7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

**1 ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ**

 **Целью** подготовки контрольной работы по дисциплине «Маркетинг услуг» является формирование глубоких теоретических и практических знаний в области изучения особенностей рынка услуг, сущности применяемых инструментов маркетинга, способствующих адаптации предприятий сферы услуг к постоянно меняющимся факторам внешней среды, разработки маркетинговых стратегий организаций.

 **Задачи:**

 - выявить основные понятия, категории и этапы эволюции маркетинга услуг;

 - определить сущность и характерные черты услуг, отличающие их от товара;

* изучить инструменты комплекса маркетинга услуг;
* исследовать особенности изучения рынка услуг;
* определить влияние государства на развитие рынков услуг различных отраслей и сфер деятельности;
* применять инструменты маркетинговой деятельности на предприятиях сферы услуг;
* исследовать рынок услуг, с учетом их особенностей;
* разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия сферы услуг.

#  **Методические рекомендации к выполнению контрольных работ**

 В соответствии с учебным планом каждый студент должен выполнить одну контрольную работу и представить ее в установленный срок на кафедру для проверки.

 При выполнении контрольной работы студенты должны использовать материалы учебников, учебных пособий, а также периодических изданий специализированных журналов по маркетингу: «Маркетинг в России и за рубежом», «Маркетинговые исследовании», «Конъюнктура товарных рынков», «Маркетинг и менеджмент» и т.д., а также отраслевые журналы, с целью изучения опыта отечественных и зарубежных специалистов в области теории и практики маркетинга услуг в различных отраслях и сферах.

 Контрольная работа состоит из трех вопросов, два из которых посвящены теории маркетинга услуг. Третий вопрос связан с практическим применением инструментов маркетинга в среде конкретной компании услуг (как правило, студент берет за основу ту компанию, в которой трудится). Если такой возможности не существует, студент берет индивидуальное задание у преподавателя.

**1 Основные требования к оформлению работы**

Контрольная работа выполняется на белой бумаге стандартного фор­мата А 4 (210 х 297) по ГОСТ 2.301-68. Текст должен быть отпечатан на одной стороне листа, рекомендуемые параметры при выполнении контрольной работы на компьютере средствами текстового редактора Microsoft Word: тип шрифта - Times New Roman Cyr; размер шрифта 14; меж­строчный интервал - полуторный.

Текст работы следует печатать, соблюдая следующие размеры по­лей: левое - 20 мм, правое - 10 мм, верхнее и нижнее - 20 мм.

Текст основной части работы делят на разделы.

Заголовки разделов печатаются прописными буквами. Заголовки подразделов печатаются с красной строки строчными буквами (кроме первой прописной). Переносы слов в заголовках не допускаются, точка в конце заголовка не ставится. Расстояние между текстом и заголовком должно быть равно 3-4 интервалам. Подчеркивание заголовков не до­пускается.

Каждый раздел начинается с новой страницы.

Страницы нумеруются арабскими цифрами. Титульный лист включает в себя нумерацию. На титульном листе номер не ставится. На по­следующих страницах номер проставляется в правом верхнем углу.

Разделы имеют порядковую нумерацию в пределах всей работы и обозначаются арабскими цифрами. Точка в конце названия раздела не ставится.

В контрольной работе следует применять наглядные средства подачи материалов (таблицы, рисунки).

Иллюстрации (чертежи, схемы, графики) обозначаются словом «Рисунок» и нумеруются последовательно арабскими цифрами, нумерация сквозная в пределах всей работы.

Рисунки выполняются в компьютерном исполнении и могут быть цветными. Их следует рас­полагать непосредственно после текста, в котором они упоминаются впер­вые. Рисунки должны иметь название, которое помещают под рисун­ком.

Таблицы нумеруются арабскими цифрами сквозной нумерацией без проставления знака "№". Надпись "Таблица" с указанием номера поме­щают в левом верхнем углу таблицы, после чего, через тире следует заго­ловок таблицы (Например: Таблица 3 - Название таблицы).

При переносе части таблицы на другой лист пишут "Продолже­ние табл. «в правом верхнем углу. В каждой таблице должны быть указа­ны единицы измерения, обозначения которых пишутся в сокращенном виде (например: %, тыс.р., чел.). На все таблицы должны быть ссылки в тексте. При ссылке следует писать слово "таблица" с указанием ее номера.

Формулы следует нумеровать в пределах всей контрольной работы арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении на строке. При необходимости допускается нумерация формул в пределах раздела. В этом случае номер формулы состоит из номера раздела и по­рядкового номера формулы, разделенных точкой, например (2.1).

Приводимые в контрольной работе цитаты должны быть краткими. Цитаты, а также все заимствованные из печати, данные обязательно должны иметь ссылку на использованный источник информации.

Ссылки на использованные источники следует указывать порядко­вым номером по списку использованных источников, выделенных квадрат­ными скобками (Например: [3] или [3, с. 15]).

Допускается приводить ссылки на источники в подстрочном примечании. Оформляются они по ГОСТ 7.1 .-84.

Объем контрольной работы должен составлять не менее 20 страниц.

 **2 Составные элементы контрольной работы:**

* титульный лист;
* план работы (содержание);
* основной текст;
* список использованной литературы.

 Номер варианта контрольной работе соответствует начальной букве фамилии студента.

 Контрольные работы, выполненные не на указанные темы, не принимаются к проверке.

#  **3 . Тематика контрольных работ**

 № 2

1. Комплекс маркетинга услуг ( 7Р), сущность и составляющие.
2. Стратегии антикризисного маркетинга на рынках услуг в современных условиях.
3. Каким образом корректируется товарная политика компании в условиях кризиса (пример компании услуг)

|  |  |
| --- | --- |
|  Алфавит |  Номер варианта |
|  А, Б,  В, Г Д, Е Ж, З И, К Л, М Н, О П, Р С, Т У, Ф, Х Ц, Ч, Ш Щ, Э, Ю, Я |  1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 |

 4 **УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Основная литература**

1. Лукина, А. В. Маркетинг товаров и услуг [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов учреждений среднего специального образования, обучающихся по группе специальностей "Экономика и управление" / А. В. Лукина. - 2-е изд., доп. - Москва : ФОРУМ: ИНФРА-М, 2017. - 239 с. [*http://znanium.com/go.php?id=757837*](http://znanium.com/go.php?id=757837)
2. Мазилкина, Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Текст] : учебник / Е. И. Мазилкина. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К°, 2015. - 299 с.
3. Маркетинг [Текст] : учебник для бакалавров : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / [Н. М. Кондратенко [и др.] ; под общ. ред. Н. М. Кондратенко. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2014. - 542 с.
4. Синяева, И. М. Маркетинг услуг [Электронный ресурс] : учебник / И. М. Синяева. - Москва : Дашков и К°, 2014. - 252 с. [*http://znanium.com/go.php?id=430570*](http://znanium.com/go.php?id=430570)
5. Маюрникова, Л. А. Маркетинг в ресторанном бизнесе: учебное пособие: Ч.1 [Электронный ресурс] / Маюрникова Л.А., Давыденко Н.И., Крапива Т.В. - Москва : КемТИПП (Кемеровский технологический институт пищевой промышленности), 2014.[*http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\_id=72023*](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=72023)

**Дополнительная литература**

1. Конституция Российской Федерации [Текст]. – М.: Приор, 2005. – 32 с.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации [Текст]: 4.1-4. [по состоянию на 1 января 2007 г.] – М.: Юрайт-Издат, 2007. – 554 с.
3. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности, продукции, услуг [Текст]: [утв. Постановлением Госстандарта РФ от 6 августа 1993 г. № 17]. – Код 7413.
4. Крылова, Г. Д. Маркетинг [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Маркетинг" / Г. Д. Крылова, М. И. Соколова ; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (Ун-т) МИД России. - Москва : Магистр, 2011. - 493 с.
5. Лукина, А. В. Маркетинг товаров и услуг [Текст] : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования, обучающихся по группе специальностей "Экономика и упр." / А. В. Лукина. - Москва : Форум, 2011. - 237 с.
6. Сфера услуг: экономика, менеджмент, маркетинг [Текст] : практикум : учебное пособие для студентов вузов / [Т. Д. Бурменко [и др.] ; под ред. Т. Д. Бурменко. - Москва : КноРус, 2010. - 422 с.
7. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Текст] : практикум / В. Т. Гришина [и др.]. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К°, 2009. - 135 с.
8. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг [Текст] : учеб. для студентов вузов, обучающихся по экон. специальностям / Н. А. Восколович. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 207 с.
9. Лашманова, Н. В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме [Текст] : учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности 100103 Соц.-культур. сервис и туризм, решение № 09 17/156 от 28.04.08 / Н. В. Лашманова, М. Ю. Абабкова. - Санкт-Петербург : [Издательство СПбГУП], 2009. - 282 с.
10. Сфера услуг. Экономика. Менеджмент. Маркетинг [Электронный ресурс] : электрон. учеб. / под ред. Т. Д. Бурменко. - Москва : КНОРУС, 2008. - 1 с.
11. Турковский, М. Маркетинг гостиничных услуг [Текст] : [учеб.-метод. пособие] / Марек Турковский; [пер. с пол. И. И. Иванюка]. - Москва : Финансы и статистика, 2008. - 294 с.
12. Барышев, А.Ф. Маркетинг в туризме и гостеприимстве [Текст] : учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальностям 080507 "Менеджмент орг."... / А. Ф. Барышев. - Москва : Финансы и статистика, 2007. - 160 с.
13. Хлебович, Д. И. Сфера услуг. Маркетинг [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов / Д. И. Хлебович; под ред. Т. Д. Бурменко. - Москва : КНОРУС, 2007. - 235 с.
14. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 "Маркетинг" / [Н. А. Нагапетьянц и др.]; под ред. Н. А. Нагапетьянца. - Москва : Вузовский учебник, 2006. - 271 с.
15. Разумовская, А. Л. Маркетинг услуг. Настольная книга российского маркетолога-практика [Текст] : производственно-практическое издание / Разумовская Анна Львовна;. Янченко Валентин Михайлович. - Москва : Вершина, 2006. - 489 с.
16. Турковский, М. Маркетинг гостиничных услуг [Текст] : [учеб.-метод. пособие] / Марек Турковский; [пер. с пол. И. И. Иванюка]. - Москва : Финансы и статистика, 2006. - 294 с.
17. Лавлок, К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии [Текст] : производственно-практическое издание / Кристофер Лавлок; [пер. с англ.: Т. В. Безвенюк [и др.]; под ред. О. И. Медведь, Н. В. Шульпиной]. - 4-е изд. - Москва; Санкт-Петербург; Киев : Вильямс, 2005. - 997 с.
18. Николаева, М. А. Маркетинг товаров и услуг [Текст] : учебник для средних специальных учебных заведений: учеб. пособие для студентов высших учебных заведений... / М. А. Николаева ; Отраслевой центр повышения квалификации работников торговли М-ва экон. развития и торговли Рос. Федерации. - Москва : Деловая литература, 2005. - 446 с.
19. Николайчук, В. Е. Маркетинг и менеджмент услуг. Деловой сервис [Текст] : производственно-практическое издание / Николайчук Валерий Евстафьевич. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2005. - 604 с.
20. Богалдин-Малых, В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса: туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы [Текст] : учебное пособие: учебно-методическое пособие / В. В. Богалдин-Малых ; Рос. акад. образования, Моск. психол.-соц. ин-т. - Москва : Издательство Московского психолого-социального института: МОДЭК, 2004. - 559 с.
21. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / [В. А. Алексунин [и др.] ; под ред. В. А. Алексунина. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К°, 2002. - 613 с.
22. Янкевич, В. С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: российский и международный опыт [Текст] : стандарт / В. С. Янкевич, Н. Л. Безрукова; под ред. В. С. Янкевича. - Москва : Финансы и статистика, 2002. - 416 с.
23. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / В. А. Алексунин [и др.] ; под ред. В. А. Алексунина. - Москва : Маркетинг, 2001. - 516 с.
24. Стаханов, В. Н. Маркетинг сферы услуг [Текст] : учебное пособие для вузов по экономическим специальностям / В. Н. Стаханов, Д. В. Стаханов. - Москва : Экспертное бюро, 2001. - 160 с.
25. Журнал «Менеджмент в России и за рубежом».
26. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом».
27. Журнал «Маркетинговые коммуникации».
28. Журнал «Маркетолог».