

Министерство образования и науки РФ
КЕМЕРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Экономический факультет

Кафедра «Маркетинг»

**Методические указания
по выполнению и защите курсовой работы**

по дисциплине
«Маркетинг»

Направление
38.03.02 Менеджмент

Направленность
Маркетинг

Кемерово 2015

Методические указания по выполнению и защите курсовой работы по дисциплине «Маркетинг» для обучающихся по направлению 38.03.02 Менеджмент, направленность Маркетинг составлены к.э.н., доцентом О.Н.Котовой

Методические указания обсуждены на заседании кафедры «Маркетинг» и утверждены методической комиссией экономического факультета

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие требования к курсовой работе по дисциплине «Маркетинг».....	4
2. Требования к структуре и содержанию курсовой работы	6
3. Этапы выполнения курсовой работы.....	9
4. Требования к оформлению курсовой работы	12
5. Подготовка к защите, защита курсовой работы и критерии ее оценки.....	15
6. Список рекомендуемой литературы.....	18
7. Заключительные положения.....	20
8. Приложения.....	21

ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К КУРСОВОЙ РАБОТЕ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

«Маркетинг»

Настоящие методические указания разработаны в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению «Менеджмент» высшего профессионального образования (бакалавриат), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21 декабря 2009 г. №742, а также локальными нормативными документами КемГУ (Положение об учебно-методическом комплексе КемГУ от 12 сентября 2012 г.; Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся КемГУ от 4 апреля 2012 г.).

Курсовая работа – самостоятельная разработка конкретной темы небольшого объема с элементами научного анализа, отражающая приобретенные теоретические знания и практические навыки, умение работать с литературой, анализировать источники, делать обоснованные выводы. Она включает подготовку и сдачу письменного отчета (реферат), графический материал или компьютерную презентацию и устную публичную защиту (доклад).

Курсовая работа является важнейшим элементом самостоятельной работы студентов. Основной целью курсовой работы является создание и развитие навыков исследовательской работы, умения работать с научной литературой, делать обстоятельные и обоснованные выводы.

Настоящая курсовая работа выполняется в рамках дисциплины «Маркетинг» в 4-м семестре. Для подготовки курсовой работы студенту целесообразно опираться не только на полученные в ходе лекционных и практических занятий по маркетингу, но и на знания, полученные при изучении дисциплин «Общий маркетинг», «Микроэкономика», «Статистика», «Экономика организаций», «Менеджмент», «Ценообразование», «Экономический анализ», «Социальная статистика».

Написание и защита курсовой работы, в свою очередь, дает знания, умения владения, которые способствуют более качественному усвоению в дальнейшем таких дисциплин, как: «Управление качеством», «Логистика», «Анализ поведения потребителей», «Маркетинг услуг», «Промышленный маркетинг», «Региональный маркетинг», дает теоретические знания для прохождения учебной и производственной практик, а также для написания выпускной квалификационной работы.

Курсовая работа является научной разработкой конкретной темы исследования в ходе обучения и овладения студентами знаний по дисциплине «Маркетинг».

Курсовая работа выполняется в сроки, соответствующие учебным планам.

Курсовая работа должна показать умение студента самостоятельно изложить проблему, выявить наиболее приоритетные вопросы, применить элементы исследования.

Курсовая работа не может быть простой компиляцией и состоять из фрагментов различных статей и книг. Она должна быть завершенным

материалом, иметь факты и данные, раскрывающие взаимосвязь между явлениями, процессами, аргументами, действиями и содержать нечто новое: обобщение обширной литературы, материалов эмпирических исследований, в которых появляется авторское видение проблемы и ее решение. Этому общетеоретическому положению подчиняется структура курсовой работы, ее цель, задачи, методика исследования и выводы.

Основные требования к курсовой работе:

1. Четко сформулированы: проблема и исследовательские вопросы.
2. Обоснована их актуальность, степень изученности, состояние исследованности.
3. При ее исследовании используются методологические знания.
4. Выполняется на основе знакомства с теоретическими и практическими подходами к анализируемым проблемам, содержит научные выводы
5. В завершеном виде представляет целостное, однородное исследование.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате выполнения курсовой работы

В результате выполнения курсовой работы по дисциплине «Маркетинг» у студентов формируется ряд профессиональных компетенций:

- ПК- 29: способность анализировать поведение потребителей экономических благ и формировать спрос;
- ПК-30: знать экономические основы поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков и способность проводить анализ конкурентной среды отрасли;
- ПК-36: уметь использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и бенчмаркинга;
- ПК-48: уметь находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею;
- ПСК-7: знание организации системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж

В результате подготовки и защиты курсовой работы обучающийся должен **знать:**

- основные этапы развития маркетинга как науки;
- содержание маркетинговой концепции управления;
- маркетинговых методы исследований;
- классификации продуктов и их значение в маркетинговой деятельности фирмы; характеристики уровней продукта;

уметь:

- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований;

- анализировать рынок, выявлять тенденции развития

владеть:

- навыками проведения маркетинговых исследований

2.ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ И СОДЕРЖАНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Общий объем курсовой работы должен составлять примерно 30-40 страниц, набранных на компьютере 14 шрифтом Times New Roman с полуторным интервалом между строк.

Правильно оформленная работа должна включать в себя:

1. Титульный лист. (Приложение А)
2. План (оглавление).
3. Введение.
4. Основную часть.
5. Заключение.
6. Список использованной литературы
7. Приложение (я).

Титульный лист и план выполняются на двух первых листах работы по определенной форме (Приложения А, Б).

Во введении отражаются следующие основные моменты:

- общая формулировка темы;
- теоретическое и практическое значение выбранной темы, ее актуальность;
- степень разработанности проблемы;
- цель и конкретные задачи исследования, которые автор поставил перед собой;
- предмет и объект исследования;
- объяснение того, как автор намеревается решать поставленные задачи, обоснование логической последовательности раскрываемых вопросов, общего порядка исследования и структуры работы;
- использованные в работе источники информации;
- структура работы.

Во введении (2-3страницы) обосновывается актуальность темы курсовой работы; перечисляются работы отечественных и зарубежных авторов, в которых нашла отражение данная тема, или ее аспекты, формулируются цели и задачи курсовой работы, ее объект и предметная область, определяется структура работы.

Актуальность темы отражает ее значимость, важность, перспективность, сопричастность с острыми проблемами современности. Для обоснования актуальности целесообразно привести высказывания авторитетных ученых, политиков и руководителей по тем вопросам, которые входят в предметное поле темы курсовой работы, привести наглядные статистические данные, практические примеры.

Цель работы определяет, для чего проводится курсовое исследование, что планируется получить в результате. Формулировка цели курсовой работы должна строго соответствовать теме.

Задачи работы представляют собой способы достижения поставленной цели. Это отдельные исследовательские действия, этапы, на каждом из которых производится та или иная операция (изучение литературы, обзор концепций, сбор эмпирических данных, их анализ, построение классификаций, разработка методик, их реализация, выработка практических предложений и т.д.).

Объект исследования – это то, на что направлен процесс познания, та область реальности, которая изучается в ходе выполнения курсовой работы.

Предмет исследования – это наиболее значимые с теоретической или практической точки зрения свойства, стороны, проявления, особенности объекта, которые подлежат непосредственному изучению. Это угол зрения на объект, аспект его рассмотрения, дающий представление о том, что конкретно будет изучаться в объекте, как он будет рассматриваться, какие новые отношения, свойства, функции будут выявляться.

Методы можно определить как способы достижения цели, совокупность приемов и операций теоретического или прикладного освоения действительности. Представление использованных методов исследования позволит оценить полноту охвата полученных студентом умений и навыков при выполнении бакалаврской работы.

Характеристика *структуры работы* представляет собой краткое содержание глав и параграфов основной части. Она отражает общую логику изложения материала.

Главы работы составляют **основную часть** курсовой работы. Содержание глав должно точно соответствовать теме работы и полностью её раскрывать. Основная часть работы демонстрирует умение автора лаконично и аргументированно излагать материал. Изложение материала подчиняется поставленной цели и задачам курсовой работы и должно быть последовательным и логичным. Особое внимание следует обращать на логические переходы от одной главы к другой, от параграфа к параграфу, а внутри параграфа – от вопроса к вопросу. Изложение материала должно быть конкретным и опираться на результаты теории и практики, при этом важно не просто описание, а критический разбор и анализ полученных результатов.

Не следует перегружать план работы. В курсовой работе реально рассмотреть две главы (теоретической и практической направленности, соответственно). Главы, в свою очередь, разбиваются на параграфы. Глава может содержать два-три параграфа в зависимости от темы курсовой работы.

Также рекомендуется по итогам каждой главы в конце приводить основные выводы (или результаты), полученные в данной главе, наиболее важные с точки зрения поставленной цели и задач курсовой работы (это, в частности, позволяет, с одной стороны, лучше структурировать работу, а с другой – понять, насколько полно удалось решить поставленные задачи). В основной части курсовой работы должны присутствовать иллюстрации (таблицы, схемы, графики и т.п.) с соответствующими ссылками и комментариями.

Первая глава посвящается рассмотрению теоретических аспектов и анализу современного состояния исследуемой проблемы (обзор литературы содержит критический анализ и (или) систематизацию уже существующих знаний по данной проблеме, изложенных в трудах других авторов с обязательными ссылками на них, включая указание номеров страниц). В ней рассматриваются сущность, содержание, организация исследуемого процесса, его составные элементы и их взаимосвязь, выделяются факторы, оказывающие влияние на исследуемый процесс, осуществляется анализ современного состояния теории проблемы, дается обзор позиций исследователей, обосновывается точка зрения автора на исследуемую проблему.

Обзор литературы – должен показать знакомство студента со специальной литературой, его умение систематизировать источники, критически их рассматривать, выделять существенное, оценивать ранее сделанное другими исследователями, определять главное в современном состоянии изученности темы. В обзоре литературы не нужно излагать все, что стало известно студенту из прочитанного материала и имеет лишь косвенное отношение к его работе. Но все сколько-нибудь ценные публикации, имеющие непосредственное отношение к теме курсовой работы, должны быть названы и критически оценены.

При изложении в курсовой работе спорных вопросов темы необходимо приводить мнения различных авторов. Если в работе критически рассматривается точка зрения какого-либо автора, при изложении его мысли следует приводить цитаты, только при этом условии критика может быть объективной. Обязательным, при наличии различных подходов к решению изучаемой проблемы, является сравнение рекомендаций, содержащихся в действующих инструктивных материалах и работах различных авторов. Только после этого следует обосновывать своё мнение по спорному вопросу или соглашаться с одной из уже имеющихся точек зрения, выдвигая в любом случае соответствующие аргументы.

Вторая глава должна носить преимущественно прикладной характер.. Важным аспектом проводимого во второй главе анализа является актуальность приводимой информации, что означает, что в работе обязательно должна быть использована статистическая информация за последние несколько лет, включая год предшествующий году написания курсовой работы. При этом в работе обязательно должны указываться ссылки на источники данной информации. Автор несет полную ответственность за соответствие представляемых данных их источникам и в случае выявления несоответствий рискует быть не допущенным к защите курсовой работы.

Данная глава в обязательном порядке должна содержать практические примеры по исследуемой проблеме. Очень полезно, в качестве объекта исследования, выбрать кузбасские предприятия.

В этой главе должен быть осуществлен критический и сравнительный анализ существующих подходов и методов решения проблемы. В главе необходимо обосновать выбор метода решения исследуемой проблемы и подробно его изложить.

В тексте, анализирующем или комментирующем таблицу или рисунок, не следует пересказывать их содержание, а уместно формулировать основной вывод, к которому подводят представленные данные. Если таблица заимствована из литературных источников, обязательно необходима ссылка на источник.

Заключение курсовой работы пишется на основе полученных в ней и обоснованных лично автором выводов и результатов (от 3 до 5, например, в соответствии с задачами работы и ее целью), наиболее важных с точки зрения поставленной цели, и подытоживает проделанную работу.

Список литературы должен содержать не менее 15 источников, с которыми работал автор курсовой работы. Не допускается включение в список литературы источников, на которые нет ссылок в курсовой работе. Рекомендуется использовать статьи из научных и специализированных журналов и сборников, а также монографии, число учебников и учебных пособий, используемых при выполнении курсовой работы должно быть сведено к минимуму. В список литературы обязательно должны быть включены интернет-ресурсы или литература на иностранном языке.

Список литературы оформляется: первоначально указываются законодательные акты, затем учебная, научная литература по алфавиту. Источники необходимо нумеровать арабскими цифрами без точки и печатать с абзацного отступа. Оформлять первоисточники необходимо строго в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1-2003, а ссылки - с ГОСТ Р7.0.5-2008.

Приложения не являются обязательным элементом курсовой работы. Но их можно делать, поскольку многие исследовательские материалы целесообразно выносить в приложения, чтобы не загромождать основную часть работы. Так, в приложения выносят: громоздкие таблицы, схемы, рисунки, методики, описания отдельных процедур исследования, копии документов и другие виды информации.

3.ЭТАПЫ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Обычно последовательность выполнения курсовой работы такова:

- выбор темы курсовой работы;
- получение задания на курсовую работу;
- составление плана курсовой работы;
- подбор литературы;
- сбор и анализ эмпирического (практического) материала;
- написание текста курсовой работы;
- оформление курсовой работы;
- защита курсовой работы.

Выполнение курсовой работы начинается с выбора темы. При выборе темы курсовой работы студенту может помочь научный руководитель Тематика курсовых работ предлагается кафедрой. Она носит примерный характер.

Студент, исходя из своих научных интересов, может, по согласованию с преподавателем, предложить собственную тему курсовой работы, которая должна соответствовать проблематике дисциплины «Маркетинг». Основная сложность при выборе темы может заключаться в том, что этот выбор и, отчасти, написание работы происходит в процессе изучения предмета, а не по его окончании. В связи с этим студенту целесообразно обратиться к консультациям преподавателя, который направит поиск студента в нужное русло.

Выбрав тему, студент обязан ее согласовать с научным руководителем, а затем зарегистрировать на кафедре (в течение месяца с начала семестра). После утверждения темы необходимо обсудить с руководителем план-график написания курсовой работы, выделить основные этапы и сроки работы (изучение литературы, ее конспектирование, написание теоретической главы, поиск эмпирических данных, составление программы исследования, проведение пилотажа, анализ полученных данных и т.п.).

На следующем этапе необходимо составить содержательный план курсовой работы, который задает общую логику курсового исследования. План курсовой работы представляет собой составленный в определенном порядке развернутый перечень вопросов, которые должны быть освещены в работе. План курсовой работы рекомендуется согласовать с научным руководителем. После завершения написания курсовой работы план оформляется в виде ее содержания. Содержательный план, в котором выделяются главы и параграфы, и рабочий план-график научно-исследовательской работы должны соответствовать друг другу и стимулировать к равномерному распределению ресурсов, к оптимизации временных затрат на выполнение работы. Так, надо помнить, что практическая часть курсовой работы опирается на теоретическую, поэтому нельзя затягивать анализ литературных источников и подготовку первой главы.

Основная содержательная работа, как правило, начинается с поиска и изучения научной, методической, справочной, нормативной литературы, периодических изданий по выбранной теме. Обращение к первоисточникам пронизывает весь процесс написания курсовой работы, но особенно активно научная литература анализируется на первоначальном этапе. Обзор первоисточников – объемная, кропотливая, сложная, но необходимая задача. Важно изначально определить порядок учета первоисточников по разделам, направлениям (главам, параграфам), поскольку, делая обзор по одному тематическому направлению, целесообразно фиксировать литературные источники по иным темам.

Следует помнить, что работа с первоисточниками – это не дань моде или формальным требованиям, это содержательная деятельность. При тщательном анализе первоисточников рождаются новые мысли, идеи. Работа с первоисточниками – это творчество: вырабатываются критерии анализа, появляется собственная точка зрения. Надо учитывать, что литературный обзор должен быть критическим.

После изучения научной литературы (а иногда и параллельно) начинается сбор и анализ фактологического материала – статистических данных,

результатов экономических, маркетинговых исследований и т.п. Иногда для сбора эмпирических данных студенту необходимо разработать соответствующую методику (например, форму для показателей или анкеты).

Собрав и изучив литературные источники и фактический материал, студент приступает к написанию курсовой работы. Это наиболее трудоемкий и сложный этап работы над темой, требующий сосредоточенности и упорного труда.

Изложение вопросов должно быть последовательным, логичным. При написании курсовой работы не всегда целесообразно использовать весь законспектированный и собранный материал, лучше отобрать из собранного материала основные данные, позволяющие четко и обоснованно раскрыть тему. При этом следует проводить сравнительный анализ позиций разных авторов по одному и тому же вопросу с изложением своего отношения к ним, и возможно, приведения собственного понимания рассматриваемой проблемы.

Излагать материал в курсовой работе рекомендуется самостоятельно, своими словами, не допуская дословного переписывания из литературных источников. При обнаружении в тексте заимствованных фрагментов курсовая работа возвращается для переработки. Используемые в тексте цитаты рекомендуется тщательно сверить и снабдить ссылками на источники.

Когда черновой вариант текста курсовой работы будет готов, необходимо проверить, соответствует ли она следующим требованиям: соответствие содержания работы поставленной цели и задачам; логичность, последовательность изложения материала; использование понятного, доступного языка; оптимальное сочетание теоретического и практического материала, их содержательное соответствие друг другу.

В курсовой работе необходимо продемонстрировать глубину изучения выбранной темы, правильно распределять имеющийся материал, сделать логичные переходы от одного вопроса к другому, обобщать сказанное, сформулировать выводы.

Курсовая работа должна быть изложена в научном стиле, который обладает некоторыми характерными особенностями. Прежде всего, научному стилю характерно использование конструкций, исключающих употребление местоимений первого лица, особенно, единственного числа. В научной литературе принято писать от третьего лица или обезличенно, следует использовать фразы типа: «по мнению автора» или «как показал анализ», «следует признать, что».

В научном тексте нельзя использовать разговорно-просторечную лексику. Если есть сомнения в стилистической окраске слова, лучше обратиться к словарю или научному руководителю.

Нельзя употреблять в тексте знаки (<, >, №, %) без цифр, а также использовать в тексте математический знак минус (-) перед отрицательными значениями величин: в этом случае следует писать слово «минус». В тексте используются только арабские цифры, но при нумерации кварталов, полугодий допускается употребление римских цифр. При записи десятичных дробей целая часть числа от дробной должна отделяться запятой (например: 15,6 тыс. руб.,

18,5 м²). Сокращение слов в тексте не допускается (за исключением общепринятых).

4.ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

. Текст курсовой работы должен быть выполнен печатным способом с использованием компьютера и принтера на одной стороне листа белой бумаги (формата А4).

Общие технические требования:

- **поля:** левое, верхнее и нижнее – по 20мм, правое – 10мм;
- **интервал:** основной текст и список литературы – полуторный; примечания (постраничные сноски) – одинарный;
- **гарнитура:** Times New Roman;
- **размер кегля:** основной текст и список литературы – 14 пт.; примечания (постраничные сноски) – 10 пт. Название Главы – 16 пт., полужирный. Название параграфов, рисунков и таблиц – 14 пт., полужирный;
- **выравнивание:** по ширине;
- **абзацы** печатаются с красной строки; от левого поля – отступ равен 1,27см;
- **расстояние между абзацами** = 0 (см. Формат – Абзац);
- **расстояние между заголовками главы и параграфа** выдерживается в 1 интервал. Расстояние между текстом предыдущего параграфа и названием следующего должно равняться двум интервалам. Каждая глава начинается с новой страницы;
- **нумерация страниц** производится сквозным способом по всему тексту работы, начиная с титульного листа, но цифры печатаются только со второго листа. Кроме титульного листа все страницы нумеруются арабскими цифрами, которые ставятся в центре нижней части листа, без точки;
- **кавычки** должны иметь вид «Текст» (печатные кавычки). Использование кавычек вида “Текст” допускается лишь в случае двойного цитирования («Текст: “Текст”»). Использование кавычек вида “Текст” не допускается.

Правила оформления рисунков и таблиц:

- **рисунки** (словом «рисунок» обозначаются все иллюстративные примеры, графики, диаграммы, схемы и т.п.) следует располагать непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. Рисунки следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Допускается нумеровать рисунки в пределах раздела (например, 1.1, 1.2, ... - для рисунков первой главы; 2.1, 2.2, ... - для рисунков второй главы и т.д.). Слово «рисунок» и его наименование располагают **посередине строки**. На все рисунки должны быть **ссылки в тексте работы**. Пример оформления рисунка:

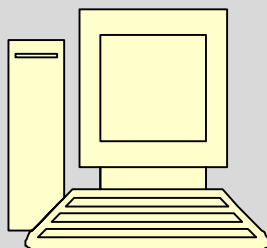


Рисунок 3.1 - Название рисунка

- **таблицы** применяются для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей. Таблицу в зависимости от ее размера обычно помещают под текстом, в котором впервые дана на нее ссылка. Если объем таблицы превышает количество оставшегося места в конце страницы, то ее размещают на следующей странице, а свободное место заполняется текстом, следующий за таблицей. Таблицы, за исключением таблиц приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Допускается нумеровать таблицы в пределах раздела. Название таблицы следует помещать **над таблицей слева, без абзацного отступа в одну строку с ее номером через тире**. Переносы слов в заголовках таблиц не допускаются. В конце заголовка таблицы точка не ставится. На все таблицы должны быть **указания в тексте работы**. Пример оформления таблицы:

Таблица 3.1 - Название таблицы

Столбец 1	Столбец 2	Столбец 3	Столбец 4	Столбец 5
1	2	3	4	5
...
...
...

При переносе части таблицы на другую страницу **название** помещают **только над первой частью таблицы**, нижнюю горизонтальную черту, ограничивающую таблицу, **не проводят**. Над другими частями пишут «Продолжение таблицы». Пример оформления таблицы:

Таблица 3.2 - Название таблицы

Столбец 1	Столбец 2	Столбец 3	Столбец 4	Столбец 5
1	2	3	4	5
...
...

Продолжение таблицы 3.2

1	2	3	4	5
...
...
...

Если в работе требуется поместить таблицу, размещенную **горизонтально**, она **выносится в Приложение**.

Правила оформления формул

Если в тексте курсовой работы приводятся формулы, то рекомендуется располагать их на отдельной строке. Выше и ниже формулы должно быть оставлено не менее одной свободной строки. При внесении в текст нескольких формул, если на них есть ссылки, формулы нумеруются общей сквозной нумерацией (допускается нумерация в пределах раздела). Пример оформления формулы:

$$\text{ЭФ}=\text{ОП} \times (\text{ФЕ}-\text{ФЕ}) \quad (1.1)$$

Правила оформления списков и перечислений. Принято выделять три типа списков:

- **маркированные списки** используются при перечислении или выделении отдельных фрагментов текста;
- **нумерованные списки** применяются в тех случаях, когда нужно определить порядок изложения;
- **многоуровневые списки**, используются при необходимости выделения нескольких уровней. В таких списках допустимы как нумерованные элементы, так и символы маркера.

Примеры оформления списка (сравните):

Для проведения совещания необходимо знать:

- *стоимость продукции;*
- *маркетинговую позицию;*
- *и т.д., и т.п.*

Необходимо получить ответы на следующие вопросы:

1. *Что представляет продукт?*
2. *Какие известны недостатки?*
3. *И т.д., и т.п.*

Правила оформления списка использованных источников

Список использованных источников оформляется в соответствии с ГОСТ 7.1-2003

Примеры оформления:

Книга с одним автором

Атаманчук, Г. В. Сущность государственной службы: История, теория, закон, практика [Текст] / Г. В. Атаманчук. – М.: РАГС, 2010. – 268 с.

Книги с двумя авторами

Ершов, А. Д. Информационное управление в таможенной системе [Текст] / А. Д. Ершов, П. С. Конопаева. – СПб.: Знание, 2009. – 232 с.

Книги трех авторов

Кибанов, А. Я. Управление персоналом: учеб. пособие для вузов [Текст] / А. Я. Кибанов, Г. А. Мамед-Заде, Т. А. Родкина. – М.: Экзамен, 2011. – 575 с.

Книги четырех авторов

Управленческая деятельность: структура, функции, навыки персонала [Текст] / К. Д. Скрипник [и др.]. – М.: Приор, 2009. – 189 с.

Книги, описанные под заглавием

Управление персоналом: учеб. пособие [Текст] / С. И. Самыгин [и др.]; под ред. С. И. Самыгина. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. – 511 с.

Словари и энциклопедии

Социальная философия: словарь [Текст] / под общ. ред. В. Е. Кемерова, Т. Х. Керимова. – М.: Академический проект, 2010. – 588 с.

Экономическая энциклопедия [Текст] / Е. И. Александрова [и др.]. – М.: Экономика, 2009. – 1055 с.

Статьи из сборников

Бакаева, О. Ю. Таможенные органы РФ как субъекты таможенного права [Текст] / О. Ю. Бакаева, Г. В. Матвиенко // Таможенное право. – М.: Юрист, 2010. – С. 51-91.

Статьи из газет и журналов

Арсланов, Г. Реформы в Китае: Смена поколений [Текст] / Г. Арсланов // Азия и Африка сегодня. – 2009. - №4. – С. 2-6.

Громов, В. Россия и Европа [Текст] / В. Громов // Известия. – 2012. – 2 марта. – С. 2.

Описание официальных документов

О базовой стоимости социального набора: Федеральный Закон от 4 февраля 1999 № 21-ФЗ [Текст] // Российская газета. – 1999. – 11.02. – С.4.

Описание электронных ресурсов

Нераспространение оружия массового уничтожения: план действия «группы восьми», Эвиан, 1-3 июня 2003 г. [Электронный ресурс] // Министерство иностранных дел [Офиц. сайт]. URL: <http://www.mid.ru> (дата обращения: 21.05.2012).

Правила оформления ссылок

- важным моментом при написании курсовой работы является оформление ссылок на используемые источники. При использовании в тексте информации из источника, описание которого включено в список используемых источников, в тексте работы необходима библиографическая ссылка;
- библиографическая ссылка – это соответственное описание источника цитат, ее назначение – указать на источник используемого материала;
- **оформление ссылок** (ГОСТ Р 7.05-2008) на использованные литературные источники следует приводить в тексте в квадратных скобках. Например: [15, С. 22].

Правила оформления приложений

Приложения размещают в конце курсовой работы, располагая их в порядке появления ссылок в тексте. Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху посередине страницы слова «Приложение». Приложение должно иметь содержательный заголовок, который записывают симметрично относительно текста с прописной буквы отдельной строкой. Если в работе более одного приложения, их последовательно обозначают буквами (за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ъ, Ы, Ь) в алфавитном порядке (нумеруют), например: ПРИЛОЖЕНИЕ А, ПРИЛОЖЕНИЕ Б и т.д.

Когда курсовая работа полностью оформлена, она сшивается в соответствии с требуемой структурой.

5. ПОДГОТОВКА К ЗАЩИТЕ И, ЗАЩИТА КУРСОВОЙ РАБОТЫ И КРИТЕРИИ ЕЕ ОЦЕНКИ

Основные критерии оценки курсовой работы вытекают из предъявляемых к ней требований. Такими критериями являются :

- 1) Степень усвоения студентом понятий и категорий по теме курсового исследования.
- 2) Самостоятельность, творческий подход к рассматриваемой проблеме.
- 3) Использование новейшего фактологического и статистического материала.
- 4) Умение формулировать основные выводы по результатам анализа конкретного материала.
- 5) Грамотность, логичность в изложении материала
- 6) Правильность и аккуратность оформления.
- 7) Использование достаточного количества научной литературы, в том числе на иностранных языках.

Оценка курсовой работы.

Аттестация курсовых работ входит в состав промежуточной аттестации студентов. Курсовая работа в рамках дисциплины оценивается зачетом с оценкой по пятибалльной системе до сдачи экзамена.

Курсовая работа должна быть написана в сроки, устанавливаемые кафедрой. Работу, которую преподаватель признал неудовлетворительной, возвращается для переработки с учетом высказанных в отзыве замечаний. Студент, не сдавший курсовую работу в срок, считается имеющим академическую задолженность и не допускается к сдаче экзамена по данной дисциплине.

Курсовая работа при условии наличия всех ее структурных частей (введения, глав, заключения и списка литературы) в отведенные для этого сроки может быть отдана научному руководителю на проверку с возможностью последующей доработки (устранения замечаний). Научный руководитель возвращает курсовую работу на доработку с указанием конкретных замечаний или направлений существенного улучшения курсовой работы, либо принимает курсовую работу к защите.

В случае представления курсовой работы преимущественно реферативного характера, в которой не удастся выделить личный вклад автора, либо сдачи курсовой работы, в которой не выполнены основные требования к содержанию, структуре и оформлению курсовая работа не рассматривается, а возвращается с указанием данных причин на доработку.

Курсовая работа сдается научному руководителю с возможностью ее доработки только один раз.

В случае возврата научным руководителем курсовой работы с замечаниями, ее доработка осуществляется в отведенные сроки. Если часть сделанных замечаний не понятна студенту ему настоятельно рекомендуется лично прийти на консультацию к научному руководителю для их разъяснения. После устранения сделанных замечаний курсовая работа сдается руководителю для окончательной проверки и оценивания. Обязательно при этом прикладывается список сделанных на предыдущем этапе научным руководителем замечаний. Студент может отказаться от устранения сделанных замечаний, если его курсовая работа может претендовать на положительную оценку.

Выполненная студентом курсовая работа, содержащая все необходимые структурные части, подшивается (скрепляется), подписывается студентом и сдается на кафедру (научному руководителю) для проверки в установленные для этого сроки. Курсовые работы, оформление которых не соответствует принятым стандартам, на проверку не принимаются.

По всем сданным на окончательную проверку и принятым к защите курсовым работам научным руководителем выставляется предварительная оценка.

Предварительная оценка не является окончательной и учитывается при защите курсовой работы в целях выставления итоговой оценки.

По всем курсовым работам, принятым к защите, в установленные сроки проводится защита. Защита курсовой работы производится по решению кафедры при непосредственном участии руководителя курсовой работы, в присутствии студентов группы и возможным привлечением других членов кафедры. Защита курсовой работы включает доклад студента по выполненной теме с использованием слайдов, графиков и других наглядных пособий и ответы на вопросы, задаваемые присутствующими на ней лицами.

Защита представляет собой устное собеседование, по результатам которого определяется уровень знаний автора по теме курсовой работы, а также по объекту и предмету исследования, умение автора ясно и обоснованно излагать свои мысли и отвечать на вопросы. Слово «защита» подразумевает, что автор в ходе устного собеседования защищает (обосновывает) свою точку зрения на

рассматриваемые вопросы и полученные им в курсовой работе выводы и результаты.

Итоговая оценка за курсовую работу определяется с учетом уровня защиты и оценки за текст курсовой работы, поставленной научным руководителем, и проставляется в зачетную книжку и в ведомость. Неудовлетворительная оценка за текст курсовой работы означает не допуск к защите и необходимость доработки курсовой работы до приемлемого состояния, неудовлетворительная оценка за защиту курсовой работы означает необходимость писать новую курсовую работу по новой теме.

Критерии оценки текста курсовой работы:

1. Степень усвоения студентом понятий и категорий по теме курсового исследования
2. Выполнение курсовой работы в установленные сроки;
3. Соответствие оформления основным требованиям;
4. Умение грамотно формулировать проблему курсовой работы, свои мысли и выводы, соответствие структуры работы ее задачам;
5. Качество изучения теоретических аспектов темы, умение работать с литературой, излагать различные точки зрения, проведение критического анализа;
6. Качество проведенного анализа и его соответствие поставленным целям и задачам;
7. Наличие и глубина авторского вклада в решение поставленных целей и задач.

По итогам защиты выставляется дифференцированная оценка.

Оценка *«отлично»* ставится в том случае, если:

- студент полностью раскрыл теоретические основы темы курсовой работы.
- студент свободно владеет теоретическим и практическим материалом по теме курсовой работы;
- студент обобщил теоретический и практический материал, сформулировал заключительные положения, сделал выводы;
- курсовая работа успешно защищена: умело и грамотно построен доклад, даны грамотные ответы на вопросы преподавателя;

Оценка *«хорошо»* ставится в том случае, если:

- студент достаточно полно раскрыл теоретические основы темы курсовой работы;
- студент владеет теоретическим материалом по теме исследования, но при ответах на вопросы бывает не точен и не верен;
- студент способен выявить и сформулировать одну проблему предприятия;
- имеются отдельные мелкие недочеты по тем или иным аспектам курсовой работы;
- студент правильно оформил курсовую работу и своевременно сдал ее научному руководителю на проверку;

- студент подготовил хорошее выступление, дал ответы на большинство вопросов во время защиты курсовой работы.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится в том случае, если:

- структура и оформление курсовой работы в основном соответствуют установленным требованиям, но есть недочеты;
- студент слабо ориентируется в том, о чем докладывает;
- выступление на защите плохо структурировано;
- есть ошибки в ответах на вопросы преподавателя.

Оценка *«неудовлетворительно»* выставляется, если:

- тема работы не раскрыта;
- выводы и рекомендации носят декларативный характер;
- у преподавателя есть много замечаний;
- при защите студент затрудняется ответить на поставленные вопросы по теме, не знает теории вопроса, при ответе допускает существенные ошибки.

Оценка *«отлично»*: убедительно доказал сформированность компетенций, предусмотренных ФГОС.

Оценка *«хорошо»*: доказал сформированность компетенций, предусмотренных ФГОС.

Оценка *«удовлетворительно»*: вызвал сомнения о сформированности некоторых компетенций, предусмотренных ФГОС.

Оценка *«не удовлетворительно»*: не доказал сформированность некоторых компетенций, предусмотренных ФГОС.

6. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература

1. Соловьев, Б. А. Маркетинг: учебник [Текст] / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. - М.: Инфра-М, 2013. - 384 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003647-2
2. Годин, А. М. Маркетинг: учебник [Электронный ресурс] / А. М. Годин. – 8-е изд., перераб. И доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2009. – 672с. <http://e.lanbook.com/view/book/924/>
3. Григорьев, М. Н. Маркетинг: учебник [Электронный ресурс] / М. Н. Григорьев. – 3-е изд. Перераб. И доп. – М.: Издательство Юрайт, 2011. – 448с. – серия: Основы наук. <http://e.lanbook.com/view/book/936/>
4. Романов, А. А. Маркетинг: Учебное пособие [Электронный ресурс] / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 440 с. <http://e.lanbook.com/view/book/3565/>

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Кондратенко, Н. М. Маркетинг: учебник [Электронный ресурс] / под общ. ред. проф. Н. М. Кондратенко. - М.: Издательство Юрайт; ИД Юрайт, 2011. - 540 с. - (Основы наук). <http://e.lanbook.com/view/book/1012/>
2. Котова, О. Н. Маркетинг: тексто-графический электронный учебно-методический комплекс [Электронный ресурс]/ О. Н. Котова, А. В. Старикова, Е. А. Завьялова; ФГУП НТЦ «Информрегистр», РС№22898, 2011. <http://edu.kemsu.ru>
3. Котова, О. Н. Практикум по маркетингу [Текст]: учеб. пособие / О. Н. Котова, А. В. Старикова, 2010. - 148 с.
4. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»

Интернет-ресурсы

http://www.marketing.rbc.ru	Портал компании РосБизнесКонсалтинг, включает результаты маркетинговых исследований товарных рынков и рынков услуг, регионов, в помощь маркетологу – бесплатные шаблоны для проведения исследований, новости.
http://www.bkg.ru	Раздел «Статьи» общетеоретические по маркетингу и брендингу и практические по организации продаж, ведению переговоров и др.
http://www.e-executive.ru	Портал профессионального сообщества менеджеров, включает результаты маркетинговых исследований рынков, публикации по маркетингу.
http://www.marketing.spb.ru	Энциклопедия маркетинга, представлены маркетинговые исследования товарных рынков, рынков промышленных товаров, услуг, книги и статьи по маркетингу и др.
http://www.retail.ru/news/ http://www.creatiff.ru/	Новости розничной торговли Портал рекламистов
http://www.btl.ru	Сайт Российской ассоциации стимулирования сбыта, включает статьи, интервью специалистов по вопросам BTL - коммуникаций

<http://www.marketing-mix.ru>

<http://www.4p.ru>

Материалы по теоретическим и практическим вопросам маркетинга
Электронный журнал по маркетингу, включает статьи по вопросам теории и практики маркетинга, готовые маркетинговые исследования рынков товаров и услуг и др.

7.ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Курсовая работа выполняется в рамках часов, отведенных для изучения дисциплины «Маркетинг», защита курсовой работы обязательно проводится до экзамена по дисциплине. Основные положения курсовой работы могут быть доложены на научных студенческих конференциях различного уровня.

Образец оформления титульного листа курсовой работы

Министерство образования и науки РФ

КЕМЕРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра «Маркетинга»

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине
«Маркетинг»

на тему: _____

студента (ки) гр. _____ ФИО: _____

Направление 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) Маркетинг

Научный руководитель:

Кемерово 201_

Примерная тематика курсовых работ

1. Маркетинговая деятельность компании как объект управления.
2. Современные проблемы и особенности развития маркетинговой деятельности.
3. Влияние факторов внутренней среды организации на маркетинговую деятельность .
4. Влияние факторов внешней среды организации на маркетинговую деятельность.
5. Ключевые концепции маркетинга и их связь с уровнем конкурентоспособности компании.
6. Особенности управления целевым рынком и технология сегментации: принципы, подходы, инструментарий.
7. Эффективность и недостатки различных вариантов выбора целевого рынка.
8. Стратегии позиционирования: сущность, особенности реализации, связь с имиджем компании.
9. Маркетинговая стратегия для целевого сегмента.
10. Маркетинговые исследования: этапы, виды , методы и инструменты проведения.
11. Методы сбора и анализа маркетинговой информации: эффективность и недостатки.
12. Маркетинговая информационная система и маркетинговая информация в структуре общего управления компанией.
13. Управление товарным ассортиментом компании : варианты стратегий и их эффективность.
14. Жизненный цикл товара: сущность, основные этапы, связь с жизненным циклом и стратегиями компании
15. Товарная политика в системе комплекса маркетинга: сущность, инструменты, особенности реализации и управления.
16. Новые товары на рынке: виды, процесс создания генерации идей и их коммерциализация, подходы к оценке результативности. Инновационная товарная политика
17. Товарные знаки – нематериальный актив компании: сущность, атрибуты, подходы к оценке, технологии создания и развития, защита исключительных прав.
18. Упаковка товара в системе товарной политики: сущность, маркетинговая роль, подходы к управлению.
19. Качество товара: сущность, значение, характеристика показателей, маркетинговые аспекты управления качеством .
20. Моделирование потребительского поведения: подходы к анализу, сравнительные преимущества и недостатки.
21. Удовлетворенность клиентов как фактор конкурентоспособности компании сущность удовлетворенности, ее связь с лояльностью, подходы к оценке.

22. Программы лояльности для целевого рынка: виды, этапы создания, подходы к оценке эффективности.
23. Коммуникационная политика компании : корпоративные коммуникации и их связь с маркетинговой деятельностью.
24. Коммуникационная политика компании : комплекс продвижения товара в системе комплекса маркетинга, инструменты и современные тенденции коммуникаций с покупателем.
25. Современные аспекты государственного регулирования коммуникационной политики: защита деловой репутации фирмы, нормативные и специальные требования в области рекламы.
26. Ценовая политика в системе комплекса маркетинга: сущность, маркетинговое значение, характеристика и эффективность различных подходов к ценообразованию.
27. Управление сбытом в организации: выбор каналов распределения продукции, стратегии продаж, организация продаж
28. Организационная структура маркетинговой деятельности: типы структур и критерии выбора.
29. Организация маркетингового планирования: система планирования, маркетинговые цели, варианты стратегий и особенности выбора.
30. Организация маркетингового планирования: миссия организации , стратегические цели маркетинга, тактическое и оперативное планирование
31. Мерчендайзинг: сущность, задачи, технологии.
32. Инновационные формы маркетинга: виды, преимущества и недостатки.
33. Роль личных продаж в маркетинге.
34. Вербальные и невербальные коммуникации в ПР деятельности
35. Ярмарки и выставки как форма маркетинговых коммуникаций.
36. Некоммерческий маркетинг.
37. Информационный маркетинг.
38. Маркетинг в сфере услуг.