

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Новиков Денис Владимирович
Должность: Директор филиала
Дата подписания: 11.11.2024 10:37:56
Уникальный программный ключ:
3357c68ce48ec4f695c95289ac7a9678e502be60

Федеральное агентство морского и речного транспорта
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Волжский государственный университет водного транспорта»

Институт экономики, управления и права

Кафедра логистики и маркетинга

Методические указания
по подготовке докладов с презентациями
для студентов, обучающихся по дисциплине
«Маркетинг» по программе бакалавриата
направления подготовки:
23.03.01 - «Технология транспортных процессов»,

Автор: доцент, к.т.н. Хохлов А.А.

г. Нижний Новгород
2021

Введение

Настоящие методические указания предназначены для студентов, обучающихся по программам бакалавриата направлений подготовки 23.03.01-«Технология транспортных процессов». В них излагаются требования к содержанию, качеству и оформлению самостоятельных работ (докладов с презентацией), а также рекомендации по структуре доклада и презентации.

Методические указания составлены с учётом компетенции ОПК-2, ПК-1.

Общие положения

Основа определения доклада — это краткое изложение материала по заданной теме. При написании текста нужно обращать внимание на стиль, подачу материала, источники литературы и многое другое. Как правило, доклад пишется по одному из разделов изучаемой дисциплины. Для подготовки доклада с презентацией студенту отводится определённое время (1,5 – 2 месяца) в течение учебного семестра. Это время необходимо для изучения специальной литературы по выбранной тематике, отбора, систематизации материала, его анализа, предварительного составления макета презентации и доведения её до окончательного вида. Необходимо иметь в виду, что итоговый результат - доклад и демонстрация презентации на контактной аудитории составляет всего 8- 10 минут и за это время автору предстоит завоевать внимание слушателей и продемонстрировать навыки человека, достаточно глубоко разбирающегося в вопросах по заданной тематике. Это, своего рода, генеральная репетиция перед будущей защитой ВКР, где «состав жюри» будет на несколько порядков авторитетней.

Отсюда вывод: доклад и презентация должны быть яркими и запоминающимися. Для достижения этого необходимо выполнить ряд правил.

1. Основные правила при подготовке доклада

1.1. Подготовьте детализированный план будущего выступления, в

котором четко укажите что и в каком порядке вы будете рассказывать.

1.2. В выступлении должны быть отражены: актуальность вашей темы, проблемы в конкретной функциональной области логистики (которую вы самостоятельно и дополнительно изучали 1,5-2 месяца), цели и задачи вашей работы, полученные результаты и выводы, к которым вы пришли.

1.3. Сделайте план многоуровневым — это поможет вам подготовить слайды презентации, и не забыть важных вещей во время доклада.

1.4. Обратите внимание, что рассказ об актуальности работы и выводы не должны занимать много времени - оптимально, если им будет уделено по минуте на каждый пункт во время доклада.

1.5. В коротком выступлении нельзя повторять одну и ту же мысль, пусть даже другими словами - время дорого. Любая фраза должна говориться зачем-то. Не просто потому, что вы занимались этим в процессе работы. Каждая фраза должна логично подводить к следующим фразам, быть для них посылом, и в конечном итоге всё выступление должно быть подчинено главной цели — донести до аудитории три-четыре по-настоящему ценные мысли. Тогда выступление будет цельным и оставит хорошее впечатление.

1.6. Не проговаривайте формулы словами — это долго и может отвлечь внимание от основной мысли выступления. Это делается только во время лекций или семинаров, когда слушатели одновременно записывают конспект. Во время демонстрации презентации это неуместно.

1.7. Оптимальная скорость переключения для кратких выступлений — два слайда в минуту. Слушатели должны успеть воспринять информацию и со слайда, и на слух.

2. Основные правила при подготовке презентации

2.1. Составив детализированный план доклада, презентацию затем подготовить будет легче. Для этого необходимо по каждому пункту и подпункту плана создать слайд, иллюстрирующий содержание данного пункта (подпункта). Тогда слайды будут информативны и рассказывать вам будет

удобно, и сама очередность слайдов поможет не сбиваться с мыслей.

2.2. Речь и слайды не должны совпадать, тогда презентация станет «объёмной». Речь должна быть не перегружена специальной терминологией, а слайды должны содержать больше технических подробностей: формулы, схемы, таблицы, графики.

2.3. Презентация является иллюстрацией, дополнением к докладу, Текст всегда первичен. Поэтому исходить необходимо из того, что главное требование презентации - наглядность. От того, насколько просто и доступно вы представите результат своей работы, зависит больше половины успеха.

2.4. Не перегружайте слайд текстом - вы его и так читаете в своём докладе. Оставьте слова себе, а графику - презентации. Можно несколько кадров отвести для текста, когда это становится совершенно необходимым. Распространённая ошибка – читать слайд дословно. Лучше всего, если на слайде будет написана подробная информация (определения, теоремы, формулы), а словами будет рассказываться их содержательный смысл. Информация на слайде может быть более формальной и строго изложенной, чем в речи.

2.5. Не отвлекайте слушателей своей же презентацией. Яркие краски, аляповатые построения, излишняя анимация, выпрыгивающие и бегающие зайчики, лисички и собачки - не самое лучшее дополнение к докладу. Если вы вводите текст, дополняющий или поясняющий ваши положения, позаботьтесь о легкости его восприятия.

2.6. Для правильного использования и компоновки цветов воспользуйтесь дизайнерским понятием цветовой гаммы. Причем цвета могут быть гармонирующими или дополняющими. И тот, и другой имеют право на существование.

2.7. При разработке дизайна презентации ориентируйтесь на триадную гамму: три основных цвета и их оттенки. Текст должен быть контрастным, обязательно темным на светлом фоне. Лучше всего если всё поле будет светлым, в центральной части, где расположен материал – светло-серым или палевым, а внизу - более тёмным.

2.8. Презентация должна идти синхронно с текстом доклада. Ваша речь должна пояснять иллюстрации, представленные в презентации. А презентация, в свою очередь, должна содержать наглядный материал, который невозможно выразить словами (схемы, таблицы, графики и так далее).

2.9. Оптимальное число строк на слайде - от 6 до 11. Шрифт должен быть не менее 24 размера. Перегруженность и мелкий шрифт тяжелы для восприятия. Недогруженность оставляет впечатление, что выступление поверхностно и плохо подготовлено.

2.10. Заключительный слайд презентации должен нести благодарность слушателям: «Благодарю за внимание!» или «Спасибо за внимание!»

2.11. Следуйте этим рекомендациям, и работа над докладом и презентацией покажется вам весьма увлекательным занятием!

**Тематика докладов с презентациями
по дисциплине «Маркетинг» для направления подготовки**

23. 03. 01

с учетом раскрытия содержания компетенции ОПК-2 - Способен осуществлять профессиональную деятельность с учетом экономических, экологических и социальных ограничений на всех этапах жизненного цикла транспортно-технологических машин и комплексов; ПК-1- способностью к организации эффективной коммерческой работы на объекте транспорта: подготовке и заключению договоров с потребителями транспортно-логистических услуг; приему, оформлению и сдаче грузов; подготовке и оформлению коммерческих и транспортных документов; разработке технических регламентов по обеспечению качества перевозок

1. Сущность, принципы, методы, базовые понятия маркетинга.
2. Эволюция теории маркетинга. Современная концепция маркетинга.
3. Маркетинговая среда предприятия.
4. Маркетинговые исследования на предприятии.
5. Рынок и его классификация.
6. Товарная политика в комплексе маркетинга.
7. Ценовая политика в комплексе маркетинга.
8. Коммуникационная политика в комплексе маркетинга.
9. Политика продвижения в комплексе маркетинга.
10. Формирование спроса и стимулирование сбыта.
11. Планирование маркетинговой деятельности предприятия
12. Стратегический маркетинг и его аспекты.
13. Процесс стратегического планирования на предприятии.
14. Процесс формирования плана маркетинга предприятия
15. Управление маркетингом на предприятии.
16. Виды организационных служб маркетинга на предприятии.
17. Анализ маркетинговой деятельности предприятия.

Вопросы к зачёту по дисциплине «Маркетинг»

1. Сущность маркетинга. Роль маркетинга в свете самообразования и самоорганизации.
2. Эволюция теории маркетинга.
3. Современная концепция применительно к этапам жизненного цикла продуктов, ТТМ и комплексов.
4. Функции маркетинга и их реализация на объектах водного транспорта.
5. Принципы маркетинга для организации эффективной коммерческой работы.
6. Базовые понятия маркетинга и их определение.
7. Маркетинговая среда на предприятиях транспорта.
8. Маркетинговые исследования с учётом экологических, экономических и социальных ограничений в работе ТТМ.
9. Рынок и его классификация. Подготовка и заключение договоров с потребителями транспортно-логистических услуг.
10. Товарная политика. Жизненный цикл товара.
11. Ценовая политика. Обоснование стоимости на услуги транспорта.
12. Коммуникационная политика. Подготовка коммерческих и транспортных документов.
13. Политика продвижения. Разработка технических регламентов по обеспечению качества перевозок.
14. Сегментирование рынка. Признаки сегментации.
15. Выбор целевого рынка для повышения эффективности коммерческой работы.
16. Формирование спроса и стимулирование сбыта.
17. Стратегический маркетинг и его аспекты.
18. Процесс стратегического планирования на объектах транспорта.
19. Маркетинговые стратегии фирмы применительно к рынку транспортных услуг.
20. Комплекс маркетинга.
21. Многоуровневая модель товара.
22. Позиционирование товара на рынке.
23. Разработка нового товара и товарной политики.
24. Классификация товаров.
18. Виды спроса на товар.
19. Методика определения степени эластичности спроса.
20. Основные отличия услуги от товара. Понятие услуги на объектах транспорта.
21. Порядок установления цены на товар.
22. Методы ценообразования.
23. Коммуникационная политика.
24. Каналы распределения и товародвижения.

25. Организация эффективной коммерческой работы на объектах транспорта.
26. Разработка и внедрение рациональных приёмов работы с клиентами.
27. Виды рекламы и оценка ее эффективности.
28. Процесс стратегического планирования на транспорте.
29. Организация службы маркетинга на транспорте.
30. Контроль маркетинга.