



**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»  
(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)**

Кафедра маркетинга, рекламы и связей с общественностью

Рег. № 1483-17/02

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

**МОДУЛЬ: КОММУНИКАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ**

**ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

Направление: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Интернет маркетинг и бизнес коммуникации

Новосибирск 2017

Методические указания по выполнению курсовой работы разработаны  
Карицкой Ириной Михайловной – канд. социол. наук, доц. кафедры маркетинга, рекламы и  
связей с общественностью

Методические указания по выполнению курсовой работы прошли экспертизу УМУ

Утверждены на заседании кафедры маркетинга, рекламы и связей с общественностью  
(протокол от «30» августа 2017 г. № 1).

## СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	4
РАЗДЕЛ 2. ИНСТРУКЦИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	4
РАЗДЕЛ 3. ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ И СОДЕРЖАНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	8
РАЗДЕЛ 4. ПОКАЗАТЕЛИ, КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	9
Приложения	11

## РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ (ПРОЕКТА)

Выполнение курсовой работы по дисциплине «Поведение потребителей» предусмотрено учебным планом, занимает основное место при изучении предмета и является одной из ступеней написания в дальнейшем выпускной квалификационной работы. Курсовую работу по дисциплине «Поведение потребителей» выполняют студенты, обучающиеся по направлению «Менеджмент» профиль «Интернет маркетинг и бизнес коммуникации» на очной и заочной формах обучения.

Целью написания курсовой работы является определение теоретической и практической подготовки студента, его готовности к самостоятельной научно – исследовательской и практической деятельности. Выполнение курсовой работы дает представление об определенных проблемах, возникающих в процессе организации и реализации технологии продаж, и содержит попытку поиска решения поставленных проблем.

Задачами написания курсовой работы являются:

- изучение литературных источников;
- углубление и закрепление теоретических знаний по выбранной теме изучаемой дисциплины;
- приобретение навыков самостоятельной работы с теоретической литературой, методическими и статистическими материалами;
- овладение умением обобщать и анализировать отечественный и зарубежный опыт по изучаемой проблеме;
- развитие у студентов навыков практического использования различных методов маркетинговых исследований и составления инструментария исследования;
- приобретение навыков обработки, анализа и оценки полученных данных, изложения результатов анализа;
- овладение умением разработки предложений по результатам маркетинговых исследований и решения поставленной проблемы.

Курсовая работа должна отвечать следующим требованиям:

- представлять собой законченное научное исследование;
- содержать информационный материал в виде таблиц, рисунков, графиков, диаграмм с их анализом по результатам исследования;
- иметь выводы и конкретные предложения по изучаемой проблеме;
- быть оформленными в соответствии с требованиями, предъявляемыми к подобным работам, четко сформулированными, последовательно, логично и грамотно изложенными.

## РАЗДЕЛ 2. ИНСТРУКЦИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ (ПРОЕКТА)

Выполнение курсовой работы состоит из ряда последовательных этапов:

1. Выбор темы работы и согласование ее с научным руководителем;
2. Составление плана курсовой работы;
3. Подбор, изучение и анализ литературных источников;
4. Требования к оформлению текста курсовой работы;
5. Письменная оценка курсовой работы руководителем

Все перечисленные этапы не равнозначны по сложности и количеству затрачиваемого времени. Представим характеристику каждого этапа

1 этап. Тема курсовой работы имеет большое значение для студента, должна отвечать его интересам и интересам преподавателя, осуществляющего научное руководство, и согласована с ним. Определение темы целесообразно основывать исходя из ее актуальности, имеющегося опыта практической деятельности, полученных знаний при изучении курса. Выбор темы курсовой работы студент осуществляет самостоятельно исходя из утвержденного кафедрой маркетинга, рекламы и связей с общественностью перечня тем (см.

приложение А). Следует отметить, что в литературе по данной дисциплине отдельные темы находят широкое распространение и по ним имеется богатый теоретический, практический и статистический материал, другие же - менее разработаны. Поэтому, студенту, выбравшему определенную тему исследования, следует посоветоваться с преподавателем (руководителем курсовой работы), чтобы получить представление о том, какие трудности ожидают его при работе над данной темой. В отдельных случаях студент может предложить свою тему исследования, которая соответствует его научным интересам или которая определенным образом будет связана с его будущей специализацией. В этом случае студент должен согласовать тему с преподавателем и получить у него разрешение.

2 этап. План курсовой работы служит основой при выполнении данной работы и обязательно согласовывается с научным руководителем. В дальнейшем этот план может дополняться, уточняться и детализироваться. План должен быть тщательно продуман и обоснован. Примерные планы курсовых работ по отдельным темам представлены в приложении Б.

Курсовая работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка используемых источников и приложений. Каждая глава обычно имеет не менее двух параграфов. Все главы и параграфы должны быть логически взаимосвязаны и должны последовательно раскрывать основное содержание курсовой работы. В заключение каждой главы делаются выводы. Выводы по теме исследования должны быть аргументированы и обоснованы.

Для того чтобы избежать трудностей, рекомендуется:

- внимательно относиться к структуре курсовой работы;
- изучить отечественный и зарубежный опыт технологии продаж;
- выбрать методы исследований, адекватные теме курсовой работы;
- тщательно разработать программу и инструментарий исследования и согласовать их с преподавателем;
- правильно и аргументировано делать выводы.

3 этап. Для выполнения курсовой работы необходимо подобрать соответствующую литературу по теме исследования. Правильно подобранная литература позволяет экономить время выполнения курсовой работы и повысить ее качество. При подборе литературы следует ориентироваться на различные издания, не упуская из виду последние литературные источники, статьи в журналах, в которых представлен анализ практической деятельности организаций, а также результаты маркетинговых исследований по проблемам продаж. Последовательность ознакомления с литературными источниками рекомендуется осуществлять в следующем порядке:

- учебники и учебные пособия, раскрывающие вопросы темы курсовой работы;
- методологические и методические разработки, регламентирующие вопросы исследования;
- научные издания (монографии), затрагивающие рассматриваемые аспекты;
- периодические издания (журналы), раскрывающие результаты социологических исследований по теме;
- статистические данные, позволяющие определить тенденции и направления практики по исследуемым вопросам.

При изучении литературных источников рекомендуется обращать внимание и на цифровую информацию, таблицы, графики, которые в дальнейшем можно использовать для аргументации своих выводов и предложений.

4 этап. Оформление текста курсовых работ осуществляется в соответствии с Внутренним стандартом НГУЭУ по оформлению письменных работ.

Титульный лист курсовой работы должен соответствовать типовой форме (Приложение В).

Содержание курсовой работы структурируется по разделам (главам) и подразделам (параграфам). Текст курсовой работы должен соответствовать нормам русского

литературного языка. При этом следует придерживаться научного стиля, безличных выражений, избегать употребления просторечных слов.

В тексте работы не должно быть никаких сокращений, кроме общепринятых (*и т.п., и др., см., с.*). Если в текст вводится аббревиатура, то после первого упоминания она обязательно должна быть расшифрована. Не рекомендуется использовать аббревиатуры в названиях глав и заголовках.

В тексте курсовой работы могут использоваться следующие *виды ссылок*:

– ссылки на структурные элементы и фрагменты работы (рисунки, таблицы, формулы, приложения и т. п.);

– библиографические ссылки на источники (документы, литературу).

При ссылках на структурные элементы, иллюстрации и фрагменты текста курсовой работы необходимо указывать их названия и порядковые номера. Если в тексте приводится только одна иллюстрация, таблица, рисунок, то в ссылке номер не указывается. По месту расположения различают библиографические ссылки: внутритекстовые, помещенные в тексте и заключенные в квадратные скобки; подстрочные, вынесенные из текста вниз полосы (в сноску); затекстовые, вынесенные за текст или его части (в выноску).

При оформлении работы рекомендуется использовать затекстовые ссылки. Ссылки могут быть на издание в целом, на определенный фрагмент текста, на ряд источников. Ссылки на издание в целом приводятся в виде порядкового номера этого издания в списке литературы, который указывается в квадратных скобках без точки, например: [5].

Ссылки на определенный фрагмент текста отличаются от предыдущих обязательным указанием страниц цитируемого документа. Их следует приводить в скобках в виде порядкового номера документа списка литературы с отделенным от него запятой порядковым номером страницы: [13, с. 201—202]. Ссылки одновременно на несколько источников объединяют в одну комплексную библиографическую ссылку: «Ряд авторов [12, 23, 43]...».

Иллюстрации в курсовой работе использовать целесообразно, если они дополняют или наглядно отображают информацию, содержащуюся в тексте. Иллюстрации располагают сразу после фрагмента текста, в котором они упоминаются впервые. Ссылки на иллюстрации в тексте обязательны, они должны связывать иллюстрацию с текстом, при этом должно присутствовать указание на номер (их пишут сокращенно, например: рис. 3). Размещение в тексте иллюстрации не освобождает автора от обязанности пояснить ее содержание.

Таблицы представляют собой форму организации материала, позволяющую систематизировать текст, обеспечить наглядность представленной информации. Каждая таблица должна иметь заголовок — название, точно и кратко отражающее ее содержание. Название таблицы помещают над ней. Как правило, в названии таблицы указывается, в каких единицах приводятся результаты — в процентах, баллах, стенах и т. д.

Курсовая работа выполняется с применением компьютерных печатающих устройств при использовании текстового редактора Office Word. Иллюстративный материал (графики, диаграммы и т. п.) выполняется в Excel или Microsoft Graph.

Работа выполняется на белой бумаге на одной стороне листа А4 (210×297 мм) через 1,5 интервала, шрифтом Times New Roman, 14 пт., форматирование текста по ширине, заголовков — по центру; страница должна иметь поля: левое – 2,5 см, правое – 1,5 см, верхнее – 2 см, нижнее – 2 см. Абзацный отступ – 1,25 см.

Объем курсовой работы не должен превышать 35 страниц.

Страницы курсовой работы нумеруются арабскими цифрами в правом нижнем углу. На титульном листе и оглавлении цифры не проставляются, хотя они включаются в общую нумерацию страниц.

К оформлению оглавления предъявляются следующие требования: введение, заключение, библиографический список и приложение не нумеруются.

Не рекомендуется при оформлении текста работы применять несколько различных способов выделения. Следует ограничиться двумя, как правило, это полужирный шрифт и курсив.

Разделы и подразделы (главы и параграфы) должны иметь заголовки. Заголовки не подчеркиваются, жирным шрифтом не выделяются, в конце заголовков точки не ставятся. В оглавлении и по тексту заголовки разделов и подразделов нумеруются арабскими цифрами. Номер подраздела состоит из номера раздела и подраздела, разделенных точкой. Трехуровневое дробление заголовков (на подпараграфы) в курсовой работе не рекомендуется и допускается только в виде обоснованного исключения. Каждый заголовок должен состоять только из одного предложения. Переносы слов в заголовках не допускаются. Расстояние между заголовками и текстом - две пустые строки.

Каждая глава начинается с новой страницы. Это же правило относится ко всем структурным частям работы: введению, заключению, списку литературы, приложению, за исключением параграфов. Если страница параграфа заполнена не более чем на половину, то следующий параграф можно расположить на ней, отступив три пустые строки.

Формулы, содержащиеся в курсовой работе, располагают на отдельных строках, выравнивают по центру и нумеруют сквозной нумерацией арабскими цифрами, которые записывают на уровне формулы справа в круглых скобках. Непосредственно под формулой приводится расшифровка символов и числовых коэффициентов, если они не были пояснены в тексте. В этом случае сразу после формулы (до ее номера) ставится запятая, а первая строка расшифровки (выравнивание по левому краю) начинается словом «где» без двоеточия после него.

Иллюстрации по тексту курсовой работы (рисунки, графики, диаграммы и др.) следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией или нумерацией в пределах главы. Иллюстрации должны быть с подрисуночным текстом. Надписи на иллюстрациях, наименования и подрисуночный текст выполняются шрифтом 12 пт и выравниваются по центру. После наименования рисунка точка не ставится. Перенос части иллюстрации на другую страницу не допускается.

Таблицы нумеруются арабскими цифрами сквозной нумерацией в пределах всего текста. Слово «Таблица» и порядковый номер помещают над названием таблицы в правом верхнем углу. Если таблица не помещается на одной странице, ее можно продолжить или закончить на следующей, сделав соответствующую надпись – «Продолжение табл.» или «Окончание табл.» (с указанием номера таблицы). Номер таблицы, название и все заполнение выполняется шрифтом 12 пт, интервал между строк минимальный. Ссылки по тексту на таблицы обязательны, их следует приводить в сокращенном виде, например: табл. 4.5. Допускается помещать таблицу вдоль длинной стороны листа (альбомный вариант).

Приложения оформляются в конце работы после библиографического списка. В тексте работы на все приложения должны быть ссылки. Приложения располагаются в том порядке, в каком появляются ссылки в тексте. Каждое приложение следует начинать с новой страницы. После слова «Приложение» следует нумерация, указывающая на его последовательность. Приложение должно иметь заголовок. Если в работе одно приложение, оно не нумеруется. Нумерация страниц приложений продолжает нумерацию страниц основного текста курсовой работы.

5 этап. После получения курсовой работы, научный руководитель проверяет ее (в течение 10 дней) и пишет рецензию. Она должна быть объективной, полной и достаточно аргументированной. В рецензии в обязательном порядке указывается полнота раскрытия темы, правильность написания и оформления работы, наличие ссылок на используемые источники, наличие выводов по качеству проведенного исследования, включая конкретные предложения по решению проблемы научного исследования. В заключение должна быть дана общая оценка научного руководителя (отлично, хорошо, удовлетворительно, не удовлетворительно).

### РАЗДЕЛ 3. ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ И СОДЕРЖАНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа должна соответствовать следующей структуре:

- титульный лист;
- оглавление;
- введение;
- основная часть, состоящая из разделов (глав) и подразделов (параграфов);
- заключение;
- список используемых источников;
- приложения.

*Во введении* необходимо обосновать актуальность темы исследования, ее теоретическую и практическую значимость в современных условиях. Кроме этого, должна быть сформулирована цель и основные задачи выполнения работы, указаны объект и предмет исследования, анализируемый период, какие методы были использованы для проведения исследования, в каких источниках нашло отражение других исследований по теме. Введение обычно содержит 2 – 3 страницы.

Все разделы курсовой работы должны быть связаны между собой, и отражать ее цели и задачи.

*Основная часть* курсовой работы содержит, как правило, три главы. Первая глава отражает результаты исследования теоретических вопросов. В ней следует излагать теоретические вопросы темы: сущность проблемы, давать основные понятия, виды, принципы, функции. В данной главе студент должен изложить взгляды ученых по исследуемой проблеме, разобраться в их различиях, попытаться сформулировать свои теоретические позиции или же присоединиться к какой-либо точке зрения. Кафедра придает изложению данных моментов особое значение, так как изучением теоретических вопросов закладывается фундамент знаний в данной области, определяются основные теоретические понятия, которые студент будет использовать в дальнейшем при анализе рекламной практики и составлении программы и инструментария исследования. При раскрытии теоретических вопросов необходимо делать ссылки на используемую литературу. Приведенная структура имеет рекомендательный характер. Студенты с научным руководителем могут определить другую структуру работы. Например, в связи с необходимостью освещения генезиса развития процессов и явлений, рассмотрения зарубежного опыта.

Вторая глава имеет практический и аналитический характер. В ней студент приводит анализ результатов самостоятельно проведенного исследования по теме. Рекомендуются в первом параграфе главы дать общую характеристику организации, а в последующих параграфах представить результаты исследования деятельности по продажам в данной организации. В данной главе можно анализировать статистические данные, материалы исследований по выбранной теме, опубликованные в научных журналах, для сравнения с полученными студентом результатами. Данная глава также может содержать сравнительный анализ зарубежного и российского опыта исследования по выбранной теме. Изучая цифровой материал, нужно стараться отбирать только новейшие данные, которые можно найти в специальных журналах за последние годы. Монографии от начала написания до издания проходят более долгий путь, поэтому ряд статистических данных в них может устареть.

Качество курсовой работы во многом зависит от того, насколько полно и грамотно проанализирован практический материал. Поэтому необходимо придавать определенное значение правильной группировке имеющейся информации, составлению на ее основе таблиц и графиков. После каждой таблицы должен быть проведен анализ и сделаны обоснованные выводы, либо они должны быть размещены по тексту.

Третья глава связана с поиском рекомендаций по совершенствованию изучаемых вопросов. В ней должны содержаться выявленные студентом проблемы, основные



направления совершенствования недостатков и перспективы развития изучаемых вопросов. Эта глава самая сложная. Для ее написания студент должен суметь обобщить и теоретический, и аналитический материал, проявить творческую самостоятельность и способность к творческому поиску. В данной главе следует обязательно делать сноски на авторов, выделивших ту или иную проблему и предложивших пути ее решения. Кроме этого обязательно должны быть сформулированы предложения по результатам собственного исследования, основные рекомендации по решению тех проблем в деятельности организации, которые были предметом анализа в курсовой работе.

*Заключение* является обобщением выполненной работы. Обычно заключение пишется по поставленным в курсовой работе задачам. Оно должно содержать основные теоретические выводы, сделанные в 1 главе, недостатки и проблемы, выявленные в результате проведенного анализа во 2 главе, а так же пути их устранения и направления совершенствования выявленных недостатков, отраженные в 3 главе. В заключении должны быть отражены только те положения, которые рассмотрены в курсовой работе. Объем заключения составляет около 2 страниц.

*Библиографический список литературных источников* должен включать источники следующих видов:

- научная литература российских и зарубежных авторов;
- учебная литература;
- новейшие научные публикации в периодических изданиях.

Общее количество литературных источников должно быть не менее 20.

В Приложении помещаются материалы, дополняющие и иллюстрирующие основной текст: справочные материалы, исследовательский инструментарий, использованный автором для сбора первичной информации и пр. Количество приложений определяется автором курсовой работы. Приложения могут быть выполнены в форме таблиц, схем, рисунков, диаграмм и графиков. Приложения располагаются после библиографического списка литературы и нумеруются в порядке появления ссылок в тексте. Каждое приложение должно располагаться на отдельном листе и иметь заголовок, напечатанный прописными буквами. Если приложений более одного, их следует нумеровать по порядку арабскими цифрами.

Особое внимание должно обращать на стиль изложения, его последовательность, логичность, грамотность. При описании фактов, явлений, процессов изложение текста обычно ведется от третьего лица, с использованием безличных, неопределенно – личных предложений без обозначения субъекта действия. Это позволяет сконцентрировать внимание на содержании курсовой работы и ее логической последовательности.

#### РАЗДЕЛ 4. ПОКАЗАТЕЛИ, КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Защита курсовой работы включает в себя подготовку к защите и непосредственно защиту. Особое внимание при защите уделяется выводам и предложениям, сделанным студентом на основе аналитического исследования. По результатам защиты и с учетом качества выполненной работы студент получает оценку по курсовой работе.

Курсовая работа оценивается по установленным критериям оценки, сформулированным с учетом ее специфики и особенностей.

*Распределение баллов на курсовую работу (с защитой):*

100 баллов=70 баллов (содержание) +10 баллов (оформление) +20 баллов (защита).

*Распределение баллов на курсовую работу (без защиты, руководитель пишет рецензию):*

100 баллов=80 баллов (содержание)+20 баллов (оформление).

Оценка	Сумма баллов	Требования
5	81-100	1. Исследование выполнено самостоятельно, имеет научно-практический характер. 2. Студент показал знание теоретического материала по рассматриваемой проблеме, умение анализировать, аргументировать свою точку зрения, делать обобщение и выводы. 3. Материал излагается грамотно, логично, последовательно. 4. Оформление отвечает требованиям написания курсовой работы. 5. Во время защиты студент показал умение кратко, доступно (ясно) представить результаты исследования, адекватно ответить на поставленные вопросы.
4	61-80	1. Исследование выполнено самостоятельно, имеет научно-практический характер. 2. Студент показал знание теоретического материала по рассматриваемой проблеме, однако умение анализировать, аргументировать свою точку зрения, делать обобщения и выводы вызывают у него затруднения. 3. Материал не всегда излагается логично, последовательно. 4. Имеются недочеты в оформлении курсовой работы. 5. Во время защиты студент показал умение кратко, доступно (ясно) представить результаты исследования, однако затруднялся отвечать на поставленные вопросы.
3	41-60	1. Студент не в полной мере владеет теоретическим материалом по рассматриваемой проблеме. 2. Умение анализировать, аргументировать свою точку зрения, делать обобщение и выводы вызывают у него затруднения. 3. Материал не всегда излагается логично, последовательно. 4. Имеются недочеты в оформлении курсовой работы. 5. Во время защиты студент затрудняется в представлении результатов исследования и ответах на поставленные вопросы.
2	40 и менее	Выполнено менее 50% требований к курсовой работе (см. оценку «5») и студент не допущен к защите.

Список тем курсовых работ по учебной дисциплине «Поведение потребителей»

№	Наименование темы курсовой работы
1.	Анализ деятельности маркетинговых фирм, предлагающих услуги по исследованию потребителей.
2.	Вариации в культурных ценностях в поведении потребителей.
3.	Влияние культуры на поведение потребителей.
4.	Влияние семей / домохозяйств на поведение потребителей.
5.	Влияние субкультуры на поведение потребителей.
6.	Временные ресурсы поведения потребителей.
7.	Выбор источника и предмета покупки потребителями.
8.	Деловые взаимоотношения участников «закупочного центра».
9.	Исследование влияния внешних факторов на поведение покупателей-организаций.
10.	Исследование процесса принятия покупательских решений в организации.
11.	Исследование социальной структуры современного российского общества.
12.	Консюмеризм, защита прав российских потребителей.
13.	Консюмеризм как общественное движение.
14.	Концепция жизненного стиля в описании потребительского поведения.
15.	Маркетинговая ориентация организации - ориентация на потребителя.
16.	Маркетинговые стимулы потребительского поведения.
17.	Междисциплинарный подход к поведению потребителей.
18.	Межличностные коммуникации как фактор потребительского выбора.
19.	Межличностные отношения внутри организации и их влияние на процесс покупки.
20.	Модели процесса принятия решения о покупке.
21.	Организационная культура и ее влияние на процесс покупки.
22.	Организационное покупательское поведение.
23.	Основные виды исследований поведения потребителей.
24.	Особенности взаимодействия с корпоративными потребителями.
25.	Особенности влияния референтных групп, лидеров мнений на потребительское поведение.
26.	Особенности покупочных решений различных социальных классов.
27.	Особенности процесса принятия решений потребителей по новым товарам.
28.	Покупательское поведение различных социальных слоев общества.
29.	Практика реализации исследований потребителей в современной России.
30.	Применение результатов исследований потребителей при разработке маркетинговой стратегии.
31.	Проведение маркетинговых исследований поведения покупателей.
32.	Процесс оценки и выбора альтернатив покупки потребителями.
33.	Процесс принятия решений потребителями, его основные стадии.
34.	Распределение ролей в семье (домохозяйстве) при принятии решения о покупке.
35.	Ресурсы потребителя и их влияние на процесс принятия покупательских решений.
36.	Решение домохозяйства о покупке.
37.	Роли членов семьи в принятии решения о покупке различных товаров.
38.	Социальная стратификация и поведение потребителей в современной России.
39.	Социальные факторы, влияющие на поведение потребителей.
40.	Средний класс потребителей в структуре российского общества.
41.	Типы процессов решений потребителя при покупке.
42.	Типы ситуаций, влияющие на поведение потребителей.
43.	Факторы культурного характера, оказывающие влияние на поведение потребителей.
44.	Экономические ресурсы потребителей.
45.	Этапы принятия потребительских решений.



**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»**  
**(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)**

Кафедра .....  
(наименование кафедры)

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

По дисциплине \_\_\_\_\_  
(Наименование дисциплины)

\_\_\_\_\_  
(Наименование темы)

Ф.И.О студента \_\_\_\_\_

Направление/специальность \_\_\_\_\_

Направленность (профиль)/специализация \_\_\_\_\_

Номер группы \_\_\_\_\_

Номер зачетной книжки \_\_\_\_\_

Дата регистрации курсовой работы (проекта) кафедрой \_\_\_\_\_

Проверил \_\_\_\_\_

Новосибирск [год]





**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»**  
**(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)**

Кафедра .....  
 (наименование кафедры)

**ЗАЯВЛЕНИЕ**  
**о самостоятельном характере выполненной работы**

Я, \_\_\_\_\_  
 (Фамилия, имя, отчество)

Студент(ка) группы \_\_\_\_\_, направления подготовки \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

направленности (профиля) \_\_\_\_\_,

заявляю, что в моей курсовой работе (проекте), выполненной на тему:

\_\_\_\_\_

не содержится элементов плагиата.

Все заимствования из печатных и электронных источников, а также из защищенных ранее письменных работ, кандидатских и докторских диссертаций имеют соответствующие ссылки.

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_  
 (подпись)

И.О. Фамилия

Результаты проверки в системе «Антиплагиат»

Доля авторского текста (оригинальности) в результате автоматизированной проверки составила \_\_\_\_\_ %.

Руководитель курсовой работой \_\_\_\_\_  
 (уч. степень, должность, Фамилия И.О.)

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_  
 (подпись)



**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»**  
**(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)**

Кафедра .....  
 (наименование кафедры)

**РЕЦЕНЗИЯ**  
**на курсовую работу (проект)**

ФИО студента \_\_\_\_\_  
 Группа \_\_\_\_\_  
 Дисциплина \_\_\_\_\_

№ п/п	Критерии оценки	Оценочные баллы	Баллы по результатам работы
Итого		100	

Шкала итоговой оценки:

Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
0-40	41-60	61-80	81-100

Оценочное заключение: \_\_\_\_\_  
 (неудовлетворительно/удовлетворительно/хорошо/отлично)

Преподаватель \_\_\_\_\_

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.