**ВАРИАНТЫ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ» ДЛЯ СТУДЕНТОВ**

**ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ**

**Требования к содержанию и оформлению контрольной**

**работы**

В соответствии с учебным планом бакалавр заочного отделения, изучающий дисциплину «Менеджмент и маркетинг», должен выполнить контрольную работу. Цель выполнения контрольной работы: закрепление теоретических знаний и умений применять полученные теоретические знания при решении конкретных практических заданий.

Требования к содержанию контрольной работы: творческий, самостоятельный подход к изложению материала, умение выразить свое мнение по вопросу; недопустимо механическое переписывание материала из учебника и лекций.

Требования к оформлению контрольной работы:

- работа состоит из двух заданий:

1) реферат - продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения;

2) доклад - продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы;

- объем каждого задания 5–10 страниц печатного текста;

- тексты цитат заключаются в кавычки и сопровождаются сноской;

- в конце контрольной работы приводится список использованной литературы и иных источников информации в алфавитном порядке;

- небрежность в изложении и оформлении не допускаются.

Пример оформления титульного листа представлен в приложении 1.

Выбор варианта контрольной работы осуществляется по специальной таблице, а именно, по двум последним цифрам номера зачетной книжки студента (таблица 1).

Таблица 1 – Выбор варианта контрольной работы

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Последние цифры номера зачетной книжки | Вариант контрольной работы | Последние цифры номера зачетной книжки | Вариант контрольной работы | Последние цифры номера зачетной книжки | Вариант контрольной работы |
| 01 | 1 | 34 | 34 | 67 | 32 |
| 02 | 2 | 35 | 35 | 68 | 33 |
| 03 | 3 | 36 | 1 | 69 | 34 |
| 04 | 4 | 37 | 2 | 70 | 35 |
| 05 | 5 | 38 | 3 | 71 | 1 |
| 06 | 6 | 39 | 4 | 72 | 2 |
| 07 | 7 | 40 | 5 | 73 | 3 |
| 08 | 8 | 41 | 6 | 74 | 4 |
| 09 | 9 | 42 | 7 | 75 | 5 |
| 10 | 10 | 43 | 8 | 76 | 6 |
| 11 | 11 | 44 | 9 | 77 | 7 |
| 12 | 12 | 45 | 10 | 78 | 8 |
| 13 | 13 | 46 | 11 | 79 | 9 |
| 14 | 14 | 47 | 12 | 80 | 10 |
| 15 | 15 | 48 | 13 | 81 | 11 |
| 16 | 16 | 49 | 14 | 82 | 12 |
| 17 | 17 | 50 | 15 | 83 | 13 |
| 18 | 18 | 51 | 16 | 84 | 14 |
| 19 | 19 | 52 | 17 | 85 | 15 |
| 20 | 20 | 53 | 18 | 86 | 16 |
| 21 | 21 | 54 | 19 | 87 | 17 |
| 22 | 22 | 55 | 20 | 88 | 18 |
| 23 | 23 | 56 | 21 | 89 | 19 |
| 24 | 24 | 57 | 22 | 90 | 20 |
| 25 | 25 | 58 | 23 | 91 | 21 |
| 26 | 26 | 59 | 24 | 92 | 22 |
| 27 | 27 | 60 | 25 | 93 | 23 |
| 28 | 28 | 61 | 26 | 94 | 24 |
| 29 | 29 | 62 | 27 | 95 | 25 |
| 30 | 30 | 63 | 28 | 96 | 26 |
| 31 | 31 | 64 | 29 | 97 | 27 |
| 32 | 32 | 65 | 30 | 98 | 28 |
| 33 | 33 | 66 | 31 | 99 | 29 |

**Методические указания к выполнению контрольной работы**

Порядок самостоятельной работы студента над теоретическими вопросами (реферат и доклад):

1. Выполнению контрольной работы должно предшествовать самостоятельное изучение студентом рекомендованной литературы и других источников информации, обозначенных в списке. По ходу изучения делаются выписки цитат, составляются иллюстрации и таблицы.

2. Ответы на теоретические вопросы должны отражать необходимую и достаточную компетенцию бакалавра, содержать краткие и четкие формулировки, убедительную аргументацию, доказательность и обоснованность выводов, быть логически выстроены.

Контрольная работа должна быть представлена на кафедру «Менеджмента и предпринимательской деятельности» не позднее чем за 5 дней до начала экзаменационной сессии. Контрольная работа, выполненная без соблюдения требований или не полностью, не зачитывается и возвращается на доработку. Если контрольная работа выполнена не по своему варианту, то она возвращается бакалавру для ее выполнения в соответствии с вариантом, указанным в таблице.

Оценка «зачтено» является допуском к зачету по соответствующей учебной дисциплине. Работа с оценкой «не зачтено» должна быть доработана и представлена на повторную проверку.

**Варианты контрольной работы**

**Вариант 1**

**Задание 1.** Сущность и содержание маркетинга

**Задание 2.** Планирование рекламных кампаний в Интернете

**Вариант 2**

**Задание** **1.** Концепция маркетинговой деятельности предприятия

**Задание** **2.** Имиджевая и торговая реклама в Интернете

**Вариант 3**

**Задание** **1.** Комплексное изучение рынка - основа маркетинговой деятельности

**Задание** **2.** Роль маркетинговых исследований в ИСМ и системе поддержки принятия решений

**Вариант 4**

**Задание 1.** Сегментация рынка - основной принцип маркетинговых исследований

**Задание** **2.** Поиск информации с использованием поисковых машин

**Вариант 5**

**Задание** **1**. Рынок в системе маркетинга

**Задание** **2.** Интернет-ресурсы и технологии для проведения первичных и вторичных исследований

**Вариант 6**

**Задание** **1.** Конкуренты и конкурентная борьба-элемент маркетинговой политики

**Задание** **2.** Проведение фокус-групп в режиме on-line

**Вариант 7**

**Задание** **1.** Оценка конкурентоспособности

**Задание** **2.** Проведение количественных исследований с использованием Интернет

**Вариант 8**

**Задание** **1**. Потребители и их поведение: маркетинговые аспекты проблем

**Задание 2.** Инструменты оценки эффективности рекламной кампании в Интернете

**Вариант 9**

**Задание 1.** Виды товаров и товарных рынков, их маркетинговая разработка и оценка

**Задание 2.** Способы и методы оценки эффективности мероприятий интернет-маркетинга

**Вариант 10**

**Задание 1.** Природа и роль менеджмента

**Задание 2.** Разработка и проведение интегрированных кампаний (on-line + off-line)

**Вариант 11**

**Задание 1.** Менеджмент: прошлое и настоящее – основные этапы истории менеджмента как науки об управлении деятельностью людей

**Задание 2.** Способы и методы оценки эффективности мероприятий интернет-маркетинга

**Вариант 12**

**Задание 1.** Функции и принципы управления

**Задание 2.** Комплексный метод оценки эффективности интернет-реклам

**Вариант 13**

**Задание 1.** Социальная ответственность управления

**Задание 2.** Количественный анализ с помощью статистики сервера

**Вариант 14**

**Задание 1.** Этические принципы управления

**Задание 2.** Теория принятия управленческих решений

**Вариант 15**

**Задание 1**. Американские подходы к построению теории управления

**Задание 2.** Типы и виды управленческих решений

**Вариант 16**

**Задание 1.** Отечественные подходы к построению теории управления

**Задание 2.** Основы теории человеческих коммуникаций и их использование в управлении

**Вариант 17**

**Задание 1.** Основные концепции менеджмента, их родоначальники и представители

**Задание 2.** Конфликты в организации и методы их разрешения

**Вариант 18**

**Задание 1.** Содержание и предназначение менеджмента

**Задание 2.** Разновидности организационных конфликтов и методы управления ими

**Вариант 19**

**Задание 1.** Основные типы менеджеров и их роли

**Задание 2.** Теории лидерства в менеджменте

**Вариант 20**

**Задание 1.** Критерии эффективности управленческой работы в современной организации

**Задание 2.** Типы, статусы и роли лидеров

**Вариант 21**

**Задание 1.** Критерии результативности в работе менеджера современной организации (фирмы)

**Задание 2.** Проблемы формальных и неформальных лидеров в организации

**Вариант 22**

**Задание 1.** Организация (фирма) – основное понятие менеджмента: подходы к определению и структурированию

**Задание 2.** Теории мотивации

**Вариант 23**

**Задание 1.** Современная организация (фирма) как управляемая система

**Задание 2.** Проблемы управления мотивацией

**Вариант 24**

**Задание 1.** Внешняя среда организации: ее уровни и факторы

**Задание 2.** Процесс и виды контроля

**Вариант 25**

**Задание 1.** Внутренняя среда организации: сферы воздействия и их факторы

**Задание 2.** Функции контроля

**Вариант 26**

**Задание 1.** Концепция организационного поведения в менеджменте

**Задание 2.** Мотивационный менеджмент

**Вариант 27**

**Задание 1.** Рабочие группы и их разновидности

**Задание 2.** Корпоративный менеджмент

**Вариант 28**

**Задание 1.** Природа и цель планирования в менеджменте

**Задание 2.** Эффективные методы поиска и подбора персонала в организации

**Вариант 29**

**Задание 1.** Процесс планирования и его этапы

**Задание 2.** Финансовый менеджмент

**Вариант 30**

**Задание 1.** Стратегическое планирование

**Задание 2.** Карьера в организации, система и методы управления карьерой

**Вариант 31**

**Задание 1.** Управление по целям

**Задание 2.** Антикризисный менеджмент

**Вариант 32**

**Задание 1.** Текущее планирование и типы текущих планов

**Задание 2.** Эффективные методы деловых коммуникаций в менеджменте

**Вариант 33**

**Задание 1.** Бизнес-планы и бизнес-планирование

**Задание 2.** Национальные черты и особенности менеджмента в современных бизнес-сообществах

**Вариант 34**

**Задание 1.** Сущность и значение организационных структур

**Задание 2.** Виды контроля

**Вариант 35**

**Задание 1.** Классификация организационных структур

**Задание 2.** Процесс контроля

**Основная литература**

|  |  |
| --- | --- |
| **Основные источники информации** | **Количество экземпляров** |
| 1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. - 9-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 446 с. : табл., схемы, граф. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02263-0 | ЭБС «Университетская библиотека ONLINE»  <http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=418086>  Доступ с любой точки интернет после регистрации c IP-адресов КНИТУ |
| 1. [Соловьев, Борис Александрович](http://ruslan.kstu.ru/cgi/zgate.exe?ACTION=follow&SESSION_ID=2084&TERM=%D0%A1%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D1%8C%D0%B5%D0%B2,%20%D0%91%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%81%20%D0%90%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%81%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87%5B1,1004,4,101%5D&LANG=rus). Маркетинг: Учебник / Соловьев Б.А., Мешков А.А., Мусатов Б.В. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 336 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-16-003647-2 | ЭБС «Znanuium.com»  <http://znanium.com/bookread2.php?book=608883>  Доступ с любой точки интернет после регистрации c IP-адресов КНИТУ |

**Дополнительная литература**

|  |  |
| --- | --- |
| **Дополнительные источники информации** | **Количество экземпляров** |
| 1. [Басовский, Леонид Ефимович](http://ruslan.kstu.ru/cgi/zgate.exe?ACTION=follow&SESSION_ID=2084&TERM=%D0%91%D0%B0%D1%81%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9,%20%D0%9B%D0%B5%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D0%B4%20%D0%95%D1%84%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87%5B1,1004,4,101%5D&LANG=rus). Маркетинг : курс лекций / Л.Е. Басовский .— М. : Инфра-М, 2015 .— 218, [6] с. — (Высшее образование) .— Библиогр.: с.218 .— ISBN 978-5-16-002309-0. | 15 экз. УНИЦ КНИТУ |
| 1. Минько, Э.В. Маркетинг : учебное пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. : табл., граф., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01223-0 | ЭБС «Университетская библиотека ONLINE»  <http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114714>  Доступ с любой точки интернет после регистрации c IP-адресов КНИТУ |

**Электронные источники информации**

1. Электронный каталог УНИЦ КНИТУ – Режим доступа: http://ruslan.kstu.ru/
2. Электронная библиотека УНИЦ КНИТУ – режим доступа: <http://ft.kstu.ru/ft/>
3. ЭБС «Znanuium.com» <http://znanium>.com
4. ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» – Режим доступа: <http://biblioclub.ru>
5. База данных по маркетингу. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/>
6. База данных по маркетингу. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.4p.ru/>
7. База данных по маркетингу. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.swot-analysis.ru/>

*Приложение 1*

Казанский национальный исследовательский технологический университет

Институт управления инновациями

Факультет промышленной политики и бизнес-администрирования

Кафедра менеджмента и предпринимательской деятельности

**Контрольная работа по дисциплине**

**«Менеджмент и маркетинг»**

**Вариант №\_\_\_**

Выполнил студент группы\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

(фамилия, имя, отчество студента)

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_г.

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

(подпись студента)

Проверил \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(должность, фамилия и.о. преподавателя)

**Казань 20\_\_г.**