**Основы экономики, менеджмента и маркетинга**

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

По дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» предусмотрена одна контрольная работа. Задания для контрольной работы составлены в десяти вариантах в соответствии с последней цифрой шифра студента. В каждом варианте три теоретических вопроса. Задания выполняются по последней цифре шифра студента.

Текст работы может быть представлен в напечатанном или рукописном виде. В независимости от того, в каком виде выполнена работа, в ней соблюдаются следующие общие правила:

* Работа пишется на формате А-4 или в школьной тетради
* Текст работы должен быть написан или напечатан с одной стороны листа
* Вопросы должны быть кратко изложены.
* Объем работы: печатный вариант 2-3 страницы на каждый вопрос, рукописный вариант 3-4 страницы на каждый вопрос.
* Рукописные работы должны быть написаны аккуратно, без помарок и исправлений, разборчивым почерком, с соблюдением горизонтальности и параллельности строк. Цвет пасты черный или синий (фиолетовый).
* В конце работы необходимо указать список используемой литературы.

**Тематика контрольных работ для студентов заочной формы обучения**

Вариант 1

1. Понятие собственности. Собственность как система отношений присвоения, хозяйственного использования и экономической реализации.
2. Понятие и сущность менеджмента. Эволюция экономической мысли.
3. Социально-экономические основы маркетинга.

Вариант 2

1. Натуральное и товарное производство. Виды и черты товарного производства.
2. Цели и задачи управления организациями. Функции менеджмента.
3. Управление маркетинговой деятельностью.

Вариант 3

1. Товар как экономическая форма богатства. Свойства товара.
2. Формула бизнеса. Кругооборот и оборот капитала.
3. Содержание управления.

Вариант 4

1. Прибыль: экономическая природа, норма прибыли. Образование средней нормы прибыли и цены производства в условиях межотраслевой конкуренции. Экономические кризисы, виды кризисов.
2. Цикл менеджмента (планирование, организация, мотивация и контроль). Цели предприятия.
3. Поведение потребителя при совершении покупки.

Вариант 5

1. Возникновение и сущность денег.
2. Миссия предприятия, организация работы предприятия.
3. Покупатели от имени организации.

Вариант 6

1. Ссудный капитал и ссудный процент.
2. Внешняя среда организации. Внутренняя среда организации.
3. Маркетинговые исследования и информация.

Вариант 7

1. Рынок, черты и основные законы функционирования. Равновесная цена. Закон спроса и предложения.
2. Анализ слабых и сильных сторон. Методы управления.
3. Сегментирования рынка. Выбор целевых сегментов и позиционирования товаров.

Вариант 8

1. Кредит как форма движения ссудного капитала. Основные виды кредита. Банки их виды и функции.
2. Виды рисков: предпринимательские, коммерческие, финансовые.
3. Распределение товаров и товародвижение.

Вариант 9

1. Конкуренция как закон рыночного хозяйства. Виды конкуренции.
2. Конфликты как органическая составляющая жизни организации. Управление конфликтами.
3. Реклама, стимулирование и пропаганда.

Вариант 10

1. Монополия и ее виды. Монопольные цены.
2. Мотивация и критерии мотивации. Индивидуальная, групповая мотивация.
3. Маркетинг в сфере услуг и некоммерческий маркетинг.