

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Кафедра «Маркетинг и инженерная экономика»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ
КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ МАРКЕТИНГ»**

Ростов-на-Дону
ДГТУ
2018

УДК 339.13

Составитель: Лисицин В.Г.

Методические указания для выполнения контрольной работы по дисциплине «Производственный маркетинг»: учебно-методические указания. / В.Г. Лисицин. – Ростов н/Д: Издательский центр ДГТУ, 2018. – 10 с.

Данные методические указания по дисциплине «Производственный маркетинг» предназначены для организации аудиторной и самостоятельной (внеаудиторной) работы студентов заочной формы обучения по направлению 38.03.02 «Менеджмент» и включают варианты контрольной работы, вопросы к зачету с оценкой, рекомендуемую литературу.

УДК 339.13

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Донского государственного технического университета

Научный редактор д-р. экон. наук, профессор С.Н. Цветкова

Ответственный за выпуск зав. кафедрой «Маркетинг и инженерная экономика»
д-р экон. наук Н.М. Ованесян

В печать _____.____.20____ г.

Формат 60×84/16. Объем ____ усл. п. л.

Тираж ____ экз. Заказ № ____.

Издательский центр ДГТУ

Адрес университета и полиграфического предприятия:
344000, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1

© Донской государственный
технический университет, 2018

1 ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Практические занятия по дисциплине позволяют закрепить полученные во время лекций и самостоятельной работы студентов знания, умения и навыки. Данные занятия проводятся в соответствии с планом, имеющимся в деканате, консультациями преподавателя. На данных занятиях студенты могут разобраться в наиболее сложных, узловых вопросах изучаемой дисциплины.

2 ОФОРМЛЕНИЕ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Методические указания по выполнению и оформлению контрольной работы.

Выполнение контрольной работы является важным этапом в процессе изучения курса. Выполняя контрольную работу, студент должен кратко и ясно излагать усвоенный материал. Недопустимо дословное списывание текста из литературных источников. В конце работы приводится список используемой литературы.

Объем текстовой части должен составлять 10-12 листов по первому вопросу (формат А4, машинописный текст, поля по 2 см, отступ красной строки 1,5, межстрочный интервал 1,5, 14 шрифт Times New Roman, название вопроса - 16 шрифт Times New Roman) и не менее 2-3 листов – по второму вопросу.

Номер варианта определяется по начальной букве фамилии студента. В качестве описываемого следует выбирать предприятие, на котором студент работает, работал или проходил практику. Если это вызывает затруднения, допускается описание общеизвестного промышленного предприятия.

Затем по контрольной работе проводится собеседование, после которого студент допускается к итоговому контролю по курсу.

3 ЗАДАНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Тематика теоретических вопросов контрольной работы

ТЕМА 1

1. Принципы и модели поведения потребителей товаров производственно-технического назначения.
2. Проведите анализ рекламной компании известной Вам промышленной организации.

ТЕМА 2

1. Охарактеризуйте цели, принципы и функции производственного маркетинга.
2. Оцените перспективы деятельности известной Вам промышленной организации.

ТЕМА 3

1. Модели комплекса производственного маркетинга.
2. Какие методы и стратегии ценообразования может применять промышленная организация?

ТЕМА 4

1. Товарная политика промышленной организации.
2. Как реагирует промышленная организация на факторы внешней среды, которые активно воздействуют на ее деятельность?

ТЕМА 5

1. Сбытовая политика промышленной организации.
2. Дайте маркетинговую характеристику товарам (услугам) промышленной организации.

ТЕМА 6

1. Способы формирования конкурентного преимущества промышленной организации.
2. Проанализируйте действующую в известной Вам промышленной организации маркетинговую концепцию управления.

ТЕМА 7

1. Маркетинговая информационная система промышленной организации.
2. Проведите сегментирование и представьте характеристику по каждой группе покупателей известной Вам промышленной организации.

ТЕМА 8

1. Коммуникативная политика промышленной организации.
2. Составьте анкету для опроса потребителей товаров (услуг) известной Вам промышленной организации (не менее 15 вопросов).

ТЕМА 9

1. Ценовая политика промышленной организации.
2. Какие средства рекламы и почему использует известная Вам промышленная организация?

ТЕМА 10

1. Методы маркетинговых исследований в производственном маркетинге.
2. Каким образом организована на известной Вам промышленной организации маркетинговая деятельность?

ТЕМА 11

1. Процесс принятия потребителем решения о покупке товара (услуги) производственно-технического назначения и его права.
2. Проанализируйте стадии жизненного цикла товара или услуги известной Вам промышленной организации.

ТЕМА 12

1. Маркетинг взаимоотношений в сфере производственного маркетинга.
2. Проанализируйте применение интернет-маркетинга известной Вам промышленной организацией.

ТЕМА 13

1. Виды контроля в производственном маркетинге.
2. Проведите анализ бренда известной Вам промышленной организации.

ТЕМА 14

1. Модели организационной структуры управления производственным маркетингом.
2. Проанализируйте методы сбора маркетинговой информации известной Вам промышленной организации.

ТЕМА 15

1. PEST-анализ и SWOT-анализ в стратегическом производственном маркетинге.
2. Опишите, каким образом известная Вам промышленная организация создает потребительскую ценность товара или услуги.

ТЕМА 16

1. Среда международного производственного маркетинга.
2. Проанализируйте маркетинговые решения известной Вам промышленной организации в области продвижения товаров и услуг.

ТЕМА 17

1. Применение матриц БКГ и И.Ансоффа в стратегическом производственном маркетинге.
2. Проведите анализ системы ФОССТИС в маркетинговой деятельности известной Вам промышленной организации.

ТЕМА 18

1. Создание и структура товарного знака и бренда промышленной организации.
2. Проанализируйте действующую на известной Вам промышленной организации маркетинговую информационную систему.

ТЕМА 19

1. Система интегрированных маркетинговых коммуникаций в производственном маркетинге.
2. Проанализируйте применяемые известной Вам промышленной организацией способы регулирования спроса на товары или услуги.

ТЕМА 20

1. Маркетинговые каналы распределения в производственном маркетинге.
2. Проведите анализ эффективности PR деятельности известной Вам промышленной организации.

Практическая часть контрольной работы

Для частного предприятия рассчитать цену на изготовление контрольно-измерительного оборудования, используя различные методы маркетингового ценообразования в условиях кризиса. Рассчитать чистую прибыль, полученную фирмой от реализации. Исходные данные приведены в таблице 5.

Таблица 1 – Исходные данные.

№ варианта	Себестоимость единицы изделия, руб.	Уровень рентабельности, %	Объем производства, штук	Доля условно-постоянных издержек в себестоимости, %	НДС %	Цены конкурентов, руб.	Целевая прибыль, руб.
В 0	3500	20,0	750	40,0	18	4011-5600	75000
	3540	23,0	756	41,0	18	4000-5000	75600
	3560	21,5	757	45,0	18	4130-5708	75700
В 1	3710	22,0	790	43,5	18	4789-5678	79000
	3730	21,4	795	40,7	18	4505-5089	79500
	3780	20,5	799	41,5	18	4089-5607	79900
В 2	3709	18,0	800	42,0	18	4067-5500	80000
	3900	18,5	811	42,6	18	4034-5801	81100
	3830	19,0	845	42,5	18	4078-5078	84500
В 3	3910	19,5	801	43,9	18	4089-5340	80100
	3230	20,4	703	44,0	18	4064-5690	70300
	3170	21,3	908	44,2	18	4083-5460	90800
В 4	3450	22,7	754	44,4	18	4045-5354	75400
	3790	23,9	810	44,5	18	4123-5987	81000
	3800	22,1	811	44,8	18	4322-5708	81100
В 5	3815	22,6	838	45,0	18	4302-5706	83800
	3809	23,4	950	42,8	18	4117-5711	95000
	3911	23,8	915	43,7	18	4131-5566	91500

В 6	3815	23,9	923	40,5	18	4230-5680	92300
	3765	24,0	937	40,9	18	4137-5810	93700
	3576	24,2	956	43,1	18	4157-5788	95600
В 7	3921	24,4	978	43,4	18	4353-5680	97800
	3945	24,5	953	45,2	18	4354-5800	95300
	3456	25,0	934	45,1	18	4404-5903	93400
В 8	3758	25,1	879	45,3	18	4563-5804	87900
	3789	25,2	876	45,4	18	4705-5809	87600
	3458	25,3	809	43,7	18	4706-5800	80900
В 9	3123	25,4	970	43,8	18	4379-5815	97000
	3787	25,5	980	43,2	18	4256-5790	98000
	3757	25,0	930	45,0	18	4405-5904	93450

ВАРИАНТЫ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Алфавит	Номер варианта	номер темы для данного варианта	номер задачи для данного варианта
А	1	1	1
Б	2	2	2
В	3	3	3
Г	4	4	4
Д, Е	5	5	5
Ж, З	6	6	6
И	7	7	7
К	8	8	8
Л	9	9	9
М	10	10	1
Н	11	11	2
О	12	12	3
П	13	13	4
Р	14	14	5
С	15	15	6
Т	16	16	7
У, Ф	17	17	8
Х, Ц, Ч	18	18	9
Ш, Щ	19	19	1
Э, Ю, Я	20	20	2

Вопросы к зачету с оценкой по дисциплине:
«Производственный маркетинг»

1. Особенности производственного маркетинга в современных условиях.
2. Функции, задачи и концепции маркетинга на производственном предприятии.
3. Концепция и модель инженерного маркетинга.
4. Типология продукции производственно-технического назначения.
5. Система факторов внешней среды на промышленном рынке.
6. Факторы внутренней среды производственного предприятия.
7. Применение моделей комплекса маркетинга производственным предприятием.
8. Характеристика промышленных покупателей.
9. Мотивация промышленных покупателей.
10. Модели поведения производственных предприятий на промышленном рынке.
11. Факторы, формирующие покупательское поведение на промышленном рынке.
12. Система маркетинговой информации производственного предприятия.
13. Особенности организации и проведения маркетинговых исследований на промышленном рынке.
14. CRM-система производственного предприятия.
15. Формирование маркетинговой модели объекта бизнеса в производственном маркетинге.
16. Управление ассортиментом и номенклатурой в производственном маркетинге.
17. Матрица БКГ как инструмент управления товарным ассортиментом.
18. Сегментирование на промышленном рынке.
19. Планирование новой продукции производственно-технического назначения.
20. Конкурентоспособность продукции производственного предприятия.
21. Классификация цен и схема ценообразования на промышленном рынке.
22. Виды ценовых стратегий предприятия в производственном маркетинге.
23. Характеристика основных методов сбыта на B2B-рынке.
24. Основные посредники на B2B-рынке и их характеристика.
25. Процесс принятия решений промышленными покупателями.
26. Основные виды ситуаций совершения закупок.

27. Участники процесса покупки товаров производственно-технического назначения.
28. Взаимодействие и роли в закупочном центре.
29. Методы продвижения продукции на промышленном рынке.
30. Особенности стратегических маркетинговых коммуникаций предприятия на B2B-рынке.
31. Проведение пресс-конференций на промышленном рынке.
32. Событийный маркетинг на промышленном рынке.
33. Выставочная деятельность производственного предприятия.
34. Маркетинговые стратегии производственного предприятия.
35. Инструменты стратегического анализа в производственном маркетинге: STEP-анализ и SWOT-анализ.
36. Матричные модели оценки конкурентной позиции предприятия на промышленном рынке.
37. Маркетинговое планирование на промышленном рынке.
38. Виды организационных структур службы маркетинга на производственном предприятии.
39. Внутренний контроль и аудит в производственном маркетинге.
40. Оценка эффективности маркетинговых мероприятий производственного предприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Герасимов Б.И., Мозгов Н.Н. Маркетинговые исследования рынка. – М.: Издательство «ФОРУМ», 2014
2. Грошева И. Роль маркетинга в управлении инновационной деятельностью малых и средних промышленных предприятий// Проблемы теории и практики управления. – 2011. - № 6. – С. 95-105
3. Калужский М.Л. Маркетинговая среда электронной коммерции. – М.: Директ-Медиа, 2017
4. Карпова С.В., Тюрин Д.В. Управление маркетингом. – М.: ИТК «Дашков и К», 2017
5. Котлер Ф., Боуэн Д. Маркетинг. – М.: Юнити-Дана, 2015
6. Любанова Т.П., Мясоедова Л.В. и др. Стратегическое планирование на предприятии. – М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов-на-Дону: ДГТУ, 2009
7. Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. – М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017
8. Мамонтов С.А., Глебова Н.М., Управление маркетинговыми проектами на предприятии. – М.: ИНФРА-М. - 2015
9. Шабашова Л.А. Маркетинг промышленного предприятия. – Симферополь: Университет экономики и управления. - 2016
10. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&i> [дата обращения: 06.05.2018]
11. <http://znanium.com/go.php?id=392041> [дата обращения: 04.05.2018]
12. <http://znanium.com/go.php?id=948439> [дата обращения: 15.05.2018]