

Государственное бюджетное профессиональное образовательное  
учреждение Иркутской области  
«Братский промышленный техникум»

**Контрольная работа**

**По учебной дисциплине: Маркетинг**

для студентов специальности 38.02.03

**Операционная деятельность в логистике**

**Заочное обучение**

Братск, 2022

## УВАЖАЕМЫЙ СТУДЕНТ!

1. Для проверки знаний Вам предлагается выполнить следующие задания:

### **Выберите свой вариант задания:**

1. Васильева С.Г. - Вариант 1
2. Вертинский И.П. – Вариант 2
3. Исмаилов Т.Ч. – Вариант 1
4. Пушкарева А.А. – Вариант 2
5. Сабитова И.Г.- Вариант 1
6. Сафиулин В.Э.- Вариант 2
7. Смелкова О.Н. – Вариант 1
8. Теплов И.В. - Вариант 2
9. Трофимова А.А. – Вариант 1
- 10.Федотова О.В. – Вариант 2
- 11.Хомченко С.П. – Вариант 1

2. Контрольная работа выполняется в компьютерном варианте в текстовом процессоре Word.

3. Контрольная работа оформляется в соответствии с требованиями по оформлению контрольной работы, с которыми Вы можете ознакомиться на официальном сайте Братского промышленного техникума (<http://www.pl63.edu.ru/>) в разделе Студенту/Заочное отделение.

4. При выполнении заданий номер варианта студенту выдает преподаватель. Оформляя контрольную работу № варианта указать обязательно.

5. Сдать данную работу в печатном виде необходимо не менее чем за 2 недели до начала следующей лабораторно-экзаменационной сессии. Работу необходимо сдать в учебную часть.

### **Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

#### **Основные источники:**

Основные источники:

1. Барышев А.Ф. Маркетинг [Текст]: учеб. для студ. учреждений сред. проф. образования.- 13-е изд., стер.-М.: Издательский центр «Академия», 2017.-224с.

Интернет-ресурсы:

1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://window.edu.ru/window>.

2. Российская национальная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nlr.ru/lawcenter>.

3. Электронные библиотеки России /pdf учебники студентам [Электронный ресурс].–Режим доступа: [http://www.gaudeamus.omskcity.com/my\\_PDF\\_library.html](http://www.gaudeamus.omskcity.com/my_PDF_library.html) /

### **Теоретическая часть:**

Вариант 1.

1. Перечислить и охарактеризовать основные этапы развития маркетинга.
2. Перечислить и охарактеризовать функции маркетинга.
3. Охарактеризовать макро- и микросреду предприятия.
4. В чем заключается сущность STEP- анализа?
5. Перечислите факторы, влияющие на поведение покупателей.
6. Что такое макросегментация?
7. Охарактеризовать потребительские товары и товары производственного назначения, привести примеры.
8. Укажите функции каналов распределения.

Вариант 2.

1. Перечислить и охарактеризовать основные элементы классического комплекса маркетинга.
2. Дать понятие маркетинговой среде предприятия.
3. Дать понятие контролируемым и неконтролируемым факторам внешней среды предприятия.
4. В чем заключается сущность SWOT- анализа?
5. Укажите типы поведения потребителей.
6. Что такое микросегментация?
7. Охарактеризовать товары длительного и краткосрочного пользования, привести примеры.
8. Укажите типы каналов распределения.

### **Практическая часть.**

Вариант 1.

Задание 1.

Для предложенных товаров сформулируйте перечень потребностей, которые они могут удовлетворить. Проранжируйте данные товары с точки зрения их значимости для потребителя:

- журнал мод;
- образовательные услуги по иностранному языку;
- электрочайник;
- кашпо для комнатных цветов;
- часы-будильник;
- легковой автомобиль;
- настольная лампа;
- сварочный аппарат.

Укажите группы потребителей, для которых данные товары будут необходимы.

#### Задание 2.

Вспомните пять покупок, совершенных Вами в последнее время, и разделите их на категории по степени вовлеченности в процесс принятия решения (высокая и низкая), и по необходимости принятия решений (привычка и реальная необходимость).

#### Задание 3.

Выберите какой-либо косметический продукт, которым Вы регулярно пользуетесь (шампунь, крем, пена для бритья и т.д.).

Какова цена этого продукта?

Означает ли эта цена хорошее качество?

Считаете ли Вы, что производитель недооценивает или переоценивает этот продукт?

Какой подход лучше применять для установления цены на этот товар?

#### Задание 4.

Вспомните купленный Вами недавно дорогой товар (услугу). Какие виды сопутствующих услуг были отмечены Вами в процессе покупки?

### Вариант 2.

#### Задание 1.

Для предложенных товаров сформулируйте перечень потребностей, которые они могут удовлетворить. Проранжируйте данные товары с точки зрения их значимости для потребителя:

- школьная тетрадь;
- услуги клининговой компании;

- кофеварка;
- письменный стол;
- сотовый телефон;
- мотоцикл;
- налобный фонарь;
- шуруповерт.

Укажите группы потребителей, для которых данные товары будут необходимы.

#### Задание 2.

Вспомните пять покупок, совершенных Вами в последнее время, и разделите их на категории по степени вовлеченности в процесс принятия решения (высокая и низкая), и по необходимости принятия решений (привычка и реальная необходимость).

#### Задание 3.

Выберите какой-либо косметический продукт, которым Вы регулярно пользуетесь (шампунь, крем, пена для бритья и т.д.).

Какие его преимущества?

Отражает ли цена все эти преимущества?

Считаете ли Вы, что производитель недооценивает или переоценивает этот продукт?

Какой подход лучше применять для установления цены на этот товар?

#### Задание 4.

Почему большинство людей отдает предпочтение марочным товарам в отличие от немарочных? Приведите пример.