ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ

ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ

государственное образовательное учреждение среднего профессионального образования Ярославской области

Ярославский автомеханический техникум

 УТВЕРЖДАЮ

зам. директора по УР

\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.Н. Апполонова

 «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Рассмотрено на заседании ПЦК

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Протокол № \_\_\_ от «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Председатель ПЦК

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Контрольная работа по дисциплине**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Маркетинг \_\_\_

**для специальности** 190604.51

Техническое обслуживание и ремонт автомобильного транспорта

(заочное отделение)

**Разработал:** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Пояснительная записка**

Предмет «Маркетинг» является одной из дисциплин, определяющих экономические знания специалистов, которым предстоит работать в автотранспортных предприятиях.

Данные метод указания предусматривают изучение студентами основ маркетинга как концепции рыночного управления производством с целью получения максимальной прибыли и роста объемов автотранспортных услуг.

Основой для успешного усвоения программного материала является изучение дисциплин «Основы экономики», «Менеджмент», «Автомобильные перевозки», а также основных положений дисциплины «Экономика отрасли».

Для закрепления изучаемого материала и получения студентами практических навыков программой дисциплины предусмотрено проведение практических занятий.

В результате изучения дисциплины студенты **должны знать** основные положения и терминологию маркетинга, характеристику составляющих маркетинга: товар, методы распространения товара, цели и задачи маркетингового исследования рынка автотранспортных услуг, основы коммерческой деятельности и ценовую политику предприятий автомобильного транспорта, факторы, влияющие на конкурентоспособность товаров и услуг автомобильного транспорта на рынке.

Студенты **должны уметь** устанавливать цены на автотранспортные услуги, выбирать наиболее эффективные виды продвижения автотранспортных услуг на рынок, проводить маркетинговые исследования рынка автотранспортных услуг, планировать рекламную компанию и организовывать коммерческую деятельность предприятий автомобильного транспорта.

**Темы и варианты контрольной работы по дисциплине «Маркетинг»**

**Вариант 1**

1. Основные факторы микросреды функционирования фирмы.

2. Что такое товар? Классификация товаров.

**Рекомендуемая литература**

1. Котлер Ф. «Основы маркетинга» - М.: Прогресс, 2001

2. Кнышева Е.Н. «Маркетинг» - М.: ФОРУМ-ИНФРА-М, 2006

3. Ф. Котлер, К.Л. Келлер «Маркетинг. Менеджмент» - СПб.: Питер, 2008

**Вариант 2**

1.Основные факторы макросреды функционирования фирмы.

2. Реклама, стимулирование сбыта и пропаганда.

**Рекомендуемая литература**

1. Котлер Ф. «Основы маркетинга» - М.: Прогресс, 2001

2. Кнышева Е.Н. «Маркетинг» - М.: ФОРУМ-ИНФРА-М, 2006

3. Ф. Котлер, К.Л. Келлер «Маркетинг. Менеджмент» - СПб.: Питер, 2008

**Вариант 3**

1. Цели, задачи и принципы маркетинга.

2. Сбытовая политика и организация товародвижения.

**Рекомендуемая литература**

1. Котлер Ф. «Основы маркетинга» - М.: Прогресс, 2001

2. Кнышева Е.Н. «Маркетинг» - М.: ФОРУМ-ИНФРА-М, 2006

3. Ф. Котлер, К.Л. Келлер «Маркетинг. Менеджмент» - СПб.: Питер, 2008

**Вариант 4**

1. Конкуренция и конкурентоспособность.

2. Жизненный цикл товара.

**Рекомендуемая литература**

1. Котлер Ф. «Основы маркетинга» - М.: Прогресс, 2001

2. Кнышева Е.Н. «Маркетинг» - М.: ФОРУМ-ИНФРА-М, 2006

3. Ф. Котлер, К.Л. Келлер «Маркетинг. Менеджмент» - СПб.: Питер, 2008

 **Вариант 5**

1. Сбытовая политика и организация товародвижения.

2. Цели и миссия организации.

**Рекомендуемая литература**

1. Котлер Ф. «Основы маркетинга» - М.: Прогресс, 2001

2. Кнышева Е.Н. «Маркетинг» - М.: ФОРУМ-ИНФРА-М, 2006

3. Ф. Котлер, К.Л. Келлер «Маркетинг. Менеджмент» - СПб.: Питер, 2008

**Вариант 6**

1. Покупательское поведение и сегментирование рынка.

2. Реклама и её виды.

**Рекомендуемая литература**

1. Котлер Ф. «Основы маркетинга» - М.: Прогресс, 2001

2. Кнышева Е.Н. «Маркетинг» - М.: ФОРУМ-ИНФРА-М, 2006

3. Ф. Котлер, К.Л. Келлер «Маркетинг. Менеджмент» - СПб.: Питер, 2008

**Вариант 7**

1. Маркетинговая коммуникация организации.

2. Сущность и основные понятия, используемые в маркетинге.

**Рекомендуемая литература**

1. Котлер Ф. «Основы маркетинга» - М.: Прогресс, 2001

2. Кнышева Е.Н. «Маркетинг» - М.: ФОРУМ-ИНФРА-М, 2006

3. Ф. Котлер, К.Л. Келлер «Маркетинг. Менеджмент» - СПб.: Питер, 2008

**Вариант 8**

1. Цена, ценообразование и ценовая политика.

2. Система сбора, обработки и анализа информации.

**Рекомендуемая литература**

1. Котлер Ф. «Основы маркетинга» - М.: Прогресс, 2001

2. Кнышева Е.Н. «Маркетинг» - М.: ФОРУМ-ИНФРА-М, 2006

3. Ф. Котлер, К.Л. Келлер «Маркетинг. Менеджмент» - СПб.: Питер, 2008

**Вариант 9**

1. Товар и товарная политика.

2. Покупательское поведение.

**Рекомендуемая литература**

1. Котлер Ф. «Основы маркетинга» - М.: Прогресс, 2001

2. Кнышева Е.Н. «Маркетинг» - М.: ФОРУМ-ИНФРА-М, 2006

3. Ф. Котлер, К.Л. Келлер «Маркетинг. Менеджмент» - СПб.: Питер, 2008

**Вариант 10**

1. Внутренняя среда организации.

2. Основные концепции маркетинга.

**Рекомендуемая литература**

1. Котлер Ф. «Основы маркетинга» - М.: Прогресс, 2001

2. Кнышева Е.Н. «Маркетинг» - М.: ФОРУМ-ИНФРА-М, 2006

3. Ф. Котлер, К.Л. Келлер «Маркетинг. Менеджмент» - СПб.: Питер, 2008

**Вариант 11**

1. Реклама и требования к ней. Виды рекламы.

2. Основные функции маркетинга.

**Рекомендуемая литература**

1. Котлер Ф. «Основы маркетинга» - М.: Прогресс, 2001

2. Кнышева Е.Н. «Маркетинг» - М.: ФОРУМ-ИНФРА-М, 2006

3. Ф. Котлер, К.Л. Келлер «Маркетинг. Менеджмент» - СПб.: Питер, 2008

**Вариант 12**

1. Составляющие имиджа (узнаваемости) компании.

2. Внешняя среда организации.

**Рекомендуемая литература**

1. Котлер Ф. «Основы маркетинга» - М.: Прогресс, 2001

2. Кнышева Е.Н. «Маркетинг» - М.: ФОРУМ-ИНФРА-М, 2006

3. Ф. Котлер, К.Л. Келлер «Маркетинг. Менеджмент» - СПб.: Питер, 2008

**Вариант 13**

1. Фирменный стиль организации.

2. Формирование спроса у потребителей. Связь с общественностью.

**Рекомендуемая литература**

1. Котлер Ф. «Основы маркетинга» - М.: Прогресс, 2001

2. Кнышева Е.Н. «Маркетинг» - М.: ФОРУМ-ИНФРА-М, 2006

3. Ф. Котлер, К.Л. Келлер «Маркетинг. Менеджмент» - СПб.: Питер, 2008

**Вариант 14**

1. Стимулирование сбыта товара.

2. Товарный знак, упаковка и маркировка товара.

**Рекомендуемая литература**

1. Котлер Ф. «Основы маркетинга» - М.: Прогресс, 2001

2. Кнышева Е.Н. «Маркетинг» - М.: ФОРУМ-ИНФРА-М, 2006

3. Ф. Котлер, К.Л. Келлер «Маркетинг. Менеджмент» - СПб.: Питер, 2008

**Вариант 15**

1. Сегментирование рынка.

2. Маркетинговая коммуникация организации.

**Рекомендуемая литература**

1. Котлер Ф. «Основы маркетинга» - М.: Прогресс, 2001

2. Кнышева Е.Н. «Маркетинг» - М.: ФОРУМ-ИНФРА-М, 2006

3. Ф. Котлер, К.Л. Келлер «Маркетинг. Менеджмент» - СПб.: Питер, 2008

**Вариант 16**

1. Миссия организации.

2. Покупательское поведение.

**Рекомендуемая литература**

1. Котлер Ф. «Основы маркетинга» - М.: Прогресс, 2001

2. Кнышева Е.Н. «Маркетинг» - М.: ФОРУМ-ИНФРА-М, 2006

3. Ф. Котлер, К.Л. Келлер «Маркетинг. Менеджмент» - СПб.: Питер, 2008

**Вариант 17**

1. Оценка конкурентоспособности товара.

2. Основные функции маркетинга.

**Рекомендуемая литература**

1. Котлер Ф. «Основы маркетинга» - М.: Прогресс, 2001

2. Кнышева Е.Н. «Маркетинг» - М.: ФОРУМ-ИНФРА-М, 2006

3. Ф. Котлер, К.Л. Келлер «Маркетинг. Менеджмент» - СПб.: Питер, 2008

**Вариант 18**

1. Ценообразование.

2. Оптовая и розничная торговля.

**Рекомендуемая литература**

1. Котлер Ф. «Основы маркетинга» - М.: Прогресс, 2001

2. Кнышева Е.Н. «Маркетинг» - М.: ФОРУМ-ИНФРА-М, 2006

3. Ф. Котлер, К.Л. Келлер «Маркетинг. Менеджмент» - СПб.: Питер, 2008

**Вариант 19**

1. Методы маркетинговых исследований.

2. Реклама и её виды.

**Рекомендуемая литература**

1. Котлер Ф. «Основы маркетинга» - М.: Прогресс, 2001

2. Кнышева Е.Н. «Маркетинг» - М.: ФОРУМ-ИНФРА-М, 2006

3. Ф. Котлер, К.Л. Келлер «Маркетинг. Менеджмент» - СПб.: Питер, 2008

**Вариант 20**

1. Организация товародвижения. Уровни каналов товародвижения.

2. Жизненный цикл товара.

**Рекомендуемая литература**

1. Котлер Ф. «Основы маркетинга» - М.: Прогресс, 2001

2. Кнышева Е.Н. «Маркетинг» - М.: ФОРУМ-ИНФРА-М, 2006

3. Ф. Котлер, К.Л. Келлер «Маркетинг. Менеджмент» - СПб.: Питер, 2008

**Вариант 21**

1. Товар и товарная политика.

2. Сегментирование рынка.

**Рекомендуемая литература**

1. Котлер Ф. «Основы маркетинга» - М.: Прогресс, 2001

2. Кнышева Е.Н. «Маркетинг» - М.: ФОРУМ-ИНФРА-М, 2006

3. Ф. Котлер, К.Л. Келлер «Маркетинг. Менеджмент» - СПб.: Питер, 2008

**Вариант 22**

1. Внутренние и внешние факторы организации.

2. Покупательское поведение на рынке.

**Рекомендуемая литература**

1. Котлер Ф. «Основы маркетинга» - М.: Прогресс, 2001

2. Кнышева Е.Н. «Маркетинг» - М.: ФОРУМ-ИНФРА-М, 2006

3. Ф. Котлер, К.Л. Келлер «Маркетинг. Менеджмент» - СПб.: Питер, 2008

**Вариант 23**

1. Покупательское поведение.

2. Прямой маркетинг.

**Рекомендуемая литература**

1. Котлер Ф. «Основы маркетинга» - М.: Прогресс, 2001

2. Кнышева Е.Н. «Маркетинг» - М.: ФОРУМ-ИНФРА-М, 2006

3. Ф. Котлер, К.Л. Келлер «Маркетинг. Менеджмент» - СПб.: Питер, 2008

**Вариант 24**

1. Интернет и маркетинг.

2. Товарный знак, упаковка, маркировка товара.

**Рекомендуемая литература**

1. Котлер Ф. «Основы маркетинга» - М.: Прогресс, 2001

2. Кнышева Е.Н. «Маркетинг» - М.: ФОРУМ-ИНФРА-М, 2006

3. Ф. Котлер, К.Л. Келлер «Маркетинг. Менеджмент» - СПб.: Питер, 2008

**Вариант 25**

1. Система сегментации рынка.

2. Покупательское поведение.

**Рекомендуемая литература**

1. Котлер Ф. «Основы маркетинга» - М.: Прогресс, 2001

2. Кнышева Е.Н. «Маркетинг» - М.: ФОРУМ-ИНФРА-М, 2006

3. Ф. Котлер, К.Л. Келлер «Маркетинг. Менеджмент» - СПб.: Питер, 2008