

РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОТКРЫТЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ
МИНИСТЕРСТВА ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

24/44/2

Одобрено кафедрой
«Здания и сооружения
на транспорте»

Маркетинг в строительстве, налоговая система и финансы

Задания на контрольные работы № 1 и 2
для студентов VI курса

специальности

290300 ПРОМЫШЛЕННОЕ И ГРАЖДАНСКОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО (ПГС)



Москва – 2004

Составитель — канд. техн. наук, доц. Т.И. МИЛЫХ

Рецензент — д-р техн. наук, проф. В.А. ФИСУН

1. ЦЕЛЬ, СОДЕРЖАНИЕ И ОБЩИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ №1 И 2

Основной целью выполнения контрольной работы №1 по теме «Маркетинг в строительстве» является более глубокое усвоение и закрепление теоретических знаний по наиболее важным и сложным экономическим категориям и методам маркетинговой деятельности, приобретение навыков применения приемов повышения конкурентоспособности продукции, методов управления ее качеством, способов стимулирования сбыта.

Целью выполнения контрольной работы №2 по теме «Налоговая система и финансы» является закрепление теоретических знаний основ современной налоговой и финансовой системы, знаний по финансированию предприятий и их налогообложению.

Контрольные работы выполняются самостоятельно. При необходимости студенты могут консультироваться у преподавателя в специально установленные дни и часы. Номер варианта контрольной работы студенты определяют по последней цифре своего шифра.

Контрольная работа, выполненная с нарушением номера варианта, не рецензируется.

Работа выполняется четко, разборчиво, с обязательными ссылками на литературу.

После проверки и принятия контрольной работы преподавателем, студент защищает ее, то есть обосновывает логику, методы, результаты и выводы.

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА №1

по теме «Маркетинг в строительстве»

Варианты контрольной работы

1. Понятие маркетинга. Процесс маркетинга. Роль маркетинга в деятельности организации. Типы организационных структур предприятий в зависимости от роли маркетинга в их деятельности.

2. Процесс маркетинга. Концепция маркетинга. Применение концепции маркетинга. Функции руководящего звена и

оперативных отделов строительной фирмы, ориентированной на маркетинг.

3. Основные функции маркетинга. Процесс маркетинга по сбыту строительной продукции (взаимодействие составляющих маркетинга: научно-технические разработки и исследование рынка; планирование рекламы и ассортимента продукции, сбыта и распределения; планирование производства и финансирования, распределения и продажи и т.п.).

4. Опишите различия между организациями, ориентированными на производство и на маркетинг (по областям хозяйственной деятельности: общее руководство, производство, маркетинг, финансы, научно-исследовательская работа, планирование ассортимента продукции, организация сбыта, реклама и стимулирование сбыта и т.п.).

5. Основные функции маркетинга. Организационная структура строительного предприятия, ориентированного на производство (управление финансами, кадрами, сбытом и производством).

6. Организационная структура предприятия стройиндустрии, ориентированного на сбыт (управление финансами, кадрами, сбытом и производством).

Организационная структура строительного предприятия, ориентированного на маркетинг (управление финансами, кадрами, маркетингом и производством).

7. Рынок, емкость рынка, сегменты рынка. Основные функции маркетинга при планировании, изготовлении и сбыте строительной продукции (исследование маркетинга и сбор информации; планирование ассортимента продукции; сбыт и распределение; реклама и стимулирование).

8. Спрос и предложение. Системы ценообразования и виды рыночных цен. Формирование потребительского спроса на товары промышленного назначения строительного производства (материалы и изделия, инструменты и оборудование; объекты коттеджного, сельскохозяйственного, жилищного и производственного назначения).

9. Понятие маркетинга, процесс маркетинга. Управление маркетингом на предприятии строительного профиля (организация маркетинговой деятельности, разработка и осуществление программы маркетинга).

10. Применение концепции маркетинга. Организация маркетинга на предприятии.

Этапы создания новой строительной продукции при маркетинговой деятельности (оценка рыночного потенциала; прогноз продаж и анализ прибыли; подготовка, изготовление и сбыт продукции, торговая реклама, создание моделей и опытной партии, испытание на рынке, внедрение, оценка и анализ данных продаж, заказы на торговлю и т.п.).

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА №2

по теме «Налоговая система и финансы»

Варианты контрольной работы

1. Сущность понятий «налог», «налогообложение», система налогообложения. Финансы, функции финансов. Формирование финансовой системы.

2. Опишите функции налоговой системы. Роль системы налогообложения. Бюджет, бюджетное устройство.

3. Сформулируйте принципы организации и функционирования системы налогообложения. Финансы предприятий. Механизм управления финансами предприятий.

4. Принципы построения налоговой системы Российской Федерации. Рентабельность предприятия, рентабельность производства, рентабельность продукции. Прибыль, факторы, влияющие на ее величину.

5. Приведите классификацию налогов. Ценообразование, оптовая цена, розничная цена. Структура розничной цены.

6. Состав налогов и налоговых платежей российской налоговой системы. Определение плановой прибыли предприятия. Расчет прибыли. Образование и распределение прибыли.

7. Налоговое регулирование как составной элемент структуры налогового менеджмента. Оборотные средства предприя-

тия, их экономическая сущность. Организация оборотных средств предприятия.

8. Элементы среднесрочной стратегии фирмы (основные параметры бизнес-плана). Инвестиционная политика предприятия. Принципы осуществления инвестиционной деятельности. Источники и методы инвестирования.

9. Исчисление налога на прибыль юридических лиц (на примере строительной организации). Система льгот по налогу на прибыль предприятий и организаций. Акционирование, кредитование, лизинг как методы инвестирования. Налоговое регулирование инвестиций. Роль бизнес-плана в оценке инвестиционных проектов.

10. Акцизы. Основные методические подходы акцизного обложения. Социальный налог. Банкротство предприятий. Особенности финансов акционерного общества. Финансовый анализ на предприятии. Финансовая стратегия предприятия.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Маркетинг /Под ред. А.Н. Романова. —М.: «Банки и биржи». Изд. «Юнити», 1995.
2. Г о л у б к о в Е.П. Основы маркетинга. —М.: Изд. «Финпресс», 1999.
3. Ю т к и н а Т.Ф. Налоги и налогообложение: Учебник. —М.: ИНФРА-М, 2001.
4. Финансы /Под ред. Л.А. Дробозиной —М.: ЮНИТИ, 2002.

Дополнительная

1. К р е д и с о в А.И. Маркетинг. — Украина, 1995.
2. Э в а н с Дж., Б е р м а н Б. Маркетинг: Сокр. пер. с англ. —М.:Прогресс, 1990.
3. М а д ж а р о С. Международный маркетинг: Сокр. пер. с англ. —М.: Прогресс, 1979.
4. К о т л е р Ф. Основы маркетинга: пер. с англ. —М.: Прогресс, 1990.
5. Финансы /Под ред. А.М. Ковалевой. —М.: Финансы и статистика, 1996.

МАРКЕТИНГ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ, НАЛОГОВАЯ СИСТЕМА И ФИНАНСЫ

Задания на контрольные работы №1 и 2

Редактор *В.К. Тихонычева*
Компьютерная верстка *Ю.А. Варламова*

Тип. зак.	Изд. зак. 272	Тираж 500 экз.
Подписано в печать 16.02.04	Гарнитура Times.	Офсет
Усл. печ. л. 1,25		Формат 60×90 ^{1/16}

Издательский центр РГОТУПСа,
125993, Москва, Часовая ул., 22/2

Типография РГОТУПСа, 125993, Москва, Часовая ул., 22/2