



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. № 3587-17/02

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

МАРКЕТИНГ

Направление: 38.03.06 Торговое дело
Направленности (профили): Маркетинг в торговле,
Организация и управление розничной торговлей

Новосибирск 2017

Методические указания по выполнению курсовой работы (проекта) разработаны
Иноземцевой Анной Валерьевной – ст. пр. кафедры маркетинга, рекламы и связей с
общественностью

Методические указания по выполнению курсовой работы (проекта) прошли экспертизу УМУ

Утверждено 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	6
РАЗДЕЛ 4. ПОКАЗАТЕЛИ, КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	8
Приложения	12

РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Выполнение курсовой работы по дисциплине «Маркетинг» предусмотрено учебным планом, занимает одно из основных мест при изучении предмета и является одной из ступеней написания в дальнейшем дипломной работы. Курсовую работу по дисциплине «Маркетинг» выполняют студенты, обучающиеся по направлению 38.03.06 Торговое дело, очной и заочной форме 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 в области методологии и методики проведения маркетинговых исследований 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;
- применение на практике знаний по составлению программы маркетинговых исследований и ее основных разделов;
- развитие у студентов навыков практического использования различных методов сбора социологической информации и составления инструментария исследования;
- привитие навыков машинной обработки маркетинговых данных с использованием специальных программ, анализа и оценки результатов обработки, 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 рекламного 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

Выполнение курсовой работы состоит из ряда последовательных этапов:

1. Выбор темы работы и согласование ее с научным руководителем;
2. Подбор литературных источников;
3. Изучение требований к оформлению текста курсовой работы;
4. Изучение и анализ подобранной литературы;
5. Написание курсовой работы;
6. Защита курсовой работы.

Все перечисленные этапы не равнозначны по сложности и количеству затрачиваемого времени.

При подготовке к написанию курсовой работы особое внимание следует обратить на следующие моменты:

1. На разработку плана работы, который служит основой при выполнении курсовой работы и так же согласовывается с научным руководителем. В дальнейшем этот план может дополняться, уточняться и детализироваться. План должен быть тщательно продуман и обоснован. Обязательным предварительным этапом является самостоятельный подбор литературы, освещающей как общетеоретические, так и аналитические аспекты проблемы.

2. На структуру курсовой работы, которая состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка 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.

3. 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 в сфере методологии и методики проведения маркетинговых исследований;
- тщательно разработать программу маркетинговых исследований, инструментарий исследования и согласовать их с преподавателем;
- правильно и аргументировано делать выводы.

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. прилож. 1). 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.

Основные вопросы темы студент должен согласовать с научным руководителем.

Для выполнения курсовой работы необходимо подобрать соответствующую литературу по теме исследования. Правильно подобранная литература и 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 функционирования и развития организаций. 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 маркетинговых исследований по теме;
- статистические данные, позволяющие определить тенденции и направления практики по исследуемому вопросу.

Такая последовательность позволяет углублять и накапливать знания по исследуемой проблеме.

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

После ознакомления с литературой по избранной теме, студент приступает к разработке темы исследования.

Сроки выполнения курсовых работ должны быть согласованы с научным руководителем, и соответствовать срокам, установленным на кафедре.

После получения курсовой работы, научный руководитель проверяет ее (в течение 20 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).

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.

РАЗДЕЛ 3. ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ И СОДЕРЖАНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа должна соответствовать следующей структуре:

- титульный лист;
- заявление о самостоятельном характере выполненной работы;
- задание на курсовую работу (проект)
- содержание;
- введение;
- основная часть, состоящая из разделов (глав) и подразделов (параграфов);
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости).

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. В главе обязательно должен быть сделан обзор маркетинговых исследований по теме. 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 составлении программы 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 освящения генезиса развития процессов и явлений, рассмотрением зарубежного опыта.

Вторая глава имеет практический и аналитический характер. В ней студент приводит анализ результатов собственного маркетинговых исследования по теме. Рекомендуется в первом параграфе главы изложить свой методический подход к исследованию, а в последующих параграфах осуществлять анализ описательной статистики и факторный анализ полученных данных. В главе также можно анализировать статистические данные, маркетинговые данные отдельных авторов по выбранной теме для сравнения с полученными результатами. В связи с этим, изучая цифровой материал, нужно стараться отбирать только последние данные, которые можно найти в специальных журналах за последние годы. Монографии от начала написания до издания проходит более долгий путь, поэтому ряд статистических данных 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 маркетинговых 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 социологического исследования.

Заключение является обобщением выполненной работы. Обычно заключение пишется по поставленным задачам в курсовой работе. 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 процессов и явлений, 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 должен включать источники следующих видов:

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

Общее количество источников должно быть не менее 20.

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

Титульный лист должен соответствовать типовой форме (Приложение 2).

Требования к представлению содержания текста курсовых работ

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 текст 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 заголовки — 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. Требования к оформлению курсовых работ 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: 30-35 страниц. Он не должен превышать.

Работа должна быть оформлена в соответствии с установленным в НГУЭУ стандартом.

Процедура защиты курсовой работы.

Выполненная курсовая работа должна быть представлена научному руководителю не менее чем за одну неделю до предполагаемого срока защиты. Научный руководитель решает вопрос о допуске к защите, делая об этом соответствующую запись на титульном листе курсовой работы: «К защите». К защите автор курсовой работы должен подготовить доклад на 8 – 10 минут, презентацию в PowerPoint (или подобных программах), раздаточный материал (при необходимости). Основное внимание в докладе должно быть уделено изложению практической части, выводам и предложениям, вытекающим из проведенных исследований.

В процессе защиты курсовой работы студент не должен озвучивать чужие общеизвестные сведения, положения, определения, а кратко изложить понимание исследуемой проблемы, уделив большее внимание результатам собственного исследования. В докладе рекомендуется отразить:

- обоснование актуальности темы;
- характеристику объекта исследования;
- основное содержание работы в разрезе глав (теоретические основы исследования, программу исследования, основные выводы и рекомендации);
- эффективность предлагаемых мероприятий.

К защите курсовой работы студентом должны быть представлены:

- 1) набор печатных документов:
 - заявление о самостоятельном характере выполненной работы;
 - задание на курсовую работу;
 - курсовая работа, содержащая все необходимые структурные элементы, описанные ранее;
 - комплект материалов презентации;
- 2) материалы на электронном носителе информации:
 - текстовая электронная копия курсовой работы;
 - электронная база данных исследования (исходная версия);
 - электронная копия презентации.

Защита курсовой работы может проходить в виде презентации перед группой студентов или в процессе собеседования с научным руководителем. По завершении доклада студенту предоставляется возможность ответить на вопросы присутствующих на защите. При ответе на вопросы студент должен показать знание любого раздела курсовой работы и темы в целом. В ответах на поставленные вопросы студент, при необходимости, имеет право воспользоваться своей курсовой работой. Следует считать корректными те вопросы, которые относятся к теме исследования.

Критерии оценки курсовой работы

Курсовая работа может быть оценена на «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно». При оценке курсовой работы принимаются во внимание следующие критерии: содержание работы; глубина теоретической проработки материала; практическая направленность; аргументированность выводов и рекомендаций; соответствие

оформления работы требованиям, представленным в данных методических указаниях; полнота и актуальность списка использованной литературы; качество доклада и презентационного материала, используемого при докладе; ответы на вопросы; соответствие срокам выполнения (см. таблицу).

Критерии оценки	Оценка			
	Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Содержание	содержание глубоко раскрывает исследуемую тему	содержание достаточно глубоко раскрывает тему, но автором допущены некоторые погрешности, не носящие принципиально характера	какой-то раздел выполнен поверхностно	все разделы выполнены поверхностно
Теоретическая проработка материала	дается история рассматриваемых вопросов, их современное состояние, обобщается зарубежный опыт, дается анализ различных точек зрения	дается история рассматриваемых вопросов, их современное состояние, обобщается зарубежный опыт	не исследована история рассматриваемых вопросов или недостаточно полно проанализировано их современное состояние	не исследована история рассматриваемых вопросов или недостаточно полно проанализировано их современное состояние
Практическая направленность	привлекается значительный объем фактического материала и дается его всесторонний анализ	привлекается значительный объем фактического материала и дается его всесторонний анализ	привлечен небольшой объем фактического материала или анализ материала выполнен на уровне констатации фактов	привлечен небольшой объем фактического материала или анализ материала выполнен на уровне констатации фактов
Эмпирическое исследование	проведено самостоятельно на высоком методологическом и методическом уровнях	проведено самостоятельно на достаточном методологическом и методическом уровнях	проведено самостоятельно на недостаточном методологическом и методическом уровнях	не проводилось
Выводы и рекомендации	выводы аргументированы, использованы	выводы аргументированы,	предложенные мероприятия не конкретны,	отсутствуют выводы и рекомендации

	ны различные методики анализа и прогнозирования	использованы различные методики анализа и прогнозирования	расплывчаты	
Оформление работы	работа безукоризненна в отношении оформления (орфография, стиль, цитаты, ссылки и т.д.)	работа правильно оформлена, есть мелкие недочеты	работа правильно оформлена, есть существенные недочеты	работа оформлена небрежно
Литература	используется современная литература по проблеме (учебники, монографии, статьи)	используется современная литература по проблеме (учебники, статьи)	используется неактуальная литература по проблеме или ограниченное количество источников (учебники, статьи)	используется неактуальная литература по проблеме или ограниченное количество источников (учебники)
Презентация доклада	доклад раскрывает основное содержание исследования	доклад раскрывает основное содержание исследования	доклад не отражает основного содержания исследования	доклад не отражает основного содержания исследования
Ответы на вопросы	студент свободно владеет материалом и отвечает на все вопросы при защите курсовой работы	студент ответил на большинство вопросов	студент не дал ответа на большинство вопросов	студент не ответил на все или большинство вопросов
Сроки выполнения	все этапы выполнены в срок	все этапы выполнены в срок	большая часть выполнена в срок	большая часть выполнена с опозданием

Итоговая оценка по курсовой работе определяется всеми названными критериями по 10-тибалльной системе.

ТЕМАТИКА КУРСОВОЙ РАБОТЫ

1. Ассортиментная политика предприятия: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере конкретного предприятия)
2. Исследование реальных и потенциальных конкурентов организации: состояние, проблемы, рекомендации по повышению конкурентоспособности (на примере конкретной организации)
3. Исследование уровня известности основных марок товаров: состояние, проблемы, рекомендации по повышению известности (на примере конкретной организации, торговых марок)
4. Исследование развернутого портрета потребителя: социально-демографических, экономических, психологических, поведенческих и других характеристик (на примере торговых марок, услуг)
5. Исследование удовлетворенности потребителей: состояние, проблемы, рекомендации по повышению удовлетворенности (на примере торговой марки)
6. Исследование степени удовлетворенности потребителей предлагаемыми услугами: состояние, проблемы, рекомендации по повышению удовлетворенности (на примере конкретной организации или услуги)
7. Исследование предпочтений и требований, предъявляемых потребителями к товару/услуге, выявление проблем и разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинга (на примере определенных товаров, услуг)
8. Исследование мотивации покупательского поведения: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере торговой марки)
9. Исследование моделей и факторов покупательского поведения: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере торговой марки)
10. Исследование отношения к торговой марке: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере конкретной торговой марки)
11. Комплекс маркетинга организации (marketing-mix): состояние, проблемы, разработка (на примере конкретной организации)
12. Конкурентоспособность организации: состояние, проблемы и пути повышения (на примере организации)
13. Конкурентная стратегия предприятия: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере конкретной организации)
14. Маркетинговая деятельность в организации: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере конкретной организации)

15. Маркетинговая деятельность по организации выставок, ярмарок: состояние, проблемы и направления совершенствования (на примере конкретной организации).
16. Маркетинговая среда организации: состояние, проблемы, рекомендации по совершенствованию взаимодействия с ней (на примере организации)
17. Маркетинговая стратегия организации: состояние, проблемы и пути совершенствования, разработка (на примере конкретной торговой организации, конкретных марок)
18. Организация деятельности маркетинговой службы: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере конкретной организации)
19. Организация товароснабжения в сфере торговли: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере конкретной организации)
20. Организация сервисного обслуживания потребителей: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере конкретной организации).
21. Планирование и внедрение маркетинга в организации: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере конкретной организации)
22. Продвижение нового продукта (товара) на рынок: состояние, проблемы, разработка программы (на примере конкретной торговой организации)
23. Продвижение торговой марки на рынке в условиях кризиса: состояние, проблемы, разработка программы (на примере конкретной организации, торговой марки)
24. Развитие маркетинговых коммуникаций в организации: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере конкретной организации)
25. Рекламная деятельность как элемент маркетинговых коммуникаций: состояние, особенности реализации, проблемы, направления совершенствования (на примере конкретной организации)
26. PR-кампании в организации как элемент маркетинговых коммуникаций: состояние, проблемы и направления совершенствования (на примере конкретной организации)
27. Развитие фирменной торговли: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере конкретной организации, фирменных товаров)
28. Роль товара в системе маркетинга: состояние, проблемы, рекомендации по повышению (на примере конкретной организации, товара)
29. Стратегии продвижения: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере товара, организации)
30. Стратегии ценообразования услуги / продукта: состояние, проблемы, направления совершенствования, разработка (на примере конкретной организации, услуги, продукта)
31. Стратегия продвижения нового товара: этапы работы, их характеристика, разработка стратегии (на примере товара, организации)

32. Стратегия позиционирования торгового предприятия: состояние, проблемы, разработка (на примере конкретного предприятия)
33. Сбытовая политика: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере конкретной организации)
34. Управление товарным ассортиментом: состояние, проблемы, направления совершенствования и оптимизации (на примере конкретной организации)
35. Управление каналами товародвижения: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере конкретной организации)
36. Формирование системы стимулирования продаж: состояние, проблемы, направления совершенствования (на примере конкретной торговой организации)
37. Ценовая политика организации: состояние, проблемы, направления совершенствования, разработка (на примере конкретной организации)

ОБРАЗЕЦ ТИТУЛЬНОГО ЛИСТА КУРСОВОЙ РАБОТЫ (ПРОЕКТА)



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
(наименование кафедры)

КУРСОВАЯ РАБОТА

По дисциплине Маркетинг
(Наименование дисциплины)

(Наименование темы)

Ф.И.О студента _____
Направление/специальность _____
Направленность (профиль)/специализация Маркетинг в торговле
Номер группы _____
Номер зачетной книжки _____
Дата регистрации курсовой работы (проекта) кафедрой _____
Проверил _____

Новосибирск [год]

ОБРАЗЕЦ ЗАДАНИЯ НА КУРСОВУЮ РАБОТУ



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
(наименование кафедры)

**ЗАДАНИЕ
на курсовую работу (проект)**

Тема _____

ФИО студента _____

Группа _____

Перечень подлежащих разработке вопросов и календарный график

№ п/п	Наименование вопросов, подлежащих разработке (этапы работы)	Срок выполнения

Дата выдачи задания «__» _____ 20__ года

Срок сдачи работы «__» _____ 20__ года

Преподаватель _____ (подпись)
(фамилия и инициалы преподавателя)

Задание получил студент _____ (подпись)
(фамилия и инициалы студента)

ОБРАЗЕЦ ЗАЯВЛЕНИЯ О САМОСТОЯТЕЛЬНОМ ВЫПОЛНЕНИИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ



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
(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. _____ И.О. Фамилия
(подпись)

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)

БЛАНК РЕЦЕНЗИИ



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
(наименование кафедры)

**РЕЦЕНЗИЯ
на курсовую работу (проект)**

ФИО студента _____

Группа _____

Дисциплина _____

№ п/п	Критерии оценки	Оценочные баллы	Баллы по результатам работы
1	Содержание		
2	Теоретическая проработка материала		
3	Практическая направленность		
4	Эмпирическое исследование		
5	Выводы и рекомендации		
6	Оформление работы		
7	Литература		
8	Презентация доклада		
9	Ответы на вопросы		
10	Сроки выполнения		
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.