МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

РГП КАРАГАНДИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТ И БИЗНЕС»

Утверждаю

Проректор по УР

\_\_\_\_\_Жаксыбаева Г.Ш.

«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_2016 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

По выполнению контрольной работы по курсу «МАРКЕТИНГ»

Для экономических специальностей

Вечерняя форма обучения

Темиртау 2016

СОГЛАСОВАНО:

Декан Экономического факультета

\_\_\_\_\_\_\_\_\_Бирюков В.В.

«\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_2016 г.

|  |  |
| --- | --- |
| Разработал:  | Рассмотрено |
|   | на заседании кафедры Протокол №\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| Старший преподаватель  | «\_\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_2016г. |
| Петровская А.С. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Зав.кафедрой «МиБ» |
|  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Бирюков В.В. |

ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

1. Контрольная работа состоит из трех вопросов
2. Ответы на вопросы должны быть в форме эссе, т.е. должен быть самостоятельный комментарий на теоретические положения учебников.
3. Студент выполняет контрольную работу в печатном виде, в объеме до 12 страниц. Шрифт TNR, кегль 14, интервал одинарный.
4. В конце работы обязателен список использованных источников.
5. Работа, при условии, что выполнена в соответствии с требованиями, оценивается в 100баллов. Причины снижения оценки отражаются в рецензии. Студент имеет право повысить оценку, исправив замечания.

ВАРИАНТ 1

1. Маркетинговые возможности сети Интернет
2. Поведение казахстанского потребителя
3. Классификация товарных групп в системе маркетинга

ВАРИАНТ 2

1. Сегментирование рынка как фактор успеха
2. Конкурентоспособность казахстанских товаров
3. Маркетинговые коммуникации в сети интернет

ВАРИАНТ 3

1. Особенности казахстанской рекламы
2. Маркетинг и формирование корпоративной культуры
3. Методы комплексного исследования рынка

ВАРИАНТ 4

1. Брендинг и его эффективность
2. Задачи и политика ценообразования в реальных условиях рынка
3. Ассортиментная политика и ее составляющие

ВАРИАНТ 5

1. Сравнительный анализ маркетинговых концепций
2. Факторы, влияющие на выбор охвата рынка
3. Классификация товарных групп в системе маркетинга

ВАРИАНТ 6

1. Маркетинговая разведка
2. Недобросовестная реклама
3. Глобальные маркетинговые стратегии

ВАРИАНТ 7

1. Формирование положительного имиджа фирмы
2. Разработка маркетинговых стратегий на казахстанском рынке
3. Разновидности электронной коммерции

ВАРИАНТ 8

1. Сравнительный анализ методов ценообразования
2. Формирование системы персональных продаж на казахстанском рынке
3. Актуальность маркетинга и его роль в экономической деятельности

ВАРИАНТ 9

1. Для чего необходим товарный знак и его сущность
2. Направление и формы организации маркетинга на казахстанских предприятиях
3. Сущность маркетинга как интегрированной функции управления

ВАРИАНТ 10

1. Освоение рынка новыми товарами
2. Фирменная среда казахстанского предприятия
3. Основные направления маркетинговых исследований

ВАРИАНТ 11

1. Поведение потребителей в системе маркетинга
2. Электронный маркетинг казахстанских предприятий
3. Место упаковки и сервиса в товарной политике предприятия

ВАРИАНТ 12

1. Эффективность рекламы
2. Маркетинговые стратегии применительно к казахстанскому рынку
3. Принципы, особенности и проблемы международного маркетинга

ВАРИАНТ 13

1. Роль стимулирования в жизненном цикле товара
2. С чего начинается маркетинг
3. Внутренняя маркетинговая среда

ВАРИАНТ 14

1. Экспортный маркетинг казахстанских предприятий
2. Эффективность исследования рынка
3. Специфика современного этапа развития маркетинга

ВАРИАНТ 15

1. Психологические аспекты ценообразования
2. Сетевой маркетинг на казахстанском рынке
3. Проблемы взаимоотношений общества и маркетинга

ВАРИАНТ 16

1. Оценка конкурентоспособности предприятия
2. Контроль и организация маркетинговой деятельности на казахстанских предприятиях
3. Управление жизненным циклом товара

ВАРИАНТ 17

1. Составляющие понятия качества товара в системе маркетинга
2. Принципы выбора целевого сегмента казахстанского рынка
3. Особенности маркетинговой деятельности сферы услуг

ВАРИАНТ 18

1. Изучение фирм конкурентов в системе маркетинга
2. Использование информационных технологий для создания системы управления отношениями с клиентами
3. Объективные условия возникновения маркетинга

ВАРИАНТ 19

1. Веб-сайт предприятия как инструмент маркетинга
2. Особенности позиционирования товаров на казахстанском рынке
3. Специфика стратегического маркетинга

ВАРИАНТ 20

1. Защита потребителя на казахстанском рынке
2. Маркетинговые стратегии и спрос
3. Формирование общественного мнения

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акулич, И. Л. Маркетинг: учебник для студентов высших учебных заведений по экономическим специальностям / И. Л. Акулич. – Минск: Вышэйшая школа, 2010. – 524 с.
2. Белоусова, С. Н. Маркетинг: учебное пособие по специальностям экономики и управления / С. Н. Белоусова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. – 381 с.
3. Борушко, Н. В. Маркетинговые коммуникации: курс лекций / Н. В. Борушко. - Минск: БГТУ, 2012. - 306 с.
4. Бухтерева, О.С. Социология рекламы в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие / О.С.Бухтерева. - М. : ИНФРА-М, 2011. - 127 c.
5. Брассингтон Ф., Петтитт С. Основы маркетинга / Ф. Брассингтон, С. Петтитт. – М.: Бизнес Букс, 2014. – 536 с.
6. Васильев, Г.А. Рекламный маркетинг: Учебное пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 276 c.
7. Герасимов, Б.И. Маркетинговые исследования рынка : учеб. пособие / Б.И. Герасимов, Н.Н. Мозгов. - М.: ФОРУМ, 2009. - 333 с.
8. Голова, А.Г. Управление продажами : учебник / А.Г.Голова. - М.: Дашков и К, 2013. - 277 с.
9. Годин, А. М. Маркетинг: учебник для экономических вузов по направлению "Экономика" и специальности "Маркетинг" / А. М. Годин. – Москва: Дашков и Кº, 2010. – 671 с.
10. Дурович, А.П. Маркетинг: курс интенсивной подготовки: [учебное пособие] / А. П. Дурович. – Минск: Современная школа, 2010. – 253 с.
11. Еремин, В.Н. Маркетинг. Основы и маркетинг информации: учебник / В.Н.Еремин. – М.: КноРУс, 2014. – 648 с.
12. Казущик, А. А. Основы маркетинга: учебник / А. А. Казущик. - Минск: Беларусь, 2011. - 246 с.
13. Карпеко, О. И. Промышленный маркетинг: учебник для студентов высших учебных заведений по специальности "Маркетинг" / О. И. Карпеко. – Минск: БГЭУ, 2010. – 414 с.
14. Каменева, Н.Г. Маркетинговые исследования: учеб. пособие по спец. "Маркетинг" / Н.Г.Каменева, В.А.Поляков. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. - 437 с.
15. Кеннеди, Дэн. Секретное оружие маркетолога: найдите ваше уникальное преимущество, превратите его в мощное рекламное сообщение и донесите до правильных клиентов / Дэн Кеннеди; [пер. с англ. А.Яковенко]. - М.: ГИППО, 2012. - 203 c.
16. Ким, С.А. Маркетинг: учеб. для студ. Вузов / С.А.Ким; Федер. ин-т развития образования. - М.: Дашков и К, 2010. - 257 с. Кобелев, О. А. Электронная коммерция: учебник для студентов / О. А. Кобелев. - Москва: Дашков и Кº, 2011. – 682 с.
17. Котлер, Ф. Основы маркетинга: краткий курс: [перевод с английского] / Филип Котлер. - Москва [и др.]: Вильямс, 2012. - 488 с.
18. Липсиц И.В., Дымшиц М.Н. Основы маркетинга: учебник / И.В Липсиц., М.Н. Дымшиц. – М.: Геотар-Медиа, 2014. – 208 с.
19. Масленников, Роман. 101 совет по PR / Роман Масленников. - М.: Альпина Паблишер, 2012. - 68 с.
20. Мельникова, Н.А. Медиапланирование: стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н.А.Мельникова. - М.: Дашков и К, 2009. - 177 c.
21. Моосмюллер, Г. Маркетинговые исследования с SPSS: учеб. пособие / Г.Моосмюллер, Н.Н.Ребик. - 2-е изд. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 198 c.
22. Макашева, З.М. Брендинг / З.М. Макашев. - СПб.: Питер, 2014. – 204 с.
23. Маркетинг. Менеджмент: экспресс-курс / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер: Мир книг, 2012. - 479 с.
24. Маркетинг: учебник для магистров, аспирантов и специалистов, осуществляющих маркетинговую деятельность / [И. М. Синяева и др.]. - Москва: Вузовский учебник: Инфра-М, 2013. - 383 с.
25. Маркетинг в коммерции: учебник: для студентов / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев. - Москва: Дашков и Кº, 2011. – 543 с.
26. Маркетинговые коммуникации: учебник: для высших учебных заведений по специальности "Маркетинг" / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев. – Москва: Дашков и К°, 2011. – 323 с.
27. Маркетинг в вопросах и решениях: учебник для студентов / И. В. Захарова, Т. В. Евстигнеева. – Москва: КноРус, 2011. – 303 с.
28. Маркетинг взаимоотношений вуза [Текст] : монография / Т. В. Бакун ; АНО ВПО "Омский экономический ин-т". - Омск : ОмЭИ, 2013. - 155 с.
29. Маркетинг: учебник для студентов / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. – Москва: Инфра-М, 2013. – 335 с.
30. Маркетинг: учебное пособие по направлению 080500 "Менеджмент" / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. – Москва: Инфра-М, 2010. – 420 с.
31. Маркетинг: [перевод с английского] / Роман Хибинг, Скотт Купер. – Москва: Эксмо, 2010. – 846 с.
32. Маркетинг в регулировании банковский сферы: теория и инструменты [Текст] / Кошель Н. В. ; М-во образования и науки Российской Федерации ; Ростовский гос. экономический ун-т (РИНХ). - Ростов-на-Дону : Ростовский гос. экономический ун-т, 2013. - 91 с.
33. Маркетинг инноваций: закономерности, тенденции и перспективы использования на современных российских предприятиях [Текст] / Е. Н. Скляр ; М-во образования и науки Российской Федерации, Брянский гос. технический ун-т. - Брянск : Изд-во БГТУ, 2013. - 148 с.
34. Маркетинговые исследования: учебник для студентов / Т. Г. Зорина, М. А. Слонимская. – Минск: БГЭУ, 2010. – 410 c. Маркетинг: учебник для экономических вузов / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. – Москва: Дашков и Кº, 2009. – 548 с.
35. Мазилкина, Е.И. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие / Е.И. Мазилкина. - М.: Дашков и К, 2012. - 256 c.
36. Музыкант, В.Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 216 c.
37. Основы маркетинга. Теория и практика: [учебное пособие] / И. И. Пичурин, О. В. Обухов, Н. Д. Эриашвили. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 381 с.
38. Прокшина, Т. П. Маркетинг: учебник / Т. П. Прошкина. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. – 314 c
39. Романцов, А.Н. Event-маркетинг: сущность и особенности организации: практ. пособие / А.Н.Романцов. - М.: Дашков и К, 2014. - 114 с.
40. Ромат, Е.В. Реклама: [учеб. для студ. вузов, изуч. маркетинг, менеджмент, паблик рилейшнз] / Е.В.Ромат. - СПб.: Питер, 2014. - 508 с.
41. Сиганова, О.В. Кросскультурный маркетинг : учеб. пособие / О.В. Сиганов. - М.: ИНФРА-М, 2011. – 261 c.
42. Симонян, Т.В. Маркетинг и маркетинговые коммуникации: учеб. пособие для студ. вузов / Т.В.Симонян, Т.Г.Кизилова. - Ростов н/Д: Феникс, 2011. - 212 c.
43. Сак А.В. Журавлев В.А. Оптимизация маркетинговых решений / А.В. Сак В.А. Журавлев. – М.: Гревцов, 2010. – 302 с.
44. Синяева, И.М. Маркетинг: теория и практика: учеб. для студ. вузов, обуч. по экон. спец. / И.М.Синяева, О.Н.Романенкова. - М.: Юрайт, 2014. - 652 с.
45. Скотт, Дэвид Мирман. Новые правила маркетинга и PR: как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем / Дэвид Мирман Скотт; пер. с англ. [В.Апанасик, Г.Огибин]. - 2-е изд. - М.: Альпина Паблишерз, 2011. - 347 с.
46. Токарев, Б.Е. Маркетинговые исследования: учебник / Б.Е.Токарев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Магистр: ИНФРА-М, 2011. - 508 с.
47. Управление маркетингом: [учебник для вузов: перевод с английского] / Н. Капон, В. Колчанов, Дж. Макхалберт. – Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2013. – 832 с.
48. Финансовый маркетинг: теория и практика [Текст] : учебник для магистров : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / [Артемьева О. А. и др.] ; под. общ. ред. С. В. Карповой ; Финансовый ун-т при Правительстве Российской Федерации. - Москва : Юрайт, 2013. - 424 с
49. Формирование системы маркетинга персонала на рынке труда : диссертация ... доктора экономических наук : 08.00.05 / Чащин Владимир Владимирович; [Место защиты: Рост. гос. эконом. ун-т]. - Ростов-на-Дону, 2013. - 380 с.
50. Шаляпина, Н.М. Маркетинг: учеб. пособие для студ. вузов региона / Н.М.Шаляпина; Дальневост. гос. техн. рыбохоз. ун-т. - Владивосток: Дальрыбвтуз, 2011. - 263 с.
51. Шаповалов, В.А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ: учеб. пособие / В.А.Шаповалов. - Ростов н/Д : Феникс, 2008. - 345 с.
52. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по направлению подгот. (спец.) "Связи с общественностью" / Ф.И.Шарков; Междунар. акад. бизнеса и упр.; Ин-т современных коммуникационных систем и технологий. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К, 2011. - 332 с.
53. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по направлению подгот. (спец.) "Связи с общественностью" / Ф.И.Шарков; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - М. : Дашков и К : Изд-во Шаркова, 2011. - 323 с.