

Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Учреждения образования
“Белорусский государственный
экономический университет”

В.Н.Шимов

“25” июня 2010 г.

Регистрационный № УД 527-10 /баз.

Экономика маркетинга

Учебная программа для магистрантов специальности 1-25 80 04 «Экономика и управление народным хозяйством»

СОСТАВИТЕЛИ: *Михневич Л. М.*, профессор кафедры промышленного маркетинга и коммуникаций Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, профессор;

Баско И. М., доцент кафедры промышленного маркетинга и коммуникаций Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Воробьева И.И., доцент кафедры экономической теории и истории экономических учений Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

Ермалович Л.П., заведующая кафедрой экономики и управления бизнесом Государственного института управления и социальных технологий Учреждения образования «Белорусский государственный университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой промышленного маркетинга и коммуникаций Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 7 от 28.01.2010)

Научно-методическим советом Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 5 от 16.06.2010)

Ответственный за выпуск: Баско И.М.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

В системе подготовки специалистов по маркетингу важное место имеет формирование рыночного типа экономического мышления и поведения, умение принимать самостоятельные эффективные решения на основе анализа и оценки текущей и перспективной экономической ситуации.

Особенность программы «Экономика маркетинга» заключается в преподавании данной дисциплины с учетом маркетинговой среды предприятия, обосновании зависимости эффективности деятельности предприятия от проводимой им товарной политики, политики распределения, товародвижения, коммуникационной политики.

Основной целью дисциплины является углубленное изучение магистрантами экономических вопросов деятельности предприятия, выявление зависимости результатов от маркетинговой деятельности предприятия и принимаемых управленческих решений в области исследования рынка, продвижения продукции; приобретение навыков формирования стратегии развития, выработки обоснованных экономических решений, проведения экономического анализа и использования его результатов в практической деятельности предприятия в условиях рынка.

Главными задачами дисциплины являются:

- формирование у студентов теоретических знаний по методологическим основам экономической оценки деятельности производственного и торгового предприятия на базе концепции маркетинга;
- приобретение умений и определенных навыков в области анализа использования экономических ресурсов предприятия, факторов производственной и торговой деятельности, проведения экономических расчетов;
- овладение необходимыми знаниями для формирования механизма функционирования предприятия;
- приобретение навыков оценки эффективности деятельности предприятия.

В результате изучения дисциплины магистранты должны:

Знать:

- методологию обоснования принятия эффективных управленческих решений, обеспечивающих конкурентоспособность продукции и предприятия;
- методы и способы проведения комплексных экономических расчетов;
- особенности разработки стратегии и тактики поведения предприятия в условиях изменения рыночной среды;
- механизм эффективного функционирования предприятия и его адаптации к условиям внешней экономической среды.

Уметь:

- определять стратегию производственного предприятия на товарном рынке;
- оценить конкурентоспособность продукции предприятия;
- составить план производства продукции, оценить влияние факторов на объем и товарную структуру производства;
- провести анализ основных показателей деятельности предприятия, характеризующих ресурсы предприятия;

- определить производительность труда; численность и фонд заработной платы;
- составить план затрат, провести анализ материальных затрат на предприятии;
- оценить результаты хозяйственной и финансовой деятельности;
- определить пути повышения прибыли и рентабельности производственной деятельности предприятия;
- определить направления инновационной деятельности предприятия.
- определить пути улучшения финансового положения предприятия.

Иметь навыки:

- проведения системных экономических расчетов;
- анализа ситуационных изменений;
- принятия и обоснования управленческих решений для достижения эффективного функционирования экономических структур.

Для изучения дисциплины учебным планом предусмотрено 72 аудиторных часа, в том числе 32 часа лекций и 40 часов практических и семинарских занятий.

Рекомендуемая форма контроля – экзамен.

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ «ЭКОНОМИКА МАРКЕТИНГА»

Название темы	Количество часов	
	лекции	практические
1. Предприятие в системе рыночной экономики	2	2
2. Внешняя среда предприятия	2	2
3. Основы товарной политики предприятия	4	4
4. Производство в рыночной экономике	4	4
5. Издержки предприятия и прибыль	2	4
6. Ценообразование и ценовая политика предприятия	2	2
7. Материально-техническое снабжение	2	4
8. Производственные ресурсы предприятия	4	6
9. Инновации и инвестирование на предприятии	2	2
10. Кадры и оплата труда на предприятии	2	4
11. Планирование на предприятии	2	2

11. Планирование на предприятии	2	2
12. Коммуникационная политика на предприятии	2	2
13. Экономическая эффективность деятельности предприятия	2	2
Итого	32	40

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ЭКОНОМИКА МАРКЕТИНГА»

Тема 1. Предприятие в системе рыночной экономики

Содержание экономических процессов. Субъекты хозяйственной деятельности. Понятие и виды субъектов, обеспечивающих товародвижение. Промышленное предприятие как основное звено (участник) товародвижения. Особенности деятельности предприятий различных отраслей народного хозяйства, разных форм собственности. Содержание деятельности посредников, в частности, торговых предприятий по обеспечению товародвижения.

Принципы хозяйствования предприятия в условиях рынка. Роль и место экономики в маркетинговой деятельности предприятия. Использование принципов маркетинга в экономике предприятия. правовое регулирование деятельности предприятия.

Организационно-правовые формы предприятий. Интеграция предприятий.

Структурный подход к изучению предприятия как социально-экономической системы. Общая и производственная структура предприятия. Типы производственной структуры и организации производства.

Маркетинговая деятельность и ее влияние на экономику предприятия. Зависимость эффективности деятельности предприятия от экономического обоснования товарной политики, политики распределения, товародвижения, ценовой, коммуникационной политики и др.

Предмет курса. Место курса в системе экономических дисциплин. Общие и специфические методы научной дисциплины.

Содержание курса «Экономика маркетинга». Логическая последовательность изучения курса. Связь с другими курсами, изучаемыми по учебному плану специальности «Маркетинг».

Тема 2. Внешняя среда предприятия

Характеристики внешней среды. Взаимодействие внешних и внутренних переменных предприятия.

Факторы микросреды. Потребители как объект анализа. Стратегия и тактика выбора поставщиков. Анализ конкуренции и конкурентов.

Факторы макросреды. Оценка демографических, экономических, природно-климатических, политико-правовых, научно-технических и социально-культурных факторов.

Тема 3. Основы товарной политики предприятия

Товар в рыночной среде. Экономическое обоснование товара. Понятие и показатели качества продукции. Влияние уровня качества на экономику предприятия.

Понятие конкурентоспособности товара. Измерители конкурентоспособности продукции. Факторы, определяющие конкурентоспособность продукции предприятия. Показатели конкурентоспособности. Методы оценки конкурентоспособности товара. Планирование повышения конкурентоспособности продукции и его влияние на экономику предприятия.

Жизненный цикл товара как модель реакции рынка во времени. Учет жизненного цикла товара в процессе управления ассортиментом. Зависимость объема продаж, прибыли и стадии жизненного цикла товара.

Товарная политика предприятия. Стратегические решения в товарной политике. Соответствие товарной политике стратегическим целям предприятия.

Понятие уровня спроса. Спрос как предпосылка формирования производственной программы. Методы прогнозирования спроса.

Влияние маркетинговой деятельности предприятия на формирование ассортимента выпускаемой продукции. Обоснование номенклатуры и ассортимента выпускаемой продукции.

Составляющие номенклатуры. Товарная единица. Товарный ассортимент. Товарная номенклатура. Показатели, характеризующие товарную номенклатуру.

Товарная стратегия предприятия. Направления работы с товаром. Инновация товара. Процесс разработки нового товара. Модификация товара. Элиминация товара.

Портфельный анализ. Использование матрицы БКГ при формировании товарной политики. Определение оптимального соотношения между новыми и освоенными товарами. Формирование сбалансированного продуктового портфеля. Влияние продуктового портфеля на финансовые результаты работы предприятия.

Сервис как неотъемлемый элемент товарной политики. Цель сервиса. Функции сервиса. Сервис как средство повышения конкурентоспособности товара.

Производственная программа предприятия. Содержание и структура производственной программы предприятия. Методы ее измерения и характеризующие показатели. Планирование производственной программы предприятия и подразделений. Этапы разработки производственной программы. Формирование портфеля заказов и определение объемов производства продукции.

Методы определения производственной программы. Методы сопоставления валовых показателей и предельных величин. Использование ABC-анализа для оценки вклада каждого товара в результаты деятельности предприятия.

Планирование поставок и реализации продукции. Анализ зависимости объемов продаж от маркетинговых мероприятий. Выбор каналов сбыта. Посредники в системе товародвижения. Определение порогового значения объема реализации. Понятие порога рентабельности. Прогнозирование объема производства и продаж.

Определение влияния рыночных факторов при планировании и выполнении производственной программы. Методика анализа выполнения производственной программы. Анализ эффективности маркетинговой деятельности предприятия.

Тема 4. Производство в рыночной экономике

Основы экономики производственного предприятия. Понятие производства и его цели. Содержание производственной функции.

Характеристика производственного процесса. Экономическая функция производственного цикла. Факторы производства и их соотношение. Взаимозаменяемость факторов производства.

Экономические ресурсы и их характеристика. Спрос и предложение экономических ресурсов на различных видах рынков. Производственные ресурсы предприятия и показатели их использования.

Тема 5. Издержки предприятия и прибыль

Понятие издержек предприятия. Издержки производства и обращения. Виды и классификация издержек. Состав затрат, их характеристика и экономическая оценка. Смета затрат и калькуляция.

Понятие себестоимости продукции. Структура себестоимости продукции в различных отраслях экономики и факторы, ее определяющие. Показатели себестоимости. Показатели использования материальных ресурсов и методика их расчета. Понятие материалоемкости продукции. Пути повышения эффективности использования материальных ресурсов на предприятии. Организация нормирования расхода материальных ресурсов.

Анализ затрат на производство и себестоимости продукции. Методы калькулирования себестоимости. Разработка плановой калькуляции себестоимости продукции. Учет маркетинговых затрат. Управление затратами на предприятии.

Прибыль как важнейший показатель деятельности предприятия. Сущность, виды прибыли предприятия. Факторы, определяющие прибыль предприятия. Маржинальный доход.

Использование прибыли на развитие производства и решение стратегических задач. Оценка резервов повышения прибыли. Методика планирования прибыли предприятия.

Тема 6. Ценообразование и ценовая политика предприятия

Экономическая сущность цен. Маркетинговый подход к определению цены продажи товара. Функции цены в рыночной экономике. Классификация цен. Государственное регулирование цен. Методы государственного регулирования цен.

Понятие ценовой политики цен и ее влияние на экономику предприятия. Формирование ценовой политики предприятия (факторы, методы, модели).

Основные элементы и этапы разработки ценовой стратегии. Затратные методы ценообразования. Методы ценообразования, ориентированные на спрос. Методы ценообразования, ориентированные на конкуренцию. Стратегии ценообразования.

Тема 7. Материально-техническое снабжение

Влияние материально-технического снабжения на экономику предприятия. Задачи и функции материально-технического снабжения. Использование принципов маркетинга в организации материально-технического снабжения. Оценка поставщиков сырья и материалов. Обоснование выбора поставщиков.

Организация материально-технического снабжения на предприятии. Типы организационного построения службы снабжения и факторы, ее определяющие. Организации закупочной деятельности.

Определение потребности в материальных ресурсах. Методы определения потребности в материальных ресурсах. Прогнозирование потребности предприятия в материальных ресурсах.

Материальные запасы и управление ими. Состав и структура запасов. Измерители запасов. Зависимость величины запасов и объема производства. Управление материальными запасами на предприятии. Нормирование производственных запасов. Анализ производственных запасов и контроль за их состоянием. Регулирование запасов. Влияние запасов на результаты деятельности предприятия.

Тема 8. Хозяйственные ресурсы предприятия

Основные фонды предприятия и методы их оценки. Состав и структура основных фондов предприятия.

Показатели состояния и движения основных фондов. Стоимостные показатели оценки основных фондов. Физический и моральный износ основных фондов и его влияние на экономику предприятия. Проблемы обновления и использования новых технологий. Амортизация основных фондов. Нормы амортизации и методика их расчета. Показатели эффективности использования основных фондов.

Анализ состояния, движения и эффективности использования основных производственных фондов.

Воспроизводство основных фондов. Формы воспроизводства и совершенствования основных фондов. Планирование потребности предприятия в основных производственных фондах.

Понятие и методика расчета производственной мощности предприятия. Факторы, ее определяющие. Обоснование производственной программы выпускаемой продукции действующими производственными мощностями.

Сущность, состав и структура оборотных средств. Оборотные фонды и фонды обращения. Формирование и использование оборотных средств предприятия. Особенности, присущие различным отраслям экономики. Кругооборот оборотных средств. Источники формирования оборотных средств предприятия.

Показатели использования оборотных средств. Оборачиваемость оборотных средств.

Методы планирования составных элементов оборотных средств. Определение общей суммы нормируемых оборотных средств.

Пути повышения эффективности использования оборотных средств.

Тема 9. Инновации и инвестирование на предприятии

Инновационные процессы на предприятии. Возрастание роли факторов интенсивного развития. Понятие инновации. Классификация инноваций. Инновационный потенциал предприятия и методы его оценки. Оценка рыночной перспективности инноваций при разработке нового продукта.

Роль стратегического и промышленного маркетинга в экономическом развитии предприятия. Экономическое содержание инвестиций и инвестиционной деятельности предприятий. Осуществление процесса воспроизводства на базе нововведений.

Экономическая сущность инвестирования. Задачи инвестирования. Понятие инвестиционного процесса. Формы инвестирования. Инвестиционный проект. Жизненный цикл инвестиционного проекта. Стадии реализации инвестиционного проекта. Оценка эффективности инвестиционного проекта. Оценка затрат и результатов при определении эффективности инвестиционного проекта.

Дисконтирование. Норма дисконта. Чистый дисконтный доход. Внутренняя норма доходности. Обоснование и отбор инвестиционных проектов.

Источники финансирования инвестиционной деятельности предприятий. Эффективность инвестиций. Планирование инвестиционной деятельности на предприятии. Основные разделы и показатели плана развития предприятия. Бизнес-план как форма реализации инвестиционных проектов.

Тема 10. Кадры и оплата труда на предприятии

Понятие трудовых ресурсов. Кадровый потенциал предприятия. Показатели, характеризующие состояние, движение и эффективность использования персонала предприятия. Методы изучения затрат рабочего времени. Баланс рабочего времени.

Методика анализа численности работников. Планирование общей численности персонала и отдельных категорий работников. Методика планирования численности коммерческих служб предприятия (маркетинга, снабжения и сбыта). Отбор кадров. Мотивация труда.

Сущность, виды и функции заработной платы. Формы и системы оплаты труда. Сущность, виды и механизм использования сдельной системы. Повременная форма оплаты труда. Контрактная система оплаты труда, ее особенности и сфера эффективного использования. Государственное регулирование оплаты труда. Сущность тарифной системы, ее элементы и область применения. Единый тарифно-квалификационный справочник. Единая тарифная сетка: содержание и методика использования. Система доплат. Договорное регулирование оплаты труда (генеральное и отраслевое соглашение, коллективный и индивидуальный трудовой договор).

Анализ показателей заработной платы. Источники формирования фонда оплаты труда. Методы планирования фонда заработной платы.

Производительность труда и методы ее измерения. Натуральный, стоимостный и трудовой методы измерения производительности труда. Показатели трудоемкости. Влияние производительности труда на экономику предприятия. Факторы роста производительности труда. Анализ производительности труда на промышленном предприятии. Планирование производительности труда.

Тема 11. Планирование на предприятии

Сущность и основные принципы планирования. Система планов на предприятии. Виды планов предприятия и их структура. Информационное обеспечение экономического планирования деятельности предприятия. Методы планирования.

Стратегическое планирование. Стратегический анализ рыночной ситуации. Анализ внешней среды. SWOT-анализ. Выбор стратегии развития предприятия. Оперативное планирование. Бизнес-планирование. Виды и методы анализа деятельности предприятия.

Тема 12. Коммуникационная политика на предприятии

Коммуникационная политика как инструмент влияния предприятия на его внутреннюю и внешнюю среду. Понятие маркетинговых коммуникаций. Функции маркетинговых коммуникаций, принципы их организации.

Структура маркетинговых коммуникаций. Основные факторы формирования оптимальной структуры маркетинговых коммуникаций предприятия. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Процесс коммуникаций, его составные элементы.

Реклама как форма продвижения продукции. Планирование бюджета рекламы. Средства распространения рекламы. Оценка эффективности рекламы.

Стимулирование продаж. Направления и методы стимулирования продаж.

ные маркетинговые коммуникации. Процесс коммуникаций, его составные элементы.

Реклама как форма продвижения продукции. Планирование бюджета рекламы. Средства распространения рекламы. Оценка эффективности рекламы.

Стимулирование продаж. Направления и методы стимулирования продаж.

Связи с общественностью. Формирование имиджа предприятия. Методы работы с общественностью. Инструменты взаимодействия предприятия со средствами массовой информации. Способы преодоления кризисных ситуаций.

Прямой маркетинг. Формы прямого маркетинга.

Эффективность инструментов коммуникационной политики.

Тема 13. Экономическая эффективность деятельности предприятия

Показатели результатов деятельности производственного предприятия.

Показатели экономической эффективности. Обобщающие показатели общей (абсолютной) эффективности производства. Система дифференцированных показателей общей (абсолютной) экономической эффективности. Сравнительная экономическая эффективность. Социально-экономическая эффективность. Факторы, определяющие экономическую эффективность.

Показатели финансовых результатов деятельности предприятия.

Доход, прибыль, рентабельность: сущность и методика расчета. Виды доходов предприятия. Выручка от реализации продукции. Факторы, определяющие доход предприятия.

Виды показателей рентабельности, их сравнительная оценка.

Анализ показателей финансовых результатов деятельности промышленного предприятия.

Планирование финансовых результатов деятельности промышленных предприятий.

ЛИТЕРАТУРА

Законодательные и нормативные акты

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь от 7 декабря 1998 г. // Ведомости национального собрания Республики Беларусь, 1999, № 7-8.
2. Трудовой кодекс Республики Беларусь: принят 26 июня 1999 г. // Ведомости Национального собрания Республики Беларусь, 1999, № 26-27.
3. Инвестиционный кодекс Республики Беларусь/Сборник кодексов Республики Беларусь, Минск, 2002, с.289-307.

Основная литература

1. Титов, В.И. Экономика предприятия: учебник. – М.: Эксмо, 2008.

2. Экономика предприятия. 3-е издание. Под ред. Горфинкеля В.Я., Швандера В.А.- М.: ЮНИТИ, 2003.
3. Экономика предприятия (фирмы). Под ред. Сафронова Н.А.- Москва, 2002.
4. Экономика предприятия. Под ред. Карлика А.Е., Шухгавтера М.Л. - М.: Инфра-М, 2001.
5. Экономика предприятия. 4-е издание. Под ред. Нехорошевой Л.Н. – Мн.: "Вышэйшая школа", 2005.
6. Экономика предприятия. Под редакцией Нехорошевой Л.Н., Лобан Л.А. – Мн.: БГЭУ, 2004.
7. Экономика предприятия: Учебник./Под ред. проф. Н.А.Сафронова. – М.: Юристъ, 2002. – 608с.

Дополнительная литература

1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л.Акулич. – 5-е изд., исправл. – Минск: Выш.шк., 2007.
2. Багисев, Л.Г., Тарасевич В.М., Анн Т. Маркетинг. М., Экономика, 2004г
3. Голубкова, Е.Н.Маркетинговые коммуникации.– М.: ФИИПРЕСС, 2003.
4. Синяева, И.М., Земляк С.В., Синяев В.В. Маркетинговые коммуникации.-2-е изд.-М. «Данков и К», 2007.
5. Управление организацией. Под ред. Поршнева А.Г. и др. – М.: ИНФРА-М, 2002.
8. Ширенбек, Х. Экономика предприятия. 15-е издание. – Санкт-Петербург: Питер, 2005.

Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.
Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.
Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>