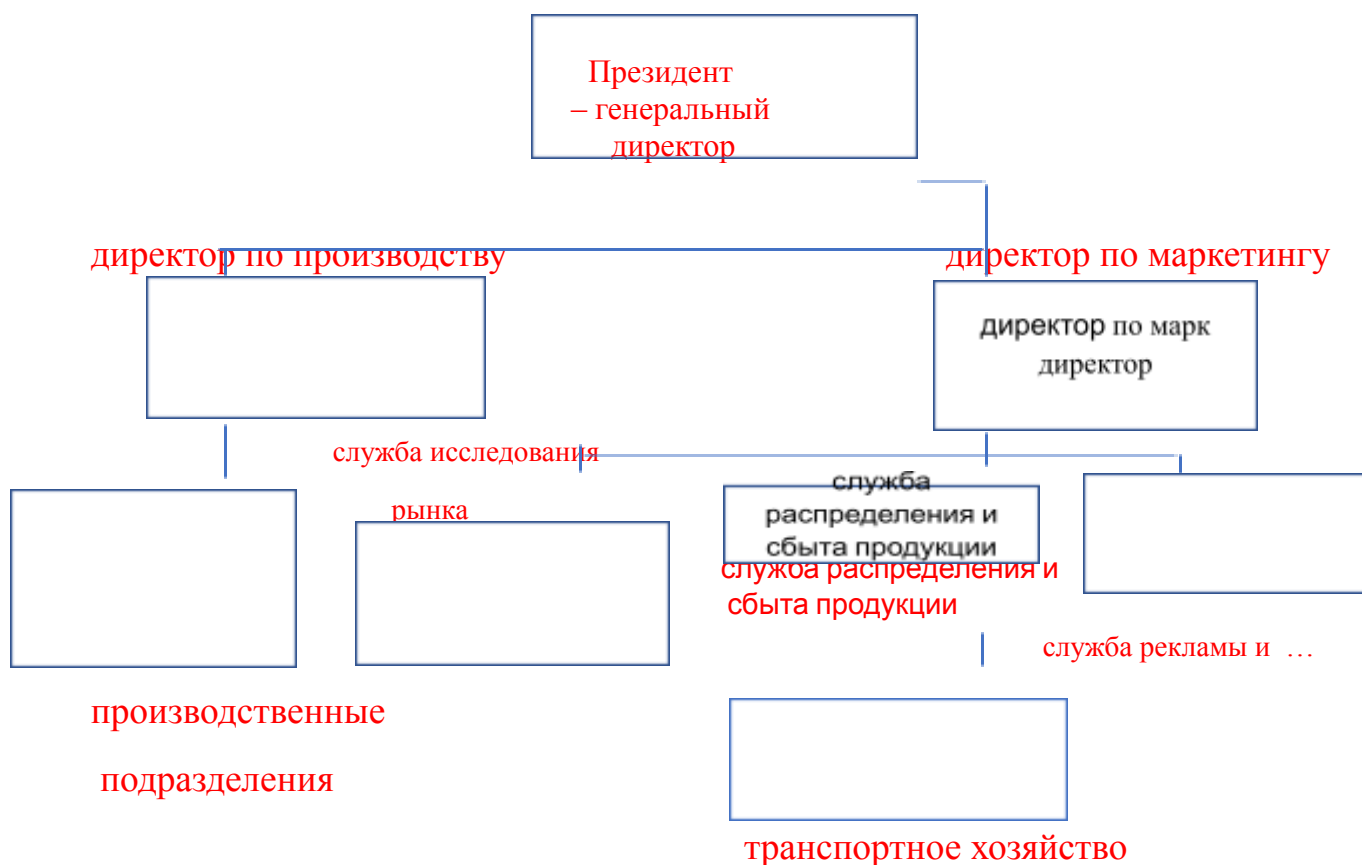
Выполненную работу прислать на адрес эл.почты:
yulya.khitrova88@mail.ru

Задание № 1: Назовите специфические требования к руководителям и ведущим специалистам маркетинговых служб

Задание № 2: Определите основную задачу службы маркетинга

Задание № 3: Распределите функции организации службы маркетинга на предприятии

Президент – генеральный директор, директор по производству, директор по маркетингу, производственные подразделения, служба исследования рынка, служба распределения и сбыта продукции, служба рекламы и стимулирования сбыта продукции, транспортное хозяйство.



Задание № 4: Перечислите права маркетинговой службы

Вывод:

Вопросы для самоконтроля:

1. Раскройте сущность понятия организации маркетинга
2. Что включает в себя организация маркетинга
3. Назовите основные задачи в системе управления маркетингом
4. Назовите основные права служб в системе управления маркетингом
5. Назовите ответственности служб в системе управления маркетингом

Основные источники:

1. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: Учебник. - КНОРУС, 2010. - 672 с.
2. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах и таблицах: Учеб. пособие. - ИНФРА-М, 2006. - 358 с.
3. Маркова В.Д. Маркетинг менеджмент: Учеб. пособие. - Омега Л, 2007, - 204 с.
4. Панкрухин А.П. Маркетинг: Учебник. - ИКФ «Омега-Л», 2009. - 656 с.

Интернет-ресурсы:

1. https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/o/organizatsiya_marketinga/
2. https://studopedia.ru/21_13108_raspredelenie-zadach-prav-i-otvetstvennosti-v-sisteme-upravleniya-marketingom.html

**Спасибо за
внимание!**

