

Автономная некоммерческая образовательная организация высшего образования
«Сибирский институт бизнеса и информационных технологий»

УТВЕРЖДАЮ
Ректор

_____ /М.Г.Родионов

«11» января 2021 г.

**Методические материалы по выполнению курсового проекта по дисциплине
«МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ»**

(протокол решения Ученого совета № 4/Д от 11.01.2021 г.)

блок 1 ФГОС ВО часть, формируемая участниками образовательных отношений


Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент

Направленность программы
«Маркетинг»

Форма обучения (год набора)
ОЧНАЯ (2021, 2022)
ОЧНО-ЗАОЧНАЯ (2021, 2022)
ЗАОЧНАЯ (2021, 2022)

г. Омск -2022


Методические материалы по выполнению курсового проекта по дисциплине «Маркетинговые исследования».

Автор: к.э.н., доцент факультета очного обучения  О.М. Борисова
(подпись)

Рецензент: Козлова О.А., д.э.н., доцент, профессор кафедры коммерции и менеджмента ФГБОУ ВО «Нижевартовский государственный университет».

Методические материалы по выполнению курсового проекта рассмотрены руководителем ООП:

Кандидат экономических наук, доцент,
доцент

 О.М. Борисова
(подпись)

Методические материалы одобрены Ученым советом института (протокол № 4/Д от 11 января 2021 г.) (с изменениями и дополнениями от 01 сентября 2021 г., протокол решения УС № 1) (с изменениями и дополнениями от 26.01.2022 г., протокол решения УС № 6).

Нормативно-правовую базу разработки методических материалов по выполнению курсового проекта по дисциплине составляют:

- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. № 970.

- Приказ «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» № 301 от 05.04.2017 г.

- Приказ «Об утверждении порядка перечней специальностей и направлений подготовки высшего образования» № 1061 от 12.09.2013 г.

- Основная профессиональная образовательная программа высшего образования направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата) (направленность программы «Маркетинг»).

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Курсовой проект – это законченное самостоятельное исследование, в котором содержится научно обоснованное решение практической задачи, вытекающее из системного анализа выбранного объекта и предмета, проблемы (ситуации).

Студенты имеют возможность в курсовом проекте использовать знания, полученные ими в процессе обучения по направлению подготовки «Менеджмент».

Обязательное требование при выполнении курсового проекта – это использование фактического материала (актуальных литературных источников, научных статей, статей журналов и газет, сборников материалов конференций и депонированных рукописей), относящегося к теме исследования.

Курсовой проект должен иметь четкое и грамотное изложение с анализом приводимого практического материала, таблиц и схем. В тексте курсового проекта должны быть правильно отражены нормативные документы и практические материалы. Оригинальность постановки и решения конкретных вопросов в соответствии с проблематикой исследования, а также глубина, широта охвата и самостоятельность исследования являются основополагающими критериями оценки качества курсового проекта.

Таблицы, схемы и рисунки должны иметь единую нумерацию в тексте всего курсового проекта с их четким соотнесением к конкретным главам.

Текст курсового проекта должен быть поделен на главы и параграфы. Заголовки глав и параграфов в плане и основном тексте курсового проекта должны быть идентичными.

Студент должен предоставить чистовой вариант курсового проекта для проведения экспертизы преподавателем и принятия решения об оценке работы.

Категорически запрещается использование готовых вариантов курсовых проектов. В случае представления такой работы последняя будет оценена неудовлетворительно.

1. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

Целью подготовки курсового проекта по дисциплине «Маркетинговые исследования» является обучение навыкам проведения маркетингового исследования с использованием различных методов сбора данных, а также разработки на их основе предложений по совершенствованию элементов комплекса маркетинга или отдельных его составляющих для конкретной торговой марки (компании).

Задачи выполнения курсового проекта

- углубление знаний по анализу внутренней и внешней среды организации, закрепление теоретических знаний;
- приобретение практических умений по сбору, обработке и интерпретации маркетинговой и рыночной информации, прогнозированию спроса на товары (услуги).

Руководство курсовым проектом

Руководитель курсового проекта осуществляет следующие функции:

- контролирует качество и широту разработки отдельных разделов работы, выявляя их соответствие заданию;
- составляет отзыв и оценивает законченный курсовой проект.

Задача руководителя – способствовать проявлению творческой инициативы и

самостоятельности студента в решении вопросов курсового проекта.

Если обнаруживается, что предлагаемые варианты решений ошибочны, руководитель может только указать направления, в которых следует работать, но не предлагать готовые решения.

Подпись руководителя на материалах курсового проекта удостоверяет, что курсовой проект соответствует заданию, выполнена самостоятельно и не содержит грубых ошибок.

Алгоритм выполнения курсового проекта

Для успешной организации выполнения работы студенты должны четко представлять себе основные этапы этого процесса и рационально распределять свою деятельность в соответствии с ними:

- 1) Выбор темы.
- 2) Подбор литературы по теме и ознакомление с ней.
- 3) Согласование с научным руководителем предварительного плана курсового проекта.
- 4) Изучение выбранных литературных источников.
- 5) Составление окончательного варианта плана, уточнение формулировки темы.
- 6) Сбор, анализ, обработка и обобщение практических и теоретических материалов.
- 7) Изложение материала, оформление текста курсового проекта.
- 8) Представление курсового проекта научному руководителю.
- 9) Защита курсового проекта.

2.2. Первым этапом подготовки курсового проекта является выбор темы и ее осмысление. Расписанием занятий предусматривается групповая консультация руководителя курсового проекта со студентами. Студент в соответствии со своими профессиональными и научными интересами может выбрать любую тему из предложенных рабочей программой дисциплины, или тема курсового проекта может быть сформулирована студентом самостоятельно и согласована с руководителем курсового проекта. Студенты очно-заочной и заочной формы обучения пишут заявление на выбор темы курсового проекта.

2.3. Приказом ректора утверждается тематика курсового проекта и назначается руководитель работы для очной формы обучения не позднее месяца после начала учебного семестра, для заочной и очно-заочной формы обучения не позднее, чем за месяц до начала сессии.

2.4. По выбранной теме следует подобрать необходимую литературу, изучить ее, выяснив для себя вопросы решенные, дискуссионные и постановочные. В курсовой работе предпочтительнее рассмотреть дискуссионные и постановочные вопросы, где студент может представить различные точки зрения по данному вопросу и выразить свое отношение к дискуссии. В отношении решенных вопросов студент может предложить свое решение наряду с существующим или свой подход к решению, что особенно уместно в курсовом проекте. В качестве библиографических источников могут использоваться законодательные и нормативные акты, монографии отечественных и зарубежных авторов, справочная и научная литература, сведения периодической печати, статистические данные.

2.5. Студент в процессе подготовки проекта консультируется с руководителем курсового проекта по возникающим вопросам, уточняет круг проблем, подлежащих исследованию, согласовывает план работы. Преподаватель, являющийся руководителем курсового проекта, оказывает научную и методическую помощь, систематически контролирует выполнение работы (проекта), вносит определенные коррективы, дает

рекомендации о целесообразности принятия того или иного решения, а также заключение о работе в целом.

2.6. Курсовой проект выполняется в сроки, предусмотренные учебным планом и календарным учебным графиком. Электронная версия курсового проекта загружается в СДО Moodle и представляется в деканат (департамент заочного обучения) в одном печатном экземпляре не позднее, чем за неделю до начала сессии.

2.7. На курсовой проект в СДО Moodle дается характеристика, в которой оценивается соответствие работы предъявляемым требованиям, содержание и структура работы, степень самостоятельности, теоретическая и практическая значимость выводов и предложений, а также уровень грамотности (общий и специальный).

2.8. Если, по мнению научного руководителя, курсовой проект заслуживает неудовлетворительной оценки и подлежит переработке, то в СДО Moodle указываются недостатки и что следует доработать. После устранения недостатков проект загружается повторно. Если представляется несколько курсовых проектов с идентичным содержанием, что не отражает степень самостоятельности выполнения работы (проекта), все они возвращаются исполнителям.

2.9. Курсовой проект проходит процедуру защиты. Защита проводится согласно расписанию занятий и календарному учебному графику в период сессии. На защите студент обязан обозначить цель, кратко изложить содержание проекта, сделать выводы, дать исчерпывающие ответы на вопросы и замечания научного руководителя. Окончательная оценка курсового проекта выставляется по итогам защиты и качеству исполнения. Курсовой проект по отдельной дисциплине по решению научного руководителя оценивается дифференцированно: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

2. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА КУРСОВОГО ПРОЕКТА

Содержание курсового проекта должно полностью соответствовать заявленной теме и заданию на ее выполнение в рамках направления подготовки «Менеджмент» (см. прил. 1, прил. 2).

Объем курсового проекта в печатном виде (без приложений) – 30-45 страниц.

Рекомендуемая структура курсового проекта:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Титульный лист (особенности оформления)

▪ точки в конце строк не ставятся; номер страницы не указывается; перенос слов по слогам не допускается; титульный лист должен быть подписан студентом и его научным руководителем.

Образец титульного листа курсового проекта представлен в Приложении 3.

Содержание (особенности оформления)

▪ заглавием этого листа должно служить слово «СОДЕРЖАНИЕ», написанное в отдельной строке по центру страницы заглавными буквами жирным шрифтом; заголовки содержания должны точно повторять заголовки частей работы в тексте; сокращение слов в содержании не допускается; номер страницы, на которой располагается содержание, не указывается; в содержании указывают слово «Приложения» и проставляют страницу их начала без расшифровки названия и количества приложений, имеющихся в работе. Пример оформления содержания представлен в Приложении 4.

Введение

Объем введения обычно составляет 2-3 страницы. Во введении должна быть обоснована актуальность выбранной темы, сформулирована цель исследования, определены задачи исследователя (т. е. круг основных вопросов, рассматриваемых в работе), объект и предмет исследования. Здесь же раскрывается степень изученности выбранной темы на современном этапе, указываются ведущие отечественные и зарубежные авторы, внесшие вклад в изучение и разработку проблемы, а также кратко описывается структура работы. *Цель курсового проекта* должна быть ясной, лаконичной и корреспондироваться с темой курсового проекта, названиями ее глав и параграфов. Затем приводятся *задачи курсового проекта*, вытекающие из цели и конкретизирующие ее. Формулировка задач должна быть связана с названиями параграфов основной части курсового проекта. Цель и задачи курсового проекта должны представлять основные пути решения проблемы, заявленной в названии проекта.

Введение должно кратко, но емко представить всю последующую работу. Во введении не включают схемы, таблицы, описания, рекомендации и т. д.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ курсового проекта должна состоять из 2 -3 глав. Каждая глава включает от 2-х до 4-х параграфов. Стиль письменной научной мысли – это обезличенный монолог. Поэтому изложение обычно ведется от третьего лица. Автор курсового проекта выступает во множественном числе и вместо «я» должен употреблять «мы». Материал также может излагаться с использованием безличных оборотов или от третьего лица. Например: «можно предположить, что...», «представляется важным...», «автор считает, что...», «по мнению автора...» и т. д.

Излагать материал следует с использованием научной терминологии, профессионального языка. Недопустимо применять обороты разговорной речи или публицистический стиль (за исключением коротких цитат из газетных, журнальных статей).

Каждая глава КП должна иметь конкретное название и начинаться с новой страницы.

Глава 1 – теоретическая часть (5-10 страниц)

В 1 главе, как правило, излагаются теоретические аспекты темы, раскрывающие её суть.

Исследование теоретических вопросов, содержащихся в первой главе, должно быть логически связано с практической частью работы и служить базой для разработки предложений и рекомендаций.

Особое внимание необходимо обратить на трактовку понятий и терминов, используемых в заголовках темы, глав, параграфов работы. В дальнейшем весь материал, приводимый в теоретической главе, должен быть использован на практике. В общем виде первая глава представляет собой теоретическую концепцию всего исследования.

Для проведения теоретических исследований студент должен пользоваться как фундаментальными литературными источниками (монографиями, учебниками, учебными пособиями), так и периодической печатью (научными и профессиональными журналами и газетами, брошюрами), интернет-источниками.

Глава 2 – аналитическая часть (15-20 страниц)

В параграфе 2.1 дается характеристика объекта исследования (предприятия) в рамках избранной темы.

В параграфе 2.2 рекомендуется описывать и анализировать результаты диагностики предмета исследования на примере конкретного предприятия (организации, учреждения) – объекта исследования, а также выявить влияние предмета исследования на результаты деятельности объекта исследования по показателям, рассмотренным в первой главе.

Глава 3 – рекомендации (10-15 страниц)

В главе 3. делаются основные выводы, обосновывается необходимость изменений в организации, управлении и даются рекомендации по решению проблем. Рекомендации должны быть детально проработаны, доведены до уровня возможного их применения на

практике. Они должны напрямую быть связаны с полученными результатами анализа проблемы, изложенными во второй главе.

Пример структуры проекта:

Введение

Глава 1. Теоретические аспекты маркетинговых исследований

1.1. Понятие, подходы, виды, принципы

1.2. Методы сбора данных при проведении исследования

1.3. Особенности организации и проведения маркетинговых исследований

.....

Глава 2. Планирование маркетингового исследованияна рынке

2.1. Обзор рынка и ситуационный анализ

2.2. Разработка технического задания на проведение количественного и качественного маркетингового исследования на рынке

2.3. Разработка форм для сбора данных и их претестирование

Глава 3. Обработка и анализа данных и разработка рекомендаций

3.1. Прямой и перекрестный анализ результатов количественного маркетингового исследования

3.2. Анализ результатов качественного маркетингового исследования

3.3. Разработка рекомендаций по совершенствованию для торговой марки

...

Заключение

Библиографический список

Приложения

В **ЗАКЛЮЧЕНИИ** дается оценка перспектив развития вопросов по теме, формулируются основные выводы по результатам исследования, а также рекомендации по их использованию.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ включает перечень источников, которые были использованы при подготовке курсового проекта и на которые есть ссылки в основном тексте. Объем списка использованных источников должен включать не менее 25 источников.

В **ПРИЛОЖЕНИЯ** следует включать вспомогательный материал, на который имеются ссылки в основной части работы (анкета до и после претестирования, книга кодов, табличные и графические данные, стенограмма фокус-группы или глубинного интервью.). Приложения необходимо располагать в порядке появления ссылок в тексте работы. Каждое приложение начинается с новой страницы и имеет собственное название.

3. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

3.1. Общие требования к оформлению

Общий объем курсового проекта 30-45 страниц.

Текст курсового проекта:

▪ должен быть отпечатан на листе формата А4 (210x297 мм)

▪ Межстрочный интервал должен быть напечатан через 1,5 интервала с полями вокруг текста;

▪ размер левого поля – 30 мм, правого – 10 мм, верхнего – 20 мм, нижнего – 20 мм.

Поля слева оставляют для переплета;

▪ шрифт Times New Roman – обычный, размер 14 pt;

▪ текст на странице форматируется по ширине, проставляются переносы слов;

▪ Абзацный отступ (красная строка) – 1,25 см.

▪ Выравнивание абзаца должно быть по ширине, допускается автоматический перенос слов.

Все страницы нумеруются, начиная с титульного листа. На титульном листе и содержании номер страницы не печатают. Нумерация страниц должна быть сквозной. Заключение и приложения включаются в сквозную нумерацию. Цифру, обозначающую порядковый номер страницы, ставят в правом нижнем колонтитуле страницы.

В основном тексте не допускается использование **жирного**, *курсива* и подчеркивания начертания текста.

Каждая структурная часть работы начинается с нового листа, это правило относится к введению, главам, заключению, списку использованных источников и приложениям. Параграфы (подразделы) следует располагать друг за другом.

Основная часть состоит из глав и параграфов. Главы должны иметь порядковые номера в пределах текста всей работы, обозначенные арабскими цифрами с точкой на конце. Параграфы должны иметь нумерацию в пределах главы. Первой цифрой параграфа является номер главы, второй – номер параграфа в данной главе.

Изложение материала должно быть кратким, точным, последовательным. Необходимо употреблять профессиональные термины, избегать непривычных или двусмысленных понятий и категорий, сложных грамматических оборотов. Термины, отдельные слова и словосочетания допускается заменять принятыми текстовыми сокращениями, смысл которых ясен из контекста.

Расстояние между названием главы и последующим текстом должно быть равно одной пропущенной строке. Такое же расстояние выдерживается между заголовками главы и параграфа. Точку в конце заголовка, располагаемого посередине строки, не ставят. Подчеркивание заголовка и перенос слов по слогам в заголовке не допускается.

Заголовки глав следует записывать ЗАГЛАВНЫМИ (ПРОПИСНЫМИ) буквами без точки в конце, не подчеркивая по центру. Заголовки параграфов следует записывать с абзаца (красная строка) прописными буквами без точки в конце, не подчеркивая.

Например

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

1.1. Основные понятия и функции финансового менеджмента

3.2. Требования к оформлению ссылок и списка использованных источников

Ссылка в тексте на источник должна оформляться квадратными скобками с двумя цифрами, где первая цифра – это порядковый номер издания в списке использованных источников, а вторая – номер страницы (страниц).

Пример

М. А. Котарбинский писал: «Инструмент создает мы... Пользуясь инструментом, мы совершаем лишь начальные действия, а потом инструмент выполняет работу за нас» [10, с. 17].

Если в тексте используются не цитаты, а идеи, мысли других авторов, то ставится ссылка на источник (источники), а номер страницы при этом не указывается.

Пример

В результате произошло смещение категориального аппарата: понятия «деятельность» и «поведение» стали использоваться как синонимы [65, 70, 131, 141, 142, 219].

Список использованных источников группируется алфавитным способом.

Алфавитный способ группировки литературных источников: фамилии авторов и заглавий (если автор не указан) размещаются по алфавиту. Иностранские источники размещают после перечня всех источников на русском языке.

Список должен включать книги не позднее 5-летнего срока давности, статьи – не позднее 3-летнего срока давности.

Пример

Нормативные документы

1. Омская область. Закон. Об инновационной деятельности на территории Омской области: от 13.07.2004 [Электронный ресурс] // Правовая справочно-информационная система «Гарант».

2. Российская Федерация. Федеральный закон. О финансово-промышленных группах: от 30.11.95 г. № 190 [Электронный ресурс] // Правовая справочно-информационная система «Консультант Плюс»

Книги одного, двух и более авторов

1. Джонсон, М. У. Управление отделом продаж. Планирование. Организация. Контроль [Текст]/ М.У.Джонсон, Г.У.Маршалл.-7-е изд. – М.: ИД «Вильямс», 2007. – 640 с.-ISBN 5-222-352-4512

2. Зуб, А. Т. Антикризисное управление: Учеб. пособ. [Текст]/А.Т.Зуб – М.: Аспект Пресс, 2005. – 319 с.

3. Голуман, Д. Эмоциональное лидерство: Искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта [Текст] / Д. Гоулман, Р. Бояцис, Э. Макки; Пер. с англ. Д.Голуман.- 3-е изд.– М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 301 с.

Сборники одного автора и коллективов авторов

1. Методологические проблемы теории бухгалтерского учета [Текст] / Сост. А. Т. Коротков. – М.: Финансы, 2008. – 295 с.

Статьи из газеты или журнала

1. Бреусова, А. Г. Сибирь в региональной политике [Текст]/А.Г.Бреусова // Вестник Омского ун-та. Сер. «Экономика». – 2009. – № 2. – С. 81–86.

2. Скрипников, С. Бесовство предпринимательства [Текст] /С.Скрипников // Эксперт. – 2006. – № 3. – С. 21.

3. Счастливый, К. Омский Минпром подготовил для РОСНАНО 17 проектов [Текст]/ К.Счастливый// Коммерческие вести. – 2009. – 9 дек. – №48 – С.7.

Интернет-источники

1. Крючков, В. Н. Миссия фирмы как ментальный вирус [Электронный ресурс]// <http://www.zarplata.com/za010103.htm>

2. Официальный сайт Росстата [Электронный ресурс] // www.gks.ru.

3. Патешман, В. Внедряем процессный подход [Электронный ресурс] / В.Патешман, А. Маховский // <http://www.osp.ru/cio/2007/10/4471217.html>

Иностранная литература

Gray, C. F. W Project Management: The Managerial Process [Текст] / C. F. Gray, E. W. Larson. – NY: McGraw-Hill, 2006.

После того, как приведены автор и название работы, через две косые черты необходимо указывать ресурс Интернета (URL).

Допускается использовать в списке литературы только те источники, ссылка на которые начинается с протоколов <http://> и <ftp://>. Нельзя использовать протоколы <war://> или <mailto://>. После указания протокола требуется привести адрес сайта в сети по форме www, имя сайта/домена (например, www.socpol.ru, www.zarplata.com и др.) и далее через косую черту - адрес источника на сайте (например, <http://www.zarplata.com/za010103.htm>).

Не разрешается использовать ссылки к ресурсам (сайтам), которые а) не имеют публичного доступа, то есть защищены паролем или являются внутрикорпоративными (недоступными из общей сети); б) не являются добросовестными правообладателями, то есть сайты рефератов, курсовых работ, сайты частных лиц, публикующих материалы без согласия авторов.

Рекомендуется использовать ресурсы, зарегистрированные как средства массовой информации (электронные библиотеки, электронные версии журналов, сайты всех издательств), сайты органов статистики, официальных органов и организаций, личные авторские сайты, в том числе публикующие материалы иных авторов с их согласия.

В некоторых случаях следует обязательно указывать дату публикации.

Это правило относится к ситуациям, когда используются

- а) электронные версии журналов;
- б) электронные версии изданий с сайтов издательств.

В остальных случаях указание на дату публикации не является обязательным, но если дата известна, ее рекомендуется приводить в библиографическом описании источника.

3.3. Требования к оформлению графического и табличного материала

Цифровой материал в работе может оформляться в виде таблиц. В тексте на них должна быть ссылка. Ссылки на таблицы дают с сокращением слова «таблица». Например: «В табл. 1 приведены показатели работы организации». Ссылка должна идти перед таблицей.

Все таблицы, если их несколько, имеют сквозную нумерацию в пределах всего текста, номер таблицы указывается арабскими цифрами. Над правым верхним углом таблицы помещают надпись: «Таблица...» с указанием порядкового номера таблицы (например, «Таблица 5») без знака № перед цифрой и точки после нее. Таблицы снабжают тематическими заголовками, которые располагают посередине страницы и пишут с заглавной буквы без точки на конце. Если информация, приводимая в таблице, заимствована из каких-либо источников, то после названия таблицы необходимо поставить ссылку.

Пример

Таблица 3

Структура стратегий экономического поведения
экономически активного населения
(в процентах к объему выборки) [16, с. 25]

Показатели / Типы стратегий	Max Д/ Max T	Max Д/ Cp T	MaxД / MinT	Итого
1. Доля респондентов, находящихся в стадии поиска рабочего места	50	20	30	100
2. Доля респондентов, занятых на рынке труда	77	20	3	100

От текста таблица отделяется пропуском строки. Если таблица имеет большой размер, то ее лучше поместить в приложение. Если все же размещение таблицы в тексте признано более целесообразным, то она переносится на следующие страницы по следующим правилам.

Если она заканчивается на следующей странице, то над правым верхним углом таблицы помещается запись «Окончание табл...», после этого копируется шапка таблицы. Название таблицы не копируется.

Пример

Окончание таблицы 3

Типы стратегий	Max Д/ Max T	Max Д/ Cp T	MaxД/ MinT	Итого
Доля респондентов, находящихся в стадии поиска рабочего места	50	20	30	100

Формулы, используемые для расчетов, располагают на отдельных строках и нумеруют. Порядковые номера формул обозначают арабскими цифрами, которые записывают на уровне формулы справа в круглых скобках.

Пример

Расчет дисконтированных выплат за использование объекта интеллектуальной собственности (ОИС) осуществляется по формуле (4):

$$C = \sum_{t=1}^T V_t \times C_t \times R_t \times k_{dt} \quad (4),$$

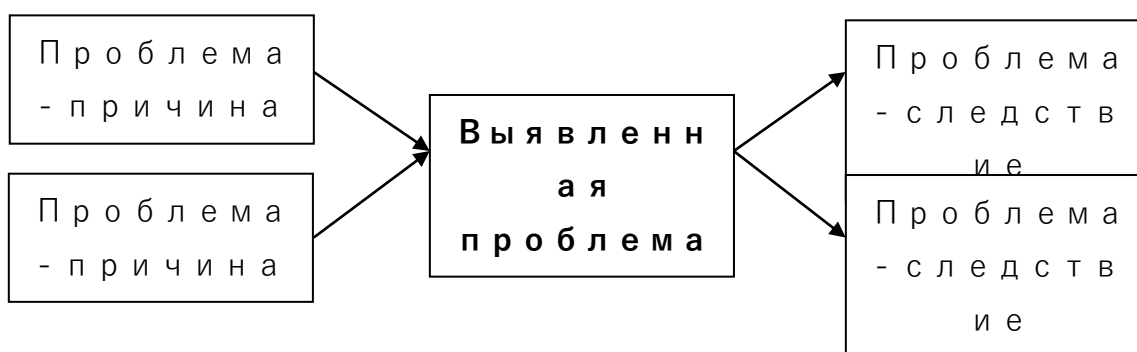
где V_t – объем продукции, произведенной с использованием ОИС на t -м шаге расчета; C_t – цена за единицу продукции, произведенной с использованием ОИС на том же шаге, руб./шт.; R_t – ставка роялти в t году, %; k_{dt} – коэффициент дисконтирования для t года; T – горизонт расчета.

Иллюстрации – схемы и графики, именуемые рисунками, нумеруются *сквозной нумерацией* по всей работе, обозначаются *арабскими цифрами*.

Каждую иллюстрацию необходимо снабжать *подрисуночной подписью*, которая должна соответствовать основному тексту и самой иллюстрации. Подпись под иллюстрацией имеет следующие основные элементы:

- 1) наименование графического сюжета, обозначаемого сокращенным словом «Рис.»;
- 2) порядковый номер иллюстрации, который указывается без знака номера арабскими цифрами «Рис. 2.»;
- 3) тематический заголовок иллюстрации, содержащий текст с характеристикой изображаемого объекта в наиболее краткой форме;
- 4) ссылка на источник, откуда взят рисунок, если это необходимо.

Пример оформления представлен на рис. 1. Иное оформление рисунков не допускается



1. Схема причинно-следственного анализа [5]
От текста рисунок отделяется пропуском строки.

3.4. Требования к оформлению приложений

В приложениях помещаются громоздкие таблицы (размером более 1/2 листа), расчеты, методики, структурные схемы, чертежи, графики, помещение которых в основной части способствовало бы загромождению текста работы, препятствовало его целостному восприятию. Однако существенный для раскрытия темы, доказательства главных выводов и предложений материал (таблицы, расчеты, рисунки и пр.) должен идти в основном тексте.

Приложения имеют *сквозную нумерацию арабскими цифрами*. Каждое приложение в *верхнем правом углу* должно содержать надпись «Приложение 3» без указания № и ссылки на источник.

Далее на следующей строке по центру идет содержательный заголовок, напечатанный прописными буквами, с указанием ссылки на источник в случае заимствования материала.

В основном тексте работы обязательно должны быть ссылки на приложения и их пояснения. Например, (см. приложения 3 и 4) или «Как представлено в Приложении 1». Приложения располагаются в порядке ссылок на них в тексте работы.

Если приложение располагается на нескольких листах, то на каждом последующем листе пишется «Продолжение прил. ...», а на последнем листе пишется «Окончание прил.».

3.5. Требования к заимствованию текста

Текст письменных и практических работ не должен содержать плагиата – использования в письменных и практических работ под видом самостоятельной работы чужого текста из материалов, опубликованных любым способом:

- а) без полной ссылки на источник;
- б) со ссылками, но когда объем и характер заимствований ставят под сомнение самостоятельность выполненной работы.

Плагиатом признается дословное воспроизведение чужого текста.

Обучающимся категорически запрещается использовать при написании письменных и практических работ информацию, расположенную на сайтах банков рефератов, дипломных и курсовых работ (например, сайты <http://www.5ballov.ru>, <http://allbest.ru>, <http://kursoviki.spb.ru>, <http://www.vsereferati.ru/kursovik> и др.).

4. Критерии оценивания курсового проекта

Наименование критерия	Критерии оценки	Максимальное количество баллов
Выбор темы, составление библиографии и плана	Курсовой проект должен состоять из введения, двух/трех глав, заключения, списка использованных источников	8
Полнота раскрытия темы	Тема курсового проекта должна быть полностью раскрыта: подробно рассмотрены все аспекты данной темы	34
Логичность составления плана, изложения основных вопросов	Все вопросы должны быть рассмотрены логично, в соответствии с определенной последовательностью и взаимосвязью	10
Наличие дискуссионных вопросов	В курсовом проекте должно быть отражено знание автором различных точек зрения по рассматриваемой теме	11
Наличие аргументированной точки зрения автора	В курсовом проекте должно присутствовать собственное мнение автора, оно аргументировано	16
Знание и отражение в работе изменений законодательства	Курсовой проект должен быть подготовлен с учетом действующего законодательства по рассматриваемой теме	10
Правильность оформления курсового проекта	Курсовой проект должен быть аккуратно оформлен (с соблюдением предъявленных требований).	6
Сроки представления	Курсовой проект должен быть представлен в установленные сроки	5

Обязательно ознакомиться:

1. 12 ключевых задач маркетинговых исследований [Электронный ресурс] - <http://powerbranding.ru/marketing-research/goals-and-tasks/>
2. Идеальный план маркетингового исследования [Электронный ресурс] -

<http://powerbranding.ru/marketing-research/idealnyj-plan-marketingovogo-issledovaniya/>

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Темы курсовых проектов

1. Маркетинговое исследование факторов, влияющих на выбор молодыми людьми города для проживания (на примере г. Омска)
2. Маркетинговое исследование сравнительного восприятия потребителями бесплатных образцов товаров по различным товарным категориям
3. Качественные маркетинговые онлайн исследования: методы и процедуры
4. Потребительское восприятие упаковки при принятии решения о покупке (на примере конкретного рынка)
5. Исследование потребительских предпочтений торговых марок конкретного товара (на примере определенного сегмента рынка)
6. Исследование и выбор каналов распространения рекламы для конкретной организации
7. Разработка рекламной кампании на основе исследования потребительских предпочтений (на примере конкретного рынка)
8. Исследование вовлеченности потребителей в покупку товаров (на примере конкретной торговой марки)
9. Оценка отношения, ожиданий и лояльности клиентов (на примере конкретной компании)
10. Оценка концепции и спроса на новый продукт (на примере конкретной компании/марки)
11. Исследование жизненного стиля и привычек потребителя на конкретном рынке
12. Исследование силы бренда (на примере конкретной торговой марки)
13. Оценка эффективности рекламных коммуникаций на конкретном рынке
14. Маркетинговое исследование качества дистрибуции и продаж продукта (на примере конкретной компании/марки)
15. Маркетинговое исследование установления эффективной цены на конкретном рынке
16. Маркетинговое исследование уровня обслуживания клиентов и сервиса (на примере конкретной компании)

ЗАДАНИЕ НА КУРСОВОЙ ПРОЕКТ

Студент: _____

1. Тема работы (утверждена приказом по институту

от «__» _____ 20__ г. № ____):

2. Срок сдачи студентом законченной работы «__» _____ 20__ г.

3. Содержание работы (перечень подлежащих разработке вопросов):

4. Дата выдачи задания «__» _____ 201_ г.

Руководитель _____ / _____
(Ф.И.О., подпись)

Задание принял к исполнению «__» _____ 201_ г.

Подпись студента _____

Образец оформления титульного листа курсового проекта

Автономная некоммерческая образовательная организация высшего образования
«Сибирский институт бизнеса и информационных технологий»

КУРСОВОЙ ПРОЕКТ

ПО ДИСЦИПЛИНЕ: _____

НА ТЕМУ: _____

Выполнил(а):

(Ф.И.О. студента)

(направление, группа)

Проверил(а):

(ученая степень, звание, Ф.И.О.
преподавателя)

(дата)

Омск 20__ г.

Пример оформления содержания

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ.....	8
1.1. Сущность маркетинга и инструменты маркетинговой деятельности предприятия.....	8
1.2. Комплекс маркетинга предприятия: понятие и особенности.....	13
1.3. Планирование маркетинговой деятельности предприятия.....	19
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ТРАНСНЕФТЬ-ВОСТОК».....	27
2.1. Организационно-экономическая характеристика ООО «Транснефть-Восток».....	27
2.2. Организация маркетинга в ООО «Транснефть-Восток».....	37
2.3. Анализ маркетинговой деятельности ООО «Транснефть-Восток».....	42
ГЛАВА 3. НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ТРАНСНЕФТЬ-ВОСТОК».....	54
3.1. Маркетинговые стратегии ООО «Транснефть-Восток».....	53
3.2. Рекомендации по улучшению производственного процесса в ООО «Транснефть-Восток».....	56
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	60
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	63
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	67