

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
БУРЯТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ДОРЖИ БАНЗАРОВА

МАРКЕТИНГ: ПРАКТИКУМ

*Рекомендовано Учебно-методическим советом БГУ
в качестве практикума для обучающихся по направлениям подготовки
38.03.02 Менеджмент, 38.03.03 Управление персоналом,
38.03.04 Государственное и муниципальное управление*

Улан-Удэ
Издательство Бурятского госуниверситета
2021

УДК 339.1(075.8)
ББК 65.291.3я73
М 252

Утверждено к печати
редакционно-издательским советом
Бурятского госуниверситета.
Протокол № 5 от 07.09.2021

Р е ц е н з е н т ы

И. О. Нагаслаева, кандидат экономических наук, доцент
кафедры менеджмента БГУ им. Д. Банзарова
Э. Ц. Гармаева, кандидат экономических наук, доцент
кафедры менеджмента и маркетинга ВСГУТУ

Текст в авторской редакции

М 252

Маркетинг: практикум / составители Н. Н. Очиртарова,
А. Б. Шаралдаева. — Улан-Удэ: Изд-во Бурятского госунивер-
ситета, 2021. — 66 с.
ISBN 978-5-9793-1649-9

Данное учебное издание является практикумом по маркетингу, который можно использовать для проведения практических занятий и семинаров.

Материалы позволяют студентам научиться анализировать ситуацию на рынке, разработать стратегию маркетинга, принимать стратегически правильные маркетинговые решения по завоеванию целевых сегментов, использовать маркетинговые инструменты и выявлять их эффективность воздействия на потребителя.

Издание соответствует требованиям ФГОС по дисциплине «Маркетинг» направления бакалавриата 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, 38.03.03 Управление персоналом, 38.03.02 Менеджмент и может быть рекомендовано в качестве пособия всем обучающимся по программам профессионального и дополнительного образования.

УДК 339.1(075.8)
ББК 65.291.3я73

© Н. Н. Очиртарова, А. Б. Шаралдаева, составление, 2021
© Бурятский госуниверситет
им. Доржи Банзарова, 2021
ISBN 978-5-9793-1649-9

Содержание

Предисловие.....	4
Тема 1. Общая характеристика теории и практики маркетинга..	6
Тема 2. Рынок и элементы маркетинговой среды.....	11
Тема 3. Маркетинговые исследования.....	18
Тема 4. Товар в маркетинге.....	25
Тема 5. Ценообразование в маркетинге.....	28
Тема 6. Маркетинговые коммуникации.....	30
Тема 7. Стратегия и тактика маркетинговой деятельности предприятия.....	38
Тема 8. Области применения маркетинга.....	43
Тест итогового контроля.....	45
Методические материалы по дисциплине «Маркетинг», опре- деляющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности.....	55
Библиографический список.....	61
Глоссарий.....	62