

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Каждый студент заочной формы обучения в процессе изучения дисциплины «Маркетинговые исследования» выполняет контрольную работу, состоящую из двух заданий.

В текстовой части необходимо достаточно полно осветить вопросы теории и практики маркетинговых исследований.

Приступая к выполнению контрольной работы, следует подобрать необходимую литературу по соответствующей теме, не ограничиваясь изучением лишь обязательной литературы. Рекомендуется использовать текущие публикации и приводить при необходимости фактические примеры и данные, применяя в обязательном порядке практические материалы своего или иного предприятия (организации).

Использованные в работе цифровые данные, цитаты, конкретные материалы в обязательном порядке сопровождаются указанием на источник, из которого они взяты.

Не допускается дословное переписывание текста из литературы либо любых других источников.

В зависимости от начальной буквы фамилии студенты выполняют следующие варианты контрольной работы:

Начальная	Вариант	Начальная	Вариант
А, Б	1	Э,Ю, Я	10
В, Г	2		
Д, Е, Ж	3		
З, И, К	4		
Л, М, Н	5		
О, П, Р	6		
С, Т, У	7		
Ф, Х, Ц	8		
Ч, Ш, Щ	9		

Контрольная работа высылается на кафедру. Срок проверки работы преподавателем 7 дней со дня регистрации, исключая выходные и праздничные дни.

Контрольная работа 1

1. Определение условий выхода предприятия на внешний рынок.
2. Виды барьеров при выходе на международные рынки.

Контрольная работа 2

1. Смысл основных этапов оценки и выбора международного рынка.
2. Роль культурной среды в международном маркетинге.

Контрольная работа 3

1. Особенности продвижения товара на международные рынки.
2. Виды таможенных тарифов и платежей.

Контрольная работа 4

1. Особенности международного маркетинга.
2. Основные причины колебания цен на международном рынке.

Контрольная работа 5

1. Особенности клирингового соглашения.
2. Принципы и концепция международных рекламных мероприятий.

Контрольная работа 6

1. Приведите конкретный пример стратегии фирмы на международном рынке.
2. Основные показатели эффективности внешнеэкономической деятельности.

Контрольная работа 7

1. Способы выхода предприятия на международные рынки.

2. Приведите пример последовательной сегментации международного рынка.

Контрольная работа 8

1. Специфика экономических расчетов при купле-продаже лицензий.
2. Особенности средств коммуникаций в международном маркетинге.

Контрольная работа 9

1. Особенности форм ценообразования в международном маркетинге.
2. Основные принципы управления в международном маркетинге.

Контрольная работа 10

1. Совместное предпринимательство на международных рынках.
2. Деятельность транснациональных компаний (ТНК)

а) основная литература

1. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ прогноз. Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2008
2. Березин И.С. Маркетинговые исследования. Как это делают в России. – М.: Вершина, 2005
3. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – М.: Финпресс, 2008
4. Токарев Б.Е. Маркетинговые исследования. Учебник. – М.: Экономистъ, 2005

б) дополнительная литература

1. Березин И.С. Маркетинговый анализ. Рынок. Фирма. Товар. Продвижение. – М.: Вершина, 2007
2. Ващекин Н.П. и др. Маркетинг. Маркетинг. – М.: ФБК-ПРЕСС, 2005
3. Матанцев А.Н. Маркетинговый анализ: настольная книга маркетолога.- М.: Альфа-Пресс, 2007

4. Журналы: Маркетинг, Маркетинг в России и за рубежом, Маркетинг и маркетинговые исследования в России, Практический маркетинг, Маркетолог.

Интернет-ресурсы:

1. www.marketcenter.ru Сайт системы межрегиональных маркетинговых центров. Содержит аннотации проведенных исследований (в основном региональных рынков конкретных товаров), аналитические статьи, база данных по предприятиям, товарам и ценам, инвестиционным проектам, деловым предложениям.
2. www.cfin.ru Сайт интересен прежде всего тем, что на нем выложены все публикации журналов «Маркетинг в России и за рубежом», «Практический маркетинг», «Секрет фирмы». Имеется разветвленный форум, в том числе – по маркетингу.
3. www.marketing.spb.ru Сайт, имеющий название «Энциклопедия маркетинга», один из наиболее насыщенных и уважаемых сайтов по маркетинговой проблематике.
4. www.4p.ru Сайт электронного журнала по маркетингу, имеющий «Магазин исследований» с аннотациями отчетов о них. Действует довольно оживленный форум.
5. www.marketologi.ru Сайт Гильдии Маркетологов. Публикует только работы членов Гильдии.