

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ В МОСКВЕ»
Autonomous noncommercial organization of higher education
«INTERNATIONAL UNIVERSITY IN MOSCOW»**

ИНСТИТУТ НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Кафедра экономики и управления

УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ В ОРГАНИЗАЦИИ

Методические рекомендации к выполнению курсовой работы

Москва – 2017

Методические указания предназначены для студентов ИНО
Международного университета в Москве, обучающихся направлению 38.03.02
«Менеджмент»

Составитель: доцент Н.А.Онанко

Рекомендованы кафедрой экономики и управления

Протокол № 2 от 05.09. 2017г.

ВВЕДЕНИЕ

Курсовая работа по дисциплине «Управление маркетингом в организации» является самостоятельным творческим исследованием студента, предполагающим углубленное овладение теоретическим материалом, а также проведение исследования и анализ полученных данных. Согласно Федеральным государственным образовательным стандартам высшего образования курсовая работа рассматривается как вид учебной работы по дисциплине и выполняется в пределах часов, отводимых на ее изучение.

Курсовая работа рассматривается как поэтапная форма подготовки выпускной квалификационной работы и выполняется студентом в соответствии с учебным планом.

Основными целями написания курсовой работы студентом-бакалавром является выработка следующих умений:

- подобрать литературу по теме, составить и реализовать научно-обоснованную программу исследования;
- вычлнить предмет и объект исследования, обосновать актуальность рассматриваемой проблемы, сформулировать гипотезу;
- провести исследование, обеспечить обработку экспериментальных данных и их интерпретацию.

Тему курсовой работы студенты выбирают самостоятельно из предлагаемого перечня (см. ПРИЛОЖЕНИЕ 1).

При выборе темы следует учитывать:

- актуальность проблемы в теоретическом и практическом отношении,
- место своей нынешней или предполагаемой в будущем работы;
- собственный интерес к проблеме;
- наличие специальной литературы по исследуемой теме;
- возможность получения соответствующего фактического

материала;

– преемственность курсовой работы с будущей выпускной квалификационной работой.

Курсовая работа бакалавра допускается к защите при уникальности текста работы не менее 60%.

Требования, предъявляемые к курсовой работе, можно объединить в две группы: к содержанию и структуре, к оформлению.

1 ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ И СТРУКТУРЕ

По содержанию курсовая работа носит учебно-исследовательский характер.

Курсовая работа должна:

- отражать новизну рассматриваемой тематики, её актуальность;
- отличаться глубиной изложения, научным подходом и системным анализом существующих в отечественной и зарубежной науке точек зрения;
- содержать четкую формулировку целей, задач и гипотезы, определение предмета и объекта исследования, а также программу эмпирического исследования;
- соответствовать всем требованиям, предъявляемым к оформлению курсовых работ.

Курсовая работа должна обязательно включать в себя:

- теоретическую главу, где студент продемонстрирует свои знания теории вопроса;
- аналитическую (практическую) главу, в которой необходимо показать умение использовать методы экономического анализа для решения поставленных в работе задач и выявленных проблем;
- главу, в которой предлагаются и обосновываются пути решения той или иной проблемы.

Курсовая работа должна содержать аналитические таблицы, графики и диаграммы, наглядно иллюстрирующие расчетный материал, зависимости и динамику.

Объем курсовой работы составляет 20 - 30 страниц печатного текста без учета приложений.

Стандартная структура курсовой работы:

	Примерное количество страниц
СОДЕРЖАНИЕ	1
ВВЕДЕНИЕ	1-2
1 ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ГЛАВА	5-7
2 АНАЛИТИЧЕСКАЯ ГЛАВА	5-8
3 ПРЕДЛОЖЕНИЯ И ИХ ОБОСНОВАНИЯ	5-8
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	2-3
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	1
ПРИЛОЖЕНИЯ	
ВСЕГО:	20-30

Курсовая работа должна иметь титульный лист (см. ПРИЛОЖЕНИЕ 2). Содержание курсовой работы помещается на первой странице сразу после титульного листа. Кроме названных разделов в оглавлении необходимо указывать номера страниц, на которых располагается тот или иной раздел.

1.1. Введение

Во введении раскрывается значение темы, обосновывается её актуальность, определяется объект и предмет исследования, формулируется проблема исследования.

От формулировки научной проблемы и доказательства её актуальности логично перейти к формулировке цели исследования.

Далее необходимо указать на конкретные задачи, которые предстоит решать в соответствии с поставленной целью. Формулировки задач перечисляются в виде списка (изучить..., описать..., установить..., оценить..., охарактеризовать..., проанализировать..., выявить..., обосновать..., определить..., исследовать... и т.п.). Описание решения задач должно составить содержание последующих глав курсовой работы.

Кроме этого, указывается объект исследования - это тот хозяйствующий субъект, деятельность которого исследуется студентом, и предмет исследования - это проблема (процесс), на которую направлено исследование.

1.2. Глава первая (теоретическая)

Первая глава (теоретическая) посвящается обзору современного состояния предмета исследования, и содержит изложение теоретических основ исследуемой проблемы, должны быть раскрыты понятия и сущность изучаемого явления или процесса, уточнены формулировки и др.

Студенту следует аргументировано изложить свою точку зрения на сущность проблем. Особое внимание при написании теоретической главы необходимо уделить использованию цитат из литературных источников для подтверждения высказываемой точки зрения.

Употребляемые определения и термины должны быть общепринятыми. Теоретические положения должны стать основой проведения анализа и разработки предложений и рекомендаций, содержащихся в аналитической (практической) главе.

1.3. Глава вторая (аналитическая)

Аналитическая глава должна содержать краткую характеристику исследуемого объекта и анализ предмета исследования, который проводится на основе конкретных фактических данных.

На основе проведенных аналитических расчетов дается качественная оценка влияния различных факторов и их характеристика. Определяются способы устранения воздействия негативных факторов и усиления роли факторов, оказывающих положительное влияние на тот или иной показатель. Материалы анализа должны служить базой для последующей разработки предложений.

1.4. Глава третья (предложения и их обоснование)

Содержание третьей главы определяется темой исследования, характером предложений и глубиной проведенного во второй главе анализа. Необходимо разработать предложения, реализация которых позволит наметить пути решения выявленных проблем.

Разрабатываемые предложения включают следующие основные моменты: перечень предлагаемых мероприятий и их краткую характеристику; процедуру организации и внедрения предлагаемых мероприятий.

1.5. Заключение

Заключение должно содержать основные выводы и предложения по результатам практической части, перечень разработанных студентом рекомендаций, описание экономической, социальной и научной ценности предложений. Также необходимо описать возможные перспективы дальнейшего изучения проблемы исследования.

1.6. Список использованных источников

Список использованных источников должен содержать 8 – 10 источников, изданных преимущественно в течение последних 5 лет, включать только издания, использованные в работе, т.е. те, которые цитировались, на которые делались ссылки или которые послужили основой для формулирования точки зрения студента.

1.7. Приложения

В приложениях к курсовой работе могут приводиться схемы, графики, таблицы, эмпирические данные и т.д.

2 ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Текст курсовой работы излагается в учебно-научном стиле. Недопустимо использование в тексте личных местоимений, например, «проведенные мною исследования ...», «в заключение я хотел бы отметить...» и др. Следует писать в обезличенной форме: «проведенные исследования позволили установить...», «предлагается...» или «в заключение следует отметить...» и т.п.

Курсовая работа должна быть напечатана на одной стороне листа формата А 4 (210x297). Текст размещается с соблюдением следующих размеров полей: левое поле – 30 мм, правое – 15 мм, верхнее и нижнее – по 20 мм. Тип шрифта Times New Roman. Кегль шрифта 14. Полужирный шрифт не применяется. Межстрочный интервал 1,5. Расстояние между заголовком и текстом должно быть в полтора раза больше межстрочного интервала.

Каждая глава начинается с нового листа (страницы), располагается в середине строки без точки в конце и печатается прописными (заглавными) буквами, без подчеркивания. Расстояние между заголовками глав и текстом – 2 интервала. Переносы слов не допускаются. Нумерация глав должна осуществляться арабскими цифрами (1, 2, 3 и т.д.). При этом слово «глава» не пишется. Не допускается размещать наименование в нижней части страницы, если на ней не более 4–5 строк последующего текста.

Название параграфов набирается 14 кеглем строчными буквами в середине строки, должны иметь порядковую нумерацию в пределах основной ее части и обозначаться арабскими цифрами, например: 1.1, 1.2, 2.1, 3.1, 3.2 и т.д. с последующим пробелом перед заголовком.

Абзацы в тексте начинаются отступом 1,25 см, Выравнивание – по ширине.

Страницы нумеруются арабскими цифрами. Номер страницы проставляют в центре нижней части страницы без точки. Номер страницы на титульном листе не проставляют.

Иллюстрации (рисунки, графики, диаграммы) в тексте должны быть расположены так, чтобы их было удобно рассматривать без поворота. Иллюстрации располагаются после первой ссылки на них. Слово «Рисунок» и наименование иллюстрации помещают после пояснительных данных и располагают посередине строки без точки конце. Иллюстрации обязательно должны быть пронумерованы арабскими цифрами сквозной нумерацией, допускается нумерация в пределах главы (например, Рисунок 2.1 – Структура капитала).

Цифровой материал, как правило, должен оформляться в виде таблицы. Название таблицы начинают с прописной буквы и размещают над таблицей слева без абзачного отступа в одну строку с ее номером через тире следующим образом: Таблица 2.1 – Классификация затрат. Знак № после слова «Таблица» не ставится. Заголовок не подчеркивают. Таблицы нумеруют последовательно арабскими цифрами сквозной нумерацией, допускается нумерация в пределах главы.

Каждая таблица должна содержать единицы измерения. Графу «Номер по порядку» в таблицу включать не допускается.

По общему правилу таблицы не разрываются. Если на странице осталось мало места, то следует продолжать текст, а таблицу перенести на следующую страницу. Стандартом разрешено разрывать таблицы лишь в том случае, если они не помещаются на целой странице. При переносе таблицы на следующую страницу шапка таблицы воспроизводится на новой странице еще раз и над ней помещается надпись: "Продолжение таблицы (ее номер)". Если шапка громоздкая, повторять ее не следует. В этом случае пронумеровывают графы и повторяют их нумерацию на следующей странице. Заголовок таблицы не воспроизводят.

Формулы записываются по центру листа. В формулах в качестве символов следует применять обозначения, установленные соответствующими государственными стандартами. Пояснения символов и числовых коэффициентов, входящих в формулу, если они не пояснены ранее

в тексте, должны быть приведены непосредственно под формулой, с новой строки (начинаться со слова "где" без двоеточия) в той последовательности, в которой символы приведены в формуле. Формулы, за исключением формул, помещаемых в приложении, должны нумероваться сквозной нумерацией арабскими цифрами, которые записывают на уровне формулы справа в круглых скобках. Допускается нумерация формул в пределах раздела.

Список использованных источников представляют в алфавитном порядке в следующей последовательности:

- Официальные законодательные и нормативные акты и документы: кодексы, законы, указы Президента РФ; постановления и решения Правительства РФ; приказы, правила, инструкции и др., издаваемые Министерствами и ведомствами РФ; законы, распоряжения, решения субъектов РФ.

- Литературные источники: учебники, учебно-методические пособия, монографии.

- Периодические издания: журналы, газеты, брошюры.

- Интернет-сайты (например, Официальный сайт Министерства финансов РФ <http://www.minfin.ru>, Справочная информационная система <http://www.consultant.ru>).

Приложение оформляют как продолжение курсовой работы после списка используемых источников. В тексте курсовой работы на все приложения должны быть даны ссылки. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте работы. Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху страницы справа слова «ПРИЛОЖЕНИЕ» и номера арабскими цифрами без точки на конце. Заголовок приложения записывают симметрично относительно текста с прописной буквы отдельной строкой.

Примерный перечень тем курсовых работ

1. Стратегии маркетинга
2. Государственное регулирование маркетинга в России
3. Потребительский рынок и модели покупательского поведения
4. Роль рекламы в маркетинге и отечественный опыт ее использования
5. Комплекс маркетинговых коммуникаций
6. Организация и проведение выставок
7. Организационные структуры управления маркетингом
8. Квалификационные характеристики руководителей, специалистов и технических исполнителей службы маркетинга. Карьера в сфере маркетинга.
9. Методика расчета исходной цены на товар.
10. Методика определения конкурентоспособности организации, товаров.
11. Методы маркетинговых исследований.
12. Техника личной продажи.
13. Методы стимулирования сбыта товаров.
14. Методика определения бюджета рекламной кампании.
15. Определение эффективности рекламы.
16. Методика выбора средств рекламы.
17. Методика разработки плана маркетинга организации.
18. Средства публичных релейшинз.
19. Методика анализа конкурентов.
20. Оценка конъюнктуры рынка.
21. Система оплаты труда торгового персонала.
22. Методика построения схемы позиционирования товаров на рынке.
23. Комплексное исследование рынка товара (услуги).

24. Разработка рекламной кампании фирмы.
25. Разработка программы продвижения товара (услуги).
26. Маркетинг оптовой торговли.
27. Маркетинг розничной торговли.
28. Оптимизация бюджета продвижения организации.
29. Создание службы маркетинга организации.
30. Совершенствование организационной структуры службы маркетинга в организации.

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ В МОСКВЕ»
Autonomous noncommercial organization of higher education
«INTERNATIONAL UNIVERSITY IN MOSCOW»**

ИНСТИТУТ НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Кафедра экономики и управления

Форма обучения: заочная

КУРСОВАЯ РАБОТА

По дисциплине «Управление маркетингом»

На тему: «_____»

Группа _____

Студент

И.О. Фамилия

Преподаватель

И.О. Фамилия

МОСКВА 201_

