**Инструкция для студентов, выполняющих ПКЗ**

Перед выполнением ПКЗ по дисциплине «Маркетинг» студенту необходимо ознакомиться и рекомендуемой литературой из основного и дополнительного списка.

При выполнении ПКЗ следует формулировать свои ответы ясно и четко на поставленные вопросы, ссылаясь на источники из основного и дополнительного списка литературы по курсу «Маркетинг».

При ответе не допускается переписывание страниц учебно-методической литературы и нормативно-правовых актов, соответствующих заданию. Следует показать умение систематизировать материал, сопоставлять, анализировать, сравнивать, аргументировать собственную позицию.

Решение задач должно сопровождаться соответствующими формулами и пояснением хода решения задачи, также в обязательном порядке должны быть сделаны выводы по решению задачи.

Практическое контрольное задание должно быть оформлено в соответствии с существующими требованиями: аккуратно без помарок, без сокращений слов (кроме общепринятых).

При оформлении работы в титульном листе обязательно должны быть указаны: наименование образовательной организации, наименование факультета, кафедры, наименование учебной дисциплины, по которой выполняется задание, ФИО студента, номер группы, а также ФИО преподавателя, осуществляющего проверку ПКЗ.

Кроме того, следует указывать вариант, номер и формулировку задания.

Объем ПКЗ не должен превышать 10-12 страниц печатного текста.

**Список основной литературы**

1. **Багиев, Г. Л.** Маркетинг : учеб. для студентов вузов / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн ; под общ. ред. Г. Л. Багиева. - 3-е изд., перераб. и доп. – Санкт-Петербург : Питер, 2008. - 733 с. - (Учебник для вузов)..
2. **Казакова, Н. А**. Маркетинговый анализ : учеб. пособие для студентов / Н. А. Казакова. - Москва : Инфра-М, 2012. - 239 с. - (Высшее образование : бакалавриат).
3. **Князева, И. В**. Маркетинг [Электронный ресурс] : курс лекций для студентов всех форм обучения (авт. редакция) / И. В. Князева, А. В. Кирьянко ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - Электрон. дан. – Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2015. - 207 с. - Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. - филиал РАНХиГС. – Режим доступа : <http://www.sapanet.ru>, требуется авторизация (дата обращения : 14.01.2016). – Загл. с экрана.
4. **Минько, Э. В**. Маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Э. В. Минько, Н. В. Карпова. - Электрон. дан. – Москва : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714>, требуется авторизация (дата обращения : 15.11.2016). - Загл. c экрана.
5. **Пичурин, И. И.** Основы маркетинга. Теория и практика [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов высших учебных заведений / И. И. Пичурин, О. В. Обухов, Н. Д. Эриашвили Н. Д. - Электрон. дан. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 383 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116637>, требуется авторизация (дата обращения : 15.11.2016). - Загл. c экрана.

**Список дополнительной литературы**

1. **Герасименко, В. В**. Маркетинг-практикум: учеб.-практ. пособие / В. В. Герасименко ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Экон. фак. - Изд. 2-е, перераб. и доп. - Москва : Инфра-М, 2011. - 238 с.
2. **Голубков, Е. П.** Маркетинг: слов. терминов / Е. П. Голубков. - Москва : Дело и Сервис, 2012. - 309 с.
3. **Григорьев, М. Н.** Маркетинг: учеб. для студентов вузов / М. Н. Григорьев. - Москва : Юрайт, 2010. - 366 с.
4. **Лашкова, Е. Г.** Маркетинг: практика проведения исслед. : учеб. пособие для студентов вузов / Е. Г. Лашкова, А. И. Куценко. - Москва : Академия, 2008. - 239 с.
5. Маркетинг: общий курс: учеб. пособие / под ред. Н. Я. Калюжновой, А. Я. Якобсона. - 2-е изд., стер. - Москва: Омега-Л, 2007. - 476 с.
6. **Маслова, Т. Д**. Маркетинг: учеб. для студентов вузов / Т. Д. Маслова, С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик. - 3-е изд., доп. и перераб. – Санкт-Петербург : Питер, 2009. - 380 с.
7. **Новаторов, В. Е**. Культура маркетинга: [учеб. пособие] / В. Е. Новаторов. - Москва: Форум, 2012. - 222 с. - (Бакалавриат).
8. Основы маркетинга: [пер. с англ.] / Ф. Котлер [и др.]. - 2-е европ. изд. - Москва: Вильямс, 2007. - 944 с.
9. **Скляр, Е. Н.** Маркетинговые исследования: практикум: учеб. пособие для студентов вузов / Е. Н. Скляр, Г. И. Авдеенко, В. А. Алексунин. - Москва: Дашков и К, 2012. - 213 с.

**Список интернет-ресурсов**

1. Агентство стратегических инициатив. – режим доступа. - https://asi.ru/
2. Джон Вон Эйкен «Запретный маркетинг» (аудиокнига) – режим доступа: //http://mirknig.com/audioknigi/audioknigi\_obuchenie/772-dzhon\_von\_jejjken\_zapretnyjj\_marketing\_audiokniga\_cd.html
3. Портал «Инвестиционный климат РФ». – режим доступа: https://инвестклимат.рф
4. Портал Powerbranding – режим доступа http://powerbranding.ru
5. Ричард Брэнсон «Теряя невинность. Как я построил бизнес, делая все по-своему и получая удовольствие от жизни» (аудиокнига). – режим доступа: //http://audioknig.su/psihologiya/15456-teryaya-nevinnost.html
6. Сет Годин «Фиолетовая корова» (аудиокнига) // http://yarasvet.ru/?p=7448
7. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: офиц. cайт / Федер. служба гос. статистики. - Электрон. дан. - М., 2001 – 2015. – Режим доступа: http://www.gks.ru, свободный

Вариант №3.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №№ задания | Количество баллов | Формулировка задания |
| 1 | 10 | Какое влияние оказывают на деятельность компании факторы макросреды? Раскройте на конкретных примерах (2-3 реально существующие компании). |
| 2 | 10 | Какими принципами необходимо руководствоваться при проектировании службы маркетинга в организации? |
| 3 | 10 | Какие методы шкалирования используются при разработке анкет? |
| 4 | 15 | Приведите примеры отнесения различных видов товаров к этапам жизненного цикла. |
| 5 | 20 | Исследование рынка показало, что при цене 100 руб./шт. будет реализовано 200 единиц продукции, а при цене 70 руб./шт. - 500 единиц. Постройте график функции "цена-сбыт" и определите значение ценовой эластичности спроса. |
| 6 | 10 | Что понимается под методами продвижения товара, в чем принципиальное отличие от методов сбытовой политики? |
| 7 | 15 | К каким категориям, характеризующим деятельность компании, возможно применение метода ABC-продаж? Поясните на конкретных примерах. |