**1)**

Назовите или дайте определение:
Управление основными средствами и оценка эффективности их использования на предприятии.

**2)**

Определите экономию на условно-постоянных расходах (Э) в результате увеличения объема производства, если себестоимость товарной продукции в базисном году С = 750 тыс. руб., удельный вес условно-постоянных расходов А = 10%, темпы прироста объема товарной продукции в планируемом году по сравнению с базисным ТП = 16%, темпы прироста условно-постоянных расходов в связи с ростом объема производства З = 1,1.

**3)**

Назовите основные этапы истории возникновения и развития маркетинга.

Дайте определение понятий: нужда, потребность, спрос. В чём состоит их общность и различия?

Какова микросреда маркетинга: понятие, субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации.

Что такое ценовая и сбытовая политика?

Что собой представляет маркетинговая информация: назначение, источники (внутренние и внешние), принципы отбора?

**4)**

1.Выберите себе один вид товара или услуги (на своё усмотрение), который вы будете «производить» и «продавать» на рынке.

2.Опишите товар, который вы предлагаете для продажи на рынке. Характеристики продукта (не менее четырех по каждому элементу) оформить в таблице.

Свойства товара.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №п\п | Физические и функциональные свойства | Эстетические свойства | Символические свойства | Дополнительные услуги, предоставляемые вместе с продукцией | Цена и условия, ее сопровождаемые. |
| 1 |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |  |

3.Сформулируйте гипотезу (предположение) о том, какие свойства товара важны в первую очередь для покупателя. Сформулируйте, на ваш взгляд, 7-8 преимуществ продаваемого товара.

4.У вашего товара на рынке существует конкуренты (или товары-заменители), укажите трех конкурентов и назовите, какие позиции оказались:

1.наиболее привлекательными по сравнению с конкурентами:

2.наиболее проигрышные по сравнению с конкурентами:

5.Какие меры вы собираетесь предпринять, чтобы обойти конкурентов и привлечь покупателя? Объясните, чем результат этих мер будут, по вашему мнению, привлекательны со стороны покупателя.

6.Дайте определение товара новинки, какие элементы новизны могут существовать у вашего товара.

7.Применительно к выбранному товару обоснуйте целесообразность выхода на рынок.

8. Приведите пример сегментации потребителей выбранного вами товара.

9.Разработайте анкету, отвечающую целям и задачам направления вашего маркетингового исследования.

Этап 1.

Формулировка гипотезы (т.е., что вы хотите для себя уточнить, чтобы убедиться в правильности своих представлений о рынке), описывающей основные характеристики рынка. Она может отражать основные потребительские свойства товара (независимые друг от друга), половозрастные и экономические (доход, заработная плата, размер стипендии и др.) характеристики потребителей, которые собираетесь уточнить.

Этап 2.

Составление опросного листа (не менее 10 вопросов). Один из способов составления анкеты достаточно прост. С каждым пунктом гипотезы сопоставляем соответствующий вопрос. Вопросы могут носить открытый или закрытый характер. Ответы на вопросы должны быть однозначными (в количественной или качественной форме)

Этап 3.

Оформление анкеты. Анкета начинается со специального раздела-вступления, в котором сообщаем цель анкетирования, способ заполнения и стимулы для возврата анкеты, гарантируем добросовестность в обработке информации и назначение полученных результатов.

Затем следует вступительный вопрос: потребляет опрашиваемый участник(респондент) товар или насколько он в нем заинтересован (чтобы множество ответов не оказалось вырожденным или пустым)

Далее идет группа вопросов, соответствующая логике нашей гипотезы:

1.о товаре.

2.о демографической структуре потребителей

3.о доходах

4.прочие вопросы, важные для последующего сегментирования.

Кроме того, такой порядок расположения вопросов соответствует рекомендациям психологов: не начинать опрос респондента с размеров доходов, возраста, профессии. и тд.

Этап 4. Укажите:

1.место и время проведения анкетного опроса.

2.форму (вручение, рассылка, совместное заполнение анкет и др.) проведения опросов.

10.Приведите перечень основных разновидностей каналов сбыта и укажите, какие из них вы применили бы на практике для выбранного вами товара(не менее трех.)

11.Продвижение товара на рынке.

Разработайте рекламную кампанию продвижения вашего товара на рынке по следующим позициям:

1.Идея рекламного обращения

2.Текст рекламного обращения

3.Средства распространения рекламы

4.Сроки и частота появления рекламы

5.Ожидаемая эффективность рекламной кампании

12. Сделайте выводы по практической работе.

**5)**

1. Дать определение:

Учет готовой продукции

2. Ситуационная (практическая) задача

Уставный капитал 100 000 рублей, Денежные средства 100 000 рублей. Реализация 50 000 рублей. В т.ч. НДС 18%. Заработная плата 50 000 рублей. Задание:

Выведите финансовый результат, составьте Бухгалтерский баланс, Отчет о финансовых результатах.