**Тематическое планирование учебного процесса**

|  |  |
| --- | --- |
| Учебная группа  | 4121 |
| Дисциплина | Маркетинг |
| Преподаватель | Лаврентьева М.С. |
| Период | 23.03.2020-18.04.2020 (4 недели) |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Дата выполнения (в соотв. с расписанием аудиторных учебных занятий) | Тема занятия (в соответствии с календарно-тематическим планированием) | Кол. час. | Алгоритм выполнения задания | Контроль |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 23.03.2020 | **Практическое занятие** Определение цены на различные виды услуг. Применение тарифов на перевозку грузов. Построение графика безубыточного предприятия. | 2 ч. | 1.Ознакомиться с теоретическим материалом, презентация Тема 13. Ценовая политика дорожно-транспортных предприятий2. Оформить конспект.3. Решить задачи в конце презентации. Номер варианта:№1 – нечетные номера студентов по списку в журнале.№2 – четные номера студентов по списку в журнале. | Фотографии выполненных заданий направить преподавателю WhatsApp 23.03.2020 |
| 24.03.2020 | Тема 2.3. Реализация дорожно-транспортных услуг Реклама как мощное средство продвижения дорожно-транспортных услуг. Оценка еёэффективности. Реклама в специальных справочниках, почтовая рассылка, использование средств массовой информации, издание печатной продукции (буклеты, брошюры, календари и т.д.).. |  2 ч. | 1.Ознакомиться с теоретическим материалом, с. 178-182 Бачурин А.А. Маркетинг на автомобильном транспорте6 Учеб. пособие для студ. учреждений сред. проф. образования. – м.: Издательский центр. «Акадеимя», 2005. – 2008с2. Оформить конспект | Фотографии конспекта направить преподавателю WhatsApp 24.03.2020 |
| 30.03.2020 | Планирование рекламной кампании предприятиями, выбор видов рекламы. Бюджет на рекламу. Привлечение рекламных агентов. Паблик рилейшнз предприятий. Информационные технологии в маркетинговой деятельности предприятий. Организация сбыта услуг через биржи, систему агентирования, ИНТЕРНЕТ | 2 ч. | 1.Ознакомиться с теоретическим материалом, с. 182-195 Бачурин А.А. Маркетинг на автомобильном транспорте6 Учеб. пособие для студ. учреждений сред. проф. образования. – м.: Издательский центр. «Акадеимя», 2005. – 2008с2. Оформить конспект | Фотографии работы направить преподавателю WhatsApp 30.03.2020 |
| 31.03.2020 | Тема 2.4. Стратегия конкуренции дорожно-транспортных предприятий Понятие конкурентоспособности товара (услуги) и дорожно-транспортного предприятия. Факторы конкурентоспособности предприятия на рынке. Оценка конкурентоспособности. Типы стратегии конкурентной борьбы. Методы ценовой и неценовой конкуренции. Методы недобросовестной конкуренции. Деятельность государства по регулированию конкурентной борьбы. **Зачёт** |  2 ч. | 1.Ознакомиться с теоретическим материалом, с. 86-90 Бачурин А.А. Маркетинг на автомобильном транспорте6 Учеб. пособие для студ. учреждений сред. проф. образования. – м.: Издательский центр. «Акадеимя», 2005. – 2008с2. Оформить конспект3. Выполнить итоговый тест | Фотографии работы направить преподавателю WhatsApp 31.03.2020 |

Уважаемые студенты! Если вы выполняете задание письменно в тетради, не забывайте ставить дату выполнения.