

Контрольная работа по дисциплине «Маркетинг»

ОБЯЗАТЕЛЬНОЕ ТРЕБОВАНИЕ – выполнение контрольной работы на примере действующей компании г. Перми, Пермского края.

Темы:

1. Маркетинговая среда компании «...название...»
2. Маркетинговая стратегия компании ...
3. Товарная политика компании ...
4. Ценовая политика компании ...
5. Сбытовая политика компании ...
6. Стратегия и программа продвижения компании ...
7. Сегментирование рынка для компании ...
8. Поведение потребителей компании ...
9. Оценка конкурентоспособности компании ...
10. Позиционирование товаров и услуг компании ...
11. Мерчандайзинг в компании ...
12. Организация маркетинговой деятельности на предприятии ...

Требования к оформлению контрольной работы. Объем 10–15 стр. Шрифт Time New Roman, кегль 14, интервал 1,5. Обязательно наличие ссылок на литературу, иные источники информации при выполнении анализа маркетинговой деятельности предприятия. Оформлять листы скоросшивателем.

Требования к содержанию контрольной работы:

Титульный лист

Введение

Содержание

1. ...
2. ...
3. ...
4. ...

Заключение

Список использованных источников информации

Во *введении* следует отразить предмет, объект работы, цель и задачи, а также описать актуальность выбранной темы.

В *основной части* контрольной работы необходимо описать и проанализировать объект работы (какую-либо действующую компанию в г. Перми, Пермском крае) по выбранной теме, *используя подходящие методики, инструменты анализа, матрицы, сравнительные таблицы и пр.* (качественная и количественная оценка). При этом важно придерживаться следующей логики, а именно, - *первый раздел* следует посвятить общей характеристике деятельности предприятия, *второй раздел* – анализу потребителей (клиентов), выделить сегменты целевых рынков, *третий раздел* – анализ деятельности предприятия по выбранной теме с

использованием 2-3 аналитических инструментов, *четвертый раздел* должен быть посвящен выводам и рекомендациям по совершенствованию маркетинговой деятельности в части изучаемой темы контрольной работы.

В *заключении* следует подвести итоги по всей проделанной работе.

**Пример содержания контрольной работы на тему
«Позиционирование товаров в компании «Полет»:**

Введение

1. Общая характеристика деятельности компании «Полет»
2. Характеристика потребителей компании «Полет»
3. Построение карты позиционирования компании «Полет»
4. Выводы и рекомендации по совершенствованию позиционирования в компании «Полет»

Заключение

Список использованных источников информации