Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова»

УТВЕРЖДАЮ
декан факультета
экономики и управления
_____ Л.М. Шаповалова
«___» _____ 2020 г.

Учебно-методическое пособие

по написанию, оформлению и защите курсовых работ

по дисциплине «Маркетинг»

для студентов направления 38.03.02 –Менеджмент

Программа подготовки бакалавра

Очная и заочная форма обучения

Владикавказ 2020

ББК 65.05

Рекомендовано к изданию
методическим советом факультета Экономики и управления
ФГБОУ ВО «СОГУ им. К.Л.Хетагурова»

Бекмурзаева З.Х., Наниева Л.В. Учебно-методическое пособие по написанию, оформлению и защите курсовых работ для студентов направления 38.03.02 –Менеджмент

Научный редактор – кандидат экономических наук, доцент Хурумова Т.Г.

Рецензент - кандидат экономических наук, доцент Кучиева И.Х.

Учебно-методическое пособие по написанию, оформлению и защите курсовых работ предназначено для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 - Менеджмент (бакалавриат).

Данное пособие призвано облегчить студентам работу по написанию курсовых работ. Его задача – научит их работать с литературными источниками, ознакомить с методикой подготовки к исследовательской работе, ее планированием и выполнением, дать рекомендации по сбору и обобщению фактического материала и правильного оформления курсовой работы.

Содержание

1. **Общие положения**
2. **Требования к содержанию курсовой работы**
3. **Структура курсовой работы**
4. **Содержание курсовой работы**
5. **Требования к оформлению курсовой работы.**
6. **Примерная тематика курсовых работ**

1. Общие положения.

Курсовая работа является важнейшим видом учебной и научной деятельности студента. Курсовая работа - это исследовательское по своему характеру сочинение, оформленное в соответствии с общими требованиями и правилами. Написание курсовой работы расширяет и углубляет знания студента по той или иной дисциплине, способствует более глубокому овладению теорией, формирует у него навыки самостоятельной творческой работы.

Подготовка такой работы ставит своей целью систематизировать, закрепить и расширить научно-теоретические, методические и практические знания и показать умение применять эти знания при решении конкретных практических задач производственной и торговой деятельности предприятия. Студент имеет возможность предложить новые решения и показать способность к творчеству, а также продемонстрировать умение описывать свои наблюдения, делать обоснованные выводы и аргументированно их доказывать.

Выполнение курсовой работы предусмотрено учебным планом и является одним из этапов подготовки студентов бакалавров. Материал, полученный студентом в

процессе исследования, может быть использован при подготовке научного доклада на конференцию, написания научной статьи или подготовке дипломного проекта.

Целью курсовой работы является систематизация, закрепление и расширение теоретических знаний, практическое выполнение студентами одного из видов исследований маркетинга, развитие аналитических навыков, овладение элементами самостоятельной исследовательской работы.

Курсовая работа, выполняемая студентом под руководством ведущих преподавателей в области маркетинга, предполагает изучение информационных и нормативных источников, фундаментальной научной литературы, методической литературы, монографий, статей в периодических изданиях.

Качество выполнения студентом курсовой работы будет свидетельствовать об уровне его специальной теоретической подготовки и практических навыков анализа экономической ситуации на рынке и принятия верного управленческого решения в области маркетинга.

Задачи курсовой работы:

- обоснование актуальности и значимости темы работы
- расширение и закрепление теоретических знаний, полученных при изучении дисциплин курса;
- обеспечение четкой взаимосвязи теоретических и практических аспектов поставленной проблемы при обосновании практической направленности рекомендаций и предложений, разработанных студентами в работе;
- обобщение полученных в результате проведенных исследований материалов и формулирование выводов и рекомендаций на основе самостоятельного анализа научных и методических источников.
- формирование навыков самостоятельной работы при обработке и анализе научной литературы и других источников по теме работы;
- освоение методов научного исследования;
- развитие аналитических способностей, умений структурировать материал и делать обоснованные выводы и рекомендации по рассматриваемой проблеме;
- формирование умений оценивать ситуацию и делать предложения по принятию управленческих решений;

- формирование навыков исследования, которые потребуются при выполнении выпускной квалификационной работы.

Тематика курсовых работ разрабатывается преподавателем дисциплины и утверждается на заседании кафедры.

Тема курсовой работы, выбирается из тематики, рекомендованной кафедрой.

Студенту предоставляется право выбора темы. Причем студент должен предложить свою тему курсовой работы. Существенную помощь в сборе темы оказывает ознакомление с обзорами отечественной и зарубежной литературы.

На последующих консультациях преподаватель разъясняет вопросы, вызывающие у студента затруднения, корректирует и утверждает план выполнения работы, оказывает помощь в выработке методики проведения исследования и выборе литературы, дает консультации по возникающим в процессе подготовки курсовой работы вопросам.

Курсовая работа пишется самостоятельно, доступным, стилистически грамотным языком, в соответствии с требованиями, предъявляемыми к ее написанию и оформлению.

Курсовую работу студент выполняет под руководством преподавателя. Руководитель помогает студенту оценить возможные варианты решений, но выбрать решение – задача студента.

Руководитель оказывает научную и методическую помощь, систематически контролирует выполнение работы, вносит определенные коррективы, дает указание о целесообразности принятия того или иного решения. Он помогает разработать план курсовой работы; рекомендует необходимую литературу, справочные, статистические и другие источники по данной теме; проводит предусмотренные консультации; проверяет содержание выполненной работы.

В курсовой работе должны быть широко использованы первоисточники: статистические данные, справочные материалы, материалы периодической печати и др., в зависимости от специфики изучаемой проблемы, применение которых оформляется в виде постраничных сносок. Статистический и графический материал рекомендуется приводить как в тексте в виде таблиц и рисунков, так и оформлять в

виде приложений с обязательным указанием источника информации, графический материал и таблицы необходимо сопровождать краткими выводами.

Курсовая работа выполняется на конкретных практических материалах предприятия (организации). Рассматриваемые в ней вопросы должны носить проблемный характер. Пути, способы их исследования могут различаться в зависимости от формы, вида и типа маркетинговых исследований, специфики поставленной в теме проблемы.

Выполняя курсовую работу, студент формирует навыки самостоятельной работы с экономической литературой, цитирования и ссылок на источники, умения грамотно, стройно и логически обоснованно излагать свои идеи, мысли, обобщать расчеты, строить графики, таблицы, диаграммы.

2. Требования к содержанию курсовой работы:

1. Курсовая работа должна:

• носить характер самостоятельного исследования, выполненного лично студентом;

• представлять собой научную разработку конкретной практической проблемы;

• базироваться на фундаментальных трудах исследователей общих и специальных вопросов теории и практики;

• содержать конкретные научные выводы и предложения по дальнейшему развитию исследуемой проблемы;

• иметь все необходимые и неотъемлемые атрибуты и соответствующую структуру (введение, 2-3 главы (вопроса), заключение, список используемых источников, приложения), научный аппарат (цели, задачи, методы), ссылки на источники, рисунки (схемы, графики, диаграммы), таблицы, приложения и т.п.).

2. При разработке темы дискуссионного характера, имеющей различные трактовки в научной литературе и, соответственно, различные, а иногда и прямо противоположные решения, студенту следует привести основные точки зрения (концепции), сопроводив их аргументацией, как сторонников, так и противников каждой, ссылаясь на источники. На основании проведенного анализа студент обязан высказать собственный взгляд на проблему, аргументировав его.

3. При выполнении курсовой работы студент обязан использовать самые современные материалы по исследуемому предмету, опубликованные в печати (не старше пяти лет с момента издания).

4. Плагиат при выполнении курсовой работы запрещается.

3. Структура курсовой работы

Любая курсовая работа имеет свои отличительные особенности, вытекающие из своеобразия объекта исследования, наличия и полноты источников информации, глубины знаний студентов, их умений и навыков самостоятельной работы. Вместе с тем, каждая курсовая работа должна быть построена по общей схеме на основе данных методических указаний, отражающих современный уровень требований государственного стандарта к подготовке специалистов экономических специальностей.

Курсовая работа должна включать три основных блока- это изложение теоретического материала по изучаемой проблематике, изучение, анализ и получение выводов по практическому использованию управленческих технологий на предприятиях, в фирмах, компаниях или организациях, а также формирование рекомендательной части работы, сделанной студентом на основании проведенного исследования.

Первым этапом подготовки курсовой работой является подбор литературы, в ходе которого студенты выявляют все (или максимально доступные) документальные и аналитические материалы по проблеме, и составление плана курсовой работы. От грамотно составленного плана зависит и содержание курсовой работы.

В ходе второго этапа происходит сбор документов и исследовательских материалов.

Третий этап включает в себя структурирование собранного материала, его четкую и логическую организацию.

Наконец, четвертый этап подразумевает собой написание самого текста работы.

Курсовая работа должна включать:

1.Титульный лист

2. Оглавление

3. Введение;

4. Основную часть(две-три главы);

5. Заключение;

6. Список используемой литературы;

7. Приложения (при необходимости).

Очень часто студенты не придают большого значения написанию введения и заключения, что является грубой ошибкой, так как во многом именно эти части работы показывают качество работы в целом.

4. Содержание курсовой работы

Введение отражает понимание студентом проблемы и ее места в развитии исследуемого предприятия, поэтому во введении необходимо:

1) обосновать актуальность выбранной темы;

2) определить цель работы, а также задачи, решение которых позволяет достичь цели (как правило, это делается в форме перечисления: «изучить...», «рассмотреть...», «раскрыть...», «установить...», «выявить...», «проанализировать...», «обосновать...», «выработать...», «сформулировать рекомендации...»);

3) охарактеризовать степень теоретической и методологической разработанности темы курсовой работы;

4) выделить объект и предмет изучения

5) определить практическую направленность курсовой работы, с указанием объекта исследования, на материалах которого выполняется курсовая работа.

Во введении, если это необходимо, может быть приведен аналитический обзор литературы по исследуемому вопросу с краткими выводами.

Объем введения и заключения для курсовой работы - до 3 страниц.

Основная часть состоит, как правило, из нескольких глав (вопросов) (теоретических и практических).

Теоретическое обоснование предусматривает формулировку основных понятий, касающихся проведения исследований, раскрытие их социально-экономического

содержания, анализ научных источников по поставленной проблеме. Тем самым создается теоретическая основа для разработки дизайна и плана будущего исследования. Во всех случаях слует отбирать только последние данные, выбирать самые авторитетные источники; там, где это необходимо, точно указывать, откуда взяты материалы. Критически следует оценить опубликованные научные работы российских и зарубежных авторов, особенно если в них излагаются разные точки зрения. Эта часть может носить полемический характер. Закончить теоретическое обоснование проблемы следует краткими выводами. По своей структуре эта часть работы должна содержать один – два параграфа общим объемом до 10-20 страниц печатного текста.

Блок практический исследований студента должен содержать вопросы, предусмотренные в плане курсовой работы. Приводится анализ собранных материалов, характеризующих практическую сторону объекта исследования. Анализ сопровождается таблицами, схемами, диаграммами, и другими материалами, иллюстрирующими какие-либо процессы на исследуемом предприятии. При описании практического блока необходимо использовать статистические, экономико-математические методы исследования.

Приступая к обработке собранного фактического материала, студент должен прежде всего отобрать факты, заслуживающие использования в работе. Для этого необходимо анализировать и оценивать собранный материал с точки зрения того, насколько точны и достоверны факты, удачны ли приведенные примеры, типичны ли они для данного явления, выражают ли они главное или второстепенное.

Анализ объекта исследования делается, как правило, за три последних года. Практический блок должен занимать примерно 35-40% общего объема работы. В случае, если рекомендательная часть входит в состав практического блока, то до 50%.

Рекомендательная часть курсовой работы, может быть представлена самостоятельной главой или параграфом, либо быть описанной в конце практического блока исследований. Как правило, студент приводит самостоятельно подготовленные и обоснованные направления, технологии или рекомендации управленческого характера по развитию предприятия.

Заключение является логическим завершением курсовой работы и должен содержать основные выводы по всем четырем главам работы, начиная от теоретического обоснования и заканчивая практическими предложениями.

В заключении необходимо отразить степень решения задач курсовой работы, поставленных во введении к ней, полученные результаты; указывается, где и каким образом применение рекомендаций может принести практическую пользу в области внедрения и совершенствования деятельности рассмотренного предприятия (организации).

Подбор литературы по теме курсовой работы.

После выбора темы курсовой работы необходимо ознакомиться с опубликованной по данной теме литературой. Хорошо составленный список литератур даже при беглом обзоре заглавий источников помогает охватить тему в целом. На ее основе возможно уже в начале исследования уточнить план.

При работе с учебной литературой необходимо обращать внимание на дату издания того или иного учебника, т.к. содержащиеся в них сведения могут быть неактуальными.

При написании курсовой работы студенты должны изучить нормативные документы по рассматриваемой теме, а также периодические издания и электронные ресурсы (Интернет). Особо внимание необходимо обратить на публикации в специализированных газетах и журналах. В курсовой работе необходимо делать ссылки на используемые источники, в том числе в виде цитат. В этом случае по тексту в квадратных скобках указывается порядковый номер книги по списку литературы. Если же приводится цитата, то дополнительно после порядкового номера источника указывается и страница, на которой расположена цитата. Например: при ссылке на источник вообще: - [11]; при ссылке на цитату - [11,с.45] или [11,с.45-57]. Удобно делать ссылки внизу страницы. В этом случае источник указывается полностью на каждой странице. Весь цифровой материал необходимо сопровождать ссылками на источники.

Приложения. В приложении следует размещать большие таблицы, громоздкие графики и схемы, промежуточные расчеты, анкеты, фотографии и другой презентационный материал.

Приложения к курсовой работе не входят в основной объем страниц. Каждое приложение в порядке очередности в соответствии с текстом курсовой работы оформляется на отдельном листе. В тексте делается ссылка на приложение. Нумерация приложений оформляется римскими цифрами.

5. Требования к оформлению курсовой работы.

Объем курсовой работы рекомендован в пределах 25 - 35 страниц машинописного текста, исключая список используемых источников и приложения. Основные параметры:

• текст курсовой работы печатается на одной стороне стандартной белой бумаги формата А 4 (размер 210х297 мм);

• при компьютерной печати используется 14 шрифт, через 1,5 интервала (28-30 строк на одной странице), ширина строки - 60-65 знаков (считая каждый знак препинания и пробел между словами также за печатный знак), с использованием автоматического переноса;

• размер полей страницы: левое - 30 мм, правое - 15 мм, верхнее и нижнее – 20 мм;

• заголовки печатаются по центру страницы. Точки в конце заголовков не ставятся. Введение, заключение, каждая глава (вопрос), список используемых источников и приложения начинаются с новой страницы;

• размер абзацного отступа («красная строка») - 1,5 см.;

• цифру, обозначающую порядковый номер страницы, ставят с права или по центру внизу поля страницы. Первой страницей является титульный лист, второй оглавление. На титульном листе и на оглавлении номер страницы не ставится. *Нумерация начинается с листа введения.* Курсовая работа имеет сквозную (единую) нумерацию, включая список используемых источников и приложения;

• на все использованные в работе литературные источники делаются ссылки. Название литературного источника в списке оформляется в соответствии с ГОСТ 7.1 - 2003 «Библиографическое описание документа. Общие требования и правила составления»:

- при цитировании или использовании каких-либо положений из других работ даются ссылки на автора и источник, из которого заимствуется материал;

• список используемых источников (не менее 15 источников не старше 5 лет (за исключением основополагающих теоретических трудов);

• работа сдается в сшитом виде (*папка для скоросшивателя с прозрачной обложкой*).

Все главы должны быть пронумерованы римскими цифрами, параграфы арабскими, иметь заголовки, соответствующие содержательной части. Все иллюстрации именуются рисунками и должны иметь название. Нумеруются рисунки последовательно в пределах всей работы.

Курсовая работа сдается студентом на кафедру. Документовед кафедры фиксирует сдачу работы в журнале и отдает преподавателю на проверку.

Срок сдачи и порядок защиты курсовой работы.

Курсовая работа представляется научному руководителю на проверку за две недели до защиты. Если курсовая работа удовлетворяет предъявляемым к ней требованиям, то научный руководитель рекомендует ее к защите. Защиту принимает комиссия из ведущих преподавателей кафедры.

Сроки защиты устанавливаются деканатом. На защиту студент готовит устный доклад до 5 минут, при необходимости иллюстративный (наглядный) материал (таблицы, графики, диаграммы, схемы) или компьютерную презентацию. В ходе защиты уточняются знания студента, а также определяется степень самостоятельности выполнения работы и на этой основе выводится окончательная оценка. Студент должен быть готов к ответу на любой вопрос в пределах темы курсовой работы.

Если есть замечания, требующие исправления или дополнения работы, то студент после внесения исправлений может быть допущен к повторной защите.

Важным фактором, учитываемым при защите курсовой работы и выставлении оценки, является участие студента в научной работе по дисциплине.

6. Примерная тематика курсовых работ по дисциплине «Маркетинг»

1. Анализ и оценка спроса продовольственных товаров (или любой группы товаров).
2. Анализ и оценка спроса промышленных товаров (или любой группы товаров).
3. Изучение требований потребителей к конкретному товару.
4. Анализ перспектив развития рынка продовольственных (промышленных) товаров.
5. Изучение сегментов рынка товаров (вид или группа товаров).
6. Составление программы маркетинга для предприятия (или ее раздела).
7. Исследование конкурентоспособности товара.
8. Изучение конкурентоспособности фирмы.
9. Анализ емкости и конъюнктуры рынка товара.
10. Стратегическое планирование в программе деятельности предприятия.
11. Разработка маркетингового раздела бизнес-плана предприятия.
12. Изучение требований потребителей к товару предприятия (фирмы).
13. Система маркетинга и права потребителей.
14. Изучение внешней среды предприятия.
15. Исследование внутренней среды предприятия.
16. Моделирование покупательского поведения потребителей.
17. Изучение организаций – потребителей товаров фирмы.
18. Управление формированием ассортимента на предприятиях.
19. Изучение товаров-новинок на предприятии.
20. Товарный знак и его роль в формировании места предприятия на рынке.
21. Брендинг и его особенности на российском рынке.
22. Стандартизация и стратификация в системе обеспечения качества товара.
23. Формирование ценовой политики предприятия.
24. Использование стимулирующей роли цены в стратегии развития предприятия.
25. Выбор канала распределения предприятием как фактор совершенствования сбытовой политики предприятия.
26. Логистика на предприятии.
27. Разработка сбытовой программы предприятия.

28. Состояние розничной торговли РСО-Алания и ее перспективы.

29. Состояние розничной торговли г.Владикавказ и ее перспективы.

30. Лизинг как форма сбыта продукции.

31. Система маркетинговых коммуникаций предприятия.

32. Анализ рекламной деятельности предприятия.

33. Изучение методов стимулирования сбыта на предприятии.

34. Анализ деятельности рекламного агентства.

35. Разработка плана рекламы на предприятии.

36. Организация сервисного обслуживания на предприятии.

37. Организация и проведение рекламной кампании.

38. Совершенствование управления маркетинга на предприятии.

39. Проблемы организаций и функционирования служб маркетинга на предприятии.

40. Роль выставок и ярмарок в системе маркетинговых коммуникаций.

41. Всемирная сеть «ИНТЕРНЕТ» в развитии массовой коммуникации и рекламы.

42. Маркетинг в деятельности международных фирм.

43. Маркетинг в сфере услуг.

44. Маркетинг на рынках интеллектуального продукта.

45. Биржевая деятельность и маркетинг биржевых услуг.

46. Некоммерческий маркетинг и его роль в пропаганде общественной значимости государственных, региональных и муниципальных структур.

47. Маркетинг в области информационных технологий.

48. Информационное обеспечение процесса принятия решений в маркетинге.

49.Развитие франчайзинговой системы в России.

50.Роль рекламы в продвижении товара на рынок.

51.Формирование имиджа фирмы.

52.Жизненный цикл товара в маркетинговой деятельности предприятия.

53.Изучение методов стимулирования сбыта на предприятии.

54.Проблемы современного рынка России и возможности маркетинга в их решении.

55.Современные концепции маркетинга и проблемы адаптации на рынке России.

56.Социально-этический маркетинг как основа отношений интересов предприятий и общества.

57.Прямой маркетинг и личные продажи как факторы конкурентоспособности предприятия.

58.Современные розничные торговые предприятия и их роль в обеспечении взаимодействия товара и покупателя.

59.Логистика на предприятии.

60.Система маркетинговых коммуникаций предприятия.

61.Торговая политика предприятия: мерчендайзинг.

62.Анализ деятельности рекламного агентства.

63.Организация и проведение рекламной кампании.

64.Состояние розничной торговли в РСО-А и ее перспективы.

65.Современные концепции маркетинга и проблемы адаптации на рынке России.

66. Паблик рилейшинз в деятельности современных предприятий.

67.История развития рекламы и ее роль в формировании современного рынка.

68.Управление формированием ассортимента на предприятии.

69.Некоммерческий маркетинг и его роль в пропаганде общественной значимости государственных, региональных и муниципальных структур.

70.Психологические особенности восприятия рекламы.

Пример оформления оглавления

План

Введение……..3

Глава I. Место маркетинга в системе управления предприятием …….....6

I.1. Маркетинг как философия ведения бизнеса ……..……6

I.2. Главные направления маркетинговой деятельности предприятия…….18

I.3. Современные концепции внутрифирменного управления…….....28

Глава II. Использование маркетинговых технологий участниками рыночных отношений

Глава III. Анализ маркетинговой деятельности ООО «Альда». Основные направления по повышению эффективности деятельности ООО «Альда»……... 64

Заключение…….....79

Литература…….....82

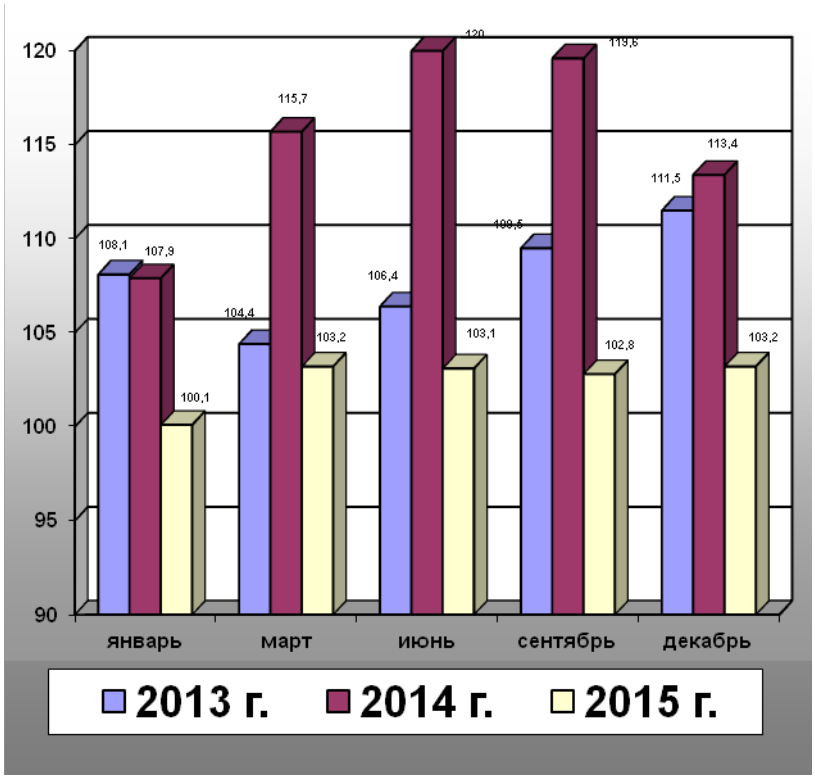

Рис. 2. Динамика инвестиций в основной капитал

Список используемых источников

Нормативно-правовые источники

Учебники, монографии, брошюры

Периодические издания

Электронные ресурсы