

## **ТЕМЫ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МАРКЕТИНГ УСЛУГ»**

- ТЕМА 1 Классификация услуг в маркетинге. Внешняя среда маркетинга. Провести анализ рекламной компании Вашего предприятия.
- ТЕМА 2 Комплекс маркетинга, сущность и составляющие. Этапы проведения маркетинговых исследований. Дать маркетинговую характеристику товарам и услугам Вашего предприятия.
- ТЕМА 3 Особенности услуг в концепции маркетинга. Основные концепции управления маркетингом на предприятиях сферы услуг. Какой метод ценообразования применяет Ваше предприятие.
- ТЕМА 4 Вторичная и первичная информация, их недостатки и достоинства. Сегментирование рынка в сфере услуг. Сущность, значение, принципы сегментирования. Какие факторы внешней среды активно воздействуют на деятельность Вашего предприятия.
- ТЕМА 5 Модель покупательского поведения. Позиционирование услуг, сущность, цель. Какая структура на Вашем предприятии занимается вопросами маркетинга.
- ТЕМА 6 Конкуренция на рынке услуг. Внешние факторы процесса ценообразования. Проанализировать действующую на Вашем предприятии маркетинговую концепцию управления.
- ТЕМА 7 Коммуникативная политика в маркетинге услуг. Принципы маркетинга услуг. Кто является потребителем Вашего предприятия? Провести сегментирование и дать характеристику каждой группе покупателей.
- ТЕМА 8 Особенности рынка услуг. Концепция жизненного цикла услуги. Способы регулирования спроса на товары и услуги, производимые Вашим предприятием.
- ТЕМА 9 Основные этапы процесса ценообразования в маркетинге услуг. Рынок продавца, рынок покупателя. Отличительные особенности. Какие средства рекламы и почему использует Ваше предприятие.
- ТЕМА 10 Функции маркетинга. История развития маркетинга. Составить анкету для опроса потребителей Вашего предприятия.
- ТЕМА 11 Основные параметры рынка. Конъюнктура. Емкость рынка. Фирменная структура рынка. Выбор целевых рынков. Стратегии охвата рынка. Определить стадию жизненного цикла товара или услуги, производимых Вашим предприятием.
- ТЕМА 12 Массовый маркетинг. Сущность, понятие, условия существования. Опрос как способ получения маркетинговой информации; виды и формы опроса. Определить стратегию охвата рынков на Вашем предприятии.

## ЛИТЕРАТУРА:

1. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия, 4-е изд.: Пер. с анг.. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005
2. Басовский Л.Е. Маркетинг: Курс лекций. – М.: ИНФРА-М, 2000.
3. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегии, планы, структуры. – М.: Дело, 1995.
4. Кириллов И.В. Маркетинг (социология маркетинговых коммуникаций): Учеб. пособие. - М.: Центр, 1998.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 1993.
6. Маркетинг услуг. Маркетинговые воздействия. Ценовая политика. Маркетинговые коммуникации. Конкурентоспособность услуг: Учеб. пособие / Е.В. Песоцкая. – СПб.: Питер, 2000.
7. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе: Учеб.-практ. пособие / С.С.Скобкин. – М.: Юристъ, 2001.
8. Маркетинг услуг: Учеб. пособие / В.Д. Маркова. – М.: Финансы и статистика, 1996.
9. Маркетинг сферы услуг: Учеб. пособие для вузов по эконом. спец. / В.Н. Стаханов, Д.В. Стаханов. – М.: Экспертное бюро, 2001.
10. Дифференцированный подход к маркетингу услуг  
<http://www.cfin.ru/press/marketing/1998-2/10.shtml> Особенности маркетинга услуг
11. Гарри Беквит Продавая незримое. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.