Автономная некоммерческая профессиональная

образовательная организация

«КУБАНСКИЙ ИНСТИТУТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ»

*Учебно-методический центр*

*дополнительного профессионального образования*



**ЗАДАНИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**

**по дисциплине**

**«МАРКЕТИНГОВЫЕ И СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**

**В ОБЛАСТИ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ»**

**дополнительной профессиональной программы**

**профессиональной переподготовки**

**«РУКОВОДИТЕЛЬ В ОБЛАСТИ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ»**

560 часов

Краснодар, 2019 г.

**Тема 1.** **ПОНЯТИЕ СОЦИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ, ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ, ЭТАПЫ**

***Задание №1.*** Ответьте на вопросы.

1. Дайте определение термину «маркетинговые технологии».
2. Назовите стадии маркетинга, дайте им характеристику.
3. Какие операции содержит стадия координации и регулирования процесса маркетинга?
4. Раскройте понятие «информационно-маркетинговые технологии»?

***Задание № 2.***

1. Проанализируйте маркетинговые технологии своей организации.

2. Обоснуйте, какие маркетинговые технологии используются активно, и какие технологии планируются к внедрению, какие технологии маркетинга не используются.

3. Дайте рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности организации ЦЗН.

**Тема 2. СОЦИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ: ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ СТАНОВЛЕНИЯ РЫНКА ТРУДА**

***Задание 1.*** Ответьте на вопросы.

1. Какие услуги предоставляет служба занятости населения? Составьте перечень услуг.

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

1. Как Вы считаете, от чего зависит эффективность управленческой деятельности органов службы занятости? Перечислите факторы

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

***Задание 2.*** Назовите мероприятия, необходимые для повышения эффективности управленческой деятельности органов службы занятости. Дайте им характеристику в таблице.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Название мероприятия | Общая характеристика | Назначение |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

**Тема 3. ТЕХНОЛОГИИ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ**

***Задание 1.*** Используя учебный материал, заполните таблицу «Основные разделы и содержание отчета об исследовании маркетинга». Опишите содержание каждого из разделов отчета о проведении маркетингового исследования.

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование раздела | Содержание раздела |
| Введение |  |
| Методология исследования |  |
| Результат исследования |  |
| Выводы и рекомендации |  |
| Приложения |  |

**Тема 4. ОРГАНИЗАЦИЯ РЕКЛАМНОЙ РАБОТЫ В СФЕРЕ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ**

***Задание 1.*** Заполните таблицу «Преимущества и недостатки основных средств Интернет-рекламы». Укажите преимущества и недостатки средств рекламы.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Средства | Преимущества | Недостатки |
| Веб-сайт |  |  |
| Форум |  |  |
| Группы новостей |  |  |
| Баннер |  |  |
| Баннерообменные сети |  |  |
| Электронная рассылка |  |  |

**Тема 5. СОЗДАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОЙ РЕПУТАЦИИ. МЕРОПРИЯТИЯ ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ**

***Задание 1.*** Ответьте на вопросы.

1. Раскройте понятие «Паблик рилейшнз».

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |

1. В чем состоит особенностьтехнологии «паблик рилейшнз»?

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

1. Назовите виды технологий «паблик рилейшнз», дайте им характеристику. Составьте конспект.

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

1. Дайте характеристику этапам разработки PR-технологий.

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

1. Каковы роль и функции руководителя ЦЗН в создании общественной репутации ЦЗН?

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |

***Задание 2.*** Укажите специфические особенности применения «паблик рилейшнз» в сфере занятости населения в форме *эссе\**.

\*Эссе представляет собой самостоятельную письменную работу на тему, предложенную преподавателем. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Структура эссе.

Стандартный титульный лист.

Эссе состоит из введения, где кратко описывается проблема работы; основной части (которую не следует структурировать по главам, вопросам или параграфам), заключения (2—3 абзаца) и списка литературы (если были использованы дополнительные источники информации).

Объем работы 1-3 страниц письменного текста.

**Рекомендуемая литература:**

1. Public Relations: управление преднамеренными коммуникациями. Учебное пособие : учебное пособие / Н.Г. Чаган. [Электронный ресурс]. — Москва : Русайнс, 2018. — 289 с. — ISBN 978-5-4365-2933-2. - URL: <https://www.book.ru/book/931049>
2. Бронникова, Т. С. Маркетинг: теория, методика, практика : учебное пособие / Т.С. Бронникова [Электронный ресурс]. — Москва : КноРус, 2016. — 208 с. — Для бакалавров. — ISBN 978-5-406-04699-9. - URL: <https://www.book.ru/book/918105>
3. Зарецкий, А. Д. Менеджмент : учебник / А.Д. Зарецкий, Т.Е. Иванова [Электронный ресурс]. — Москва : КноРус, 2016. — 267 с. — Для бакалавров. — ISBN 978-5-406-04179-6. - URL: <https://www.book.ru/book/916813>
4. Киселева, С. П. Инновационный менеджмент. Практикум : учебное пособие / С.П. Киселева и др. [Электронный ресурс]. — Москва : КноРус, 2016. — 324 с. — ISBN 978-5-406-05150-4. - URL: <https://www.book.ru/book/919184>
5. Маркетинг в вопросах и решениях : учебное пособие / И.В. Захарова, Т.В. Евстигнеева [Электронный ресурс]. — Москва : КноРус, 2016. — 302 с. — ISBN 978-5-406-04641-8. - URL: <https://www.book.ru/book/918075>
6. Основы управления организацией. Практикум : практическое пособие / М.В. Горбунова, Л.А. Горшкова [Электронный ресурс]. — Москва : КноРус, 2016. — 259 с. — ISBN 978-5-406-05187-0. - URL: <https://www.book.ru/book/919108>
7. Основы управления организацией. Практикум : учебное пособие / М.В. Горбунова, Л.А. Горшкова [Электронный ресурс]. — Москва : КноРус, 2017. — 262 с. — ISBN 978-5-406-05716-2. - URL: <https://www.book.ru/book/921284>
8. Практикум по маркетингу : учебное пособие / В.В. Кеворков, Д.В. Кеворков [Электронный ресурс]. — Москва : КноРус, 2015. — 567 с. — ISBN 978-5-406-04057-7. - URL: <https://www.book.ru/book/916687>
9. Проектное управление в маркетинговой деятельности : учебник / А.В. Чеснокова, О.И. Радина, Е.Г. Попкова [Электронный ресурс]. — Москва : Русайнс, 2017. — 206 с. — ISBN 978-5-4365-1577-9. - URL: <https://www.book.ru/book/922711>
10. Рычкова, Н. В. Маркетинговые инновации : учебное пособие / Н.В. Рычкова [Электронный ресурс]. — Москва : КноРус, 2016. — 226 с. — ISBN 978-5-406-04487-2. - URL: <https://www.book.ru/book/916588>
11. Секерин, В. Д. Основы маркетинга : учебное пособие / В.Д. Секерин [Электронный ресурс]. — Москва : КноРус, 2016. — 231 с. — ISBN 978-5-406-05171-9. - URL: <https://www.book.ru/book/919215>
12. Синицына, О. Н. Маркетинг : учебное пособие / О.Н. Синицына [Электронный ресурс]. — Москва : КноРус, 2016. — 210 с. — Для бакалавров. — ISBN 978-5-406-04845-0. - URL: <https://www.book.ru/book/918689>
13. Умавов, Ю. Д. Основы маркетинга : учебное пособие / Ю.Д. Умавов, Т.А. Камалова [Электронный ресурс]. — Москва : КноРус, 2015. — 236 с. — Для бакалавров. — ISBN 978-5-406-02982-4. - URL: <https://www.book.ru/book/916690>

**Интернет-ресурсы:**

1. Информационно-справочная система Консультант плюс. - URL: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)
2. Электронная библиотека «Юрайт». - URL: <https://biblio-online.ru/>

Электронная библиотечная система. — URL: https:// www.book.ru/