

ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

1. Понятие и сущность маркетинга.
2. Маркетинговая среда предприятия.
3. Конкуренция на рынке товаров и услуг
4. Организация маркетинга.
5. Специфика международного маркетинга в России.
6. Особенности проведения международных маркетинговых исследований.
7. Типы и виды маркетинговых исследований.
8. Анализ и оценка возможностей выхода фирмы на внешний рынок.
9. Сегментирование на рынке.
10. Маркетинговые стратегии фирм.
11. Процесс планирования в маркетинге.
12. Контроль в маркетинге.
13. Товарная политика предприятий.
14. Жизненный цикл товара.
15. Конкурентоспособность товара на рынке.
16. Ценовая политика предприятия.
17. Ценовые стратегии предприятия.
18. Процесс товародвижения на рынке.
19. Экспортная товарная политика в стратегии маркетинга.
20. Сбытовая политика предприятий.
21. Маркетинговая система продвижения (коммуникаций).
22. Рекламная деятельность предприятий.
23. Прямой маркетинг.
24. Методы стимулирования сбыта на рынке.
25. Система связей с общественностью («public relations» – PR).

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ РЕФЕРАТОВ

Реферат – самостоятельное творческое исследование научно-практического характера, позволяющее судить о приобретенных студентом знаниях и умении применять их на практике. При его выполнении студент должен проявить знание теоретического материала, специальной литературы, нормативно-правовых актов, исследовательский и научный подход к рассматриваемой проблеме, умение анализировать, делать обобщения и выводы.

Цель реферата по «Маркетингу» - закрепление полученных теоретических знаний.

Основные задачи выполнения работы:

- Углубить теоретические знания, полученные в процессе освоения курса «Маркетинг»;
- Выработать практические навыки в проведении анализа особенностей

приятия при выходе на внешний рынок (на примере конкретного предприятия).

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Основные требования к выполнению контрольных работ

Выполнение контрольной работы является одной из форм самостоятельной работы студентов по изучению данной учебной дисциплины. В процессе ее подготовки студенты знакомятся с важнейшими и наиболее сложными экономическими проблемами, учатся анализировать современные явления экономической жизни общества (страны, мирового хозяйства) и делать на основе этого правильные, научно обоснованные теоретические и практические выводы. В процессе работы приобретаются навыки самостоятельного подбора необходимой литературы, фактического материала, работы со статистическими справочниками, составления таблиц и диаграмм. Все это не только расширяет и углубляет знания по курсу «Маркетинг», но и прививает навыки научного исследования и самостоятельного письменного изложения важных и сложных теоретических и практических проблем.

Рекомендуется придерживаться приведенной ниже структуры контрольной работы:

- Введение
- Основная часть
- Выводы
- Список литературы

Во введении обосновывается теоретическая и практическая актуальность темы исследования. Ставятся цель и задачи, которые необходимо решить при написании контрольной работы. Отражаются используемые приемы и методы исследования, источники информации для написания работы. Общий объем введения – 1 страница машинописного текста.

В основной части необходимо раскрыть основное содержание темы, показать степень изученности данной проблемы, ее дискуссионность, дать свое понимание рассматриваемых вопросов. Показать особенности решения данных вопросов в России. Здесь же необходимо осветить изменения изучаемой проблемы за более или менее длительный период с целью выявления основных тенденций и особенностей ее развития. Объем данного раздела – 15-20 страниц машинописного текста.

Выводы отражают в концентрированном виде общее содержание контрольной работы. Необходимо следить за тем, чтобы выводы, содержащиеся в этом разделе, коррелировали с целями и задачами, обозначенными во Введении.

Список литературы, изученной и использованной студентом в процессе выполнения работы должен включать не менее 5 источников. Особое внимание необходимо уделить изданиям последних лет, так как в них наиболее полно отражен современный подход к решению поставленных задач.