

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костина Дарья Николаевна
Должность: проректор
Дата подписания: 27.06.2024 15:35:50
Уникальный программный ключ:
1800f7d89cf4ea7507265ba597fe87537eb15a6c

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Донецкая академия управления и государственной службы»

Кафедра маркетинга и логистики



ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ

**Методические рекомендации
по подготовке и защите курсовых работ по модулю**

для обучающихся 2 курса образовательной программы магистратуры
направления подготовки 38.04.02 Менеджмент
(профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)
всех форм обучения

Утверждено
на заседании кафедры маркетинга и
логистики ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС»
Протокол № 8 от 04.04.2024 г.

Донецк
2024

УДК 371.214.114:658.84
ББК Ч448+У291.31
Ф 79

Рецензент :

И. В. Петрова – канд.экон.наук, доцент, доцент кафедры менеджмента в производственной сфере ФГБОУ ВО «Донецкая академия управления и государственной службы»

Ф 79 Формирование маркетинговой стратегии : методические рекомендации по подготовке и защите курсовых работ по модулю для обучающихся 2 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») всех форм обучения / Минобрнауки ДНР, ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС», Кафедра маркетинга и логистики ; сост. В.Ю. Лунина. – Донецк : ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС», 2024. – 32 с.

Методические рекомендации по подготовке и защите курсовой работы содержат общие положения, цели и задачи выполнения курсовых работ, порядок выбора тем курсовых работ, руководство курсовыми работами, порядок подготовки и защиты курсовой работы, общие требования к содержанию и оформлению курсовых работ, критерии оценивания качества выполнения и защиты курсовых работ, а также список рекомендованных источников и приложения.

УДК 371.214.114:658.84
ББК Ч448+У291.31

© Лунина В. Ю., 2024

© ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС», 2024

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	4
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	5
3. ПОРЯДОК ВЫБОРА ТЕМ КУРСОВЫХ РАБОТ И ЗАКРЕПЛЕНИЯ ИХ ЗА ОБУЧАЮЩИМИСЯ.....	6
4. РУКОВОДСТВО КУРСОВЫМИ РАБОТАМИ	7
5. ПОРЯДОК ПОДГОТОВКИ И ЗАЩИТЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.....	8
6. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ И ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВЫХ РАБОТ	10
7. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КАЧЕСТВА ВЫПОЛНЕНИЯ И ЗАЩИТЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.....	19
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	21
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	23

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Представленные методические рекомендации по подготовке и защите курсовой работы разработаны на основе Порядка подготовки и защиты курсовых работ в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Донецкая академия управления и государственной службы» (далее – ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС»), устанавливающего единые требования к подготовке, оформлению и защите курсовых работ обучающихся образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата / магистратуры очной и заочной форм обучения, а также слушателей Центра дополнительного профессионального образования.

Подготовка и защита курсовой работы представляет собой вид учебной и научно-исследовательской работы обучающегося, проводимый самостоятельно, под руководством преподавателя, по актуальным проблемам дисциплин модуля «Формирование маркетинговой стратегии», необходимых для углубления знаний обучающегося в области избранных для исследования проблем, расширения навыков самостоятельной и научно-исследовательской работы.

Курсовая работа является одной из форм промежуточной аттестации обучающегося, отраженной в рабочей программе дисциплины как вид самостоятельной работы и представляет собой логически завершенное и оформленное в соответствии с требованиями научно-практическое исследование по одной из проблем конкретной предметной области.

Процесс выполнения курсовой работы способствует развитию аналитического мышления, умения работы с информацией, учебной и научной литературой, выработке умений решения практических задач в процессе профессиональной деятельности. В ходе работы над выполнением курсовой работы обучающийся учится грамотно и четко излагать мысли, что важно для будущей практики специалиста, повседневная работа которого требует способности логично мыслить и правильно формулировать решения при рассмотрении конкретных дел. Хорошо ориентироваться в массе нормативных актов, умело ис-

пользовать знания для анализа деятельности организации, знать методы анализа, находить в широком потоке информации нужные для принятия решения элементы.

При выполнении курсовой работы обучающийся получает возможность более детально познакомиться с учебниками, пособиями, нормативно-правовой и учебно-методической литературой, материалами периодических изданий, методикой решения конкретных производственных ситуаций.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Согласно учебному плану обучающиеся 2 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»), всех форм обучения выполняют курсовую работу по учебным дисциплинам модуля «Формирование маркетинговой стратегии», которая является важной формой самостоятельного углубленного изучения указанного модуля.

Целью выполнения курсовой работы является закрепление и углубление теоретических знаний, полученных в процессе обучения, их систематизация и развитие, а также сбор реальных данных об организации и получение практических навыков в области проведения анализа рынка и формирования маркетинговой стратегии.

В соответствии с поставленной целью, конкретными задачами выполнения курсовой работы являются:

- закрепление, углубление и расширение теоретических знаний;
- систематизация знаний о тенденциях развития и роли стратегического планирования в общей системе маркетинг-менеджмента;
- овладение методами стратегического анализа и диагностики стратегической позиции предприятия на рынке;
- развитие навыков самостоятельной исследовательской работы, способности делать обоснованные выводы и разрабатывать рекомендации по совер-

шенствованию системы управления на предприятии.;

- овладение практикой публичной защиты.

Курсовая работа также является важной формой развития у обучающихся навыков исследовательской работы.

Тематика и содержание курсовых работ определяется требованиями к комплексу профессиональных знаний, умений и навыков, которыми должен овладеть обучающийся в рамках изучения модуля, в который входят дисциплины: «Методы изучения рынков и маркетинговый анализ», «Формирование маркетинговой стратегии».

3. ПОРЯДОК ВЫБОРА ТЕМ КУРСОВЫХ РАБОТ И ЗАКРЕПЛЕНИЯ ИХ ЗА ОБУЧАЮЩИМИСЯ

Тематика курсовой работы определяется рабочими программами дисциплин модуля «Формирование маркетинговой стратегии»: «Методы изучения рынков и маркетинговый анализ» и «Формирование маркетинговой стратегии». Тема курсовой работы выбирается обучающимися самостоятельно (Приложение А).

При выборе темы курсовой работы необходимо учитывать ее актуальность, соответствие тематике, целям и задачам курсовой работы, обеспеченность литературными источниками и др. Тема курсовой работы может быть рекомендована преподавателем, курирующим данную работу, или может быть предложена обучающимся с обоснованием целесообразности ее разработки. Каждому обучающемуся после согласования с руководителем от кафедры, утверждается индивидуальная тема курсовой работы.

Обучающийся имеет право выбора темы курсовой работы из числа утвержденных кафедрой, а также может предложить свою тему, обосновав целесообразность ее выполнения.

При рассмотрении инициативной темы курсовой работы обучающегося, кафедры имеет право ее отклонить, аргументировав свое решение, или, при согласии обучающегося, переформулировать тему.

Закрепление темы за обучающимся осуществляется на основании его личного заявления на имя заведующего кафедрой. Заявление визируется научным руководителем курсовой работы, подписывается заведующим кафедрой (Приложение Б).

Конфликты интересов обучающихся при выборе тематики разрешает заведующий соответствующей кафедрой.

Изменение или уточнение темы курсовой работы возможно в исключительных случаях на основании личного заявления обучающегося, согласованного с научным руководителем курсовой работы.

Изменение темы осуществляется решением заседания кафедры маркетинга и логистики.

Дублирование тем курсовых работ в пределах одной академической группы не допускается.

4. РУКОВОДСТВО КУРСОВЫМИ РАБОТАМИ

Руководство курсовой работой осуществляет научный руководитель – профессор, доцент или старший преподаватель и иные НПП кафедры маркетинга и логистики, имеющие опыт в научной и/или практической деятельности.

Научный руководитель курсовой работы:

оказывает консультационную помощь студенту при подготовке плана курсовой работы;

содействует в подборе студентом специальной литературы, нормативного и (или) эмпирического материала;

консультирует студента в выборе методики исследования;

осуществляет систематический контроль этапов выполнения студентом курсовой работы;

дает квалифицированные рекомендации по содержанию курсовой работы; осуществляет оценку качества выполнения курсовой работы в соответствии требованиями, установленными настоящим Порядком и методическими рекомендациями (указаниями) по выполнению курсовой работы;

готовит отзыв на курсовую работу (Приложение В).

В содержании отзыва научного руководителя курсовой работы должны быть отмечены: соответствие содержания курсовой работы теме; актуальность темы курсовой работы; логичность плана и структуры работы (степень соотношения разделов и параграфов); степень самостоятельности и инициативности студента, умение пользоваться литературой; полнота раскрытия содержания темы; степень полноты и самостоятельности выводов; соответствие оформления работы, в том числе библиографического списка и ссылок, стандартам; возможность использования полученных результатов на практике и продолжения работы над темой в рамках выпускной квалификационной работы; теоретические и прикладные достоинства работы; недостатки работы; рекомендация научного руководителя («К защите» или «На доработку»); рекомендуемая оценка руководителя.

Замена научного руководителя курсовой работы, при производственной необходимости, осуществляется заведующим кафедрой.

5. ПОРЯДОК ПОДГОТОВКИ И ЗАЩИТЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Порядок подготовки курсовой работы определяется кафедрой и доводится до сведения обучающихся.

Порядок подготовки курсовой работы включает в себя следующие этапы:

- выбор темы курсовой работы;
- составление плана курсовой работы;
- поиск и обработка источников информации;
- подготовка и оформление текста курсовой работы;
- предоставление курсовой работы научному руководителю;

защита курсовой работы.

Научный руководитель обязан проверить работу в течение 7 дней и при условии законченного оформления, положительной оценки содержания, допускает работу к защите и готовит отзыв.

Проверка курсовых работ на плагиат осуществляется по решению научного руководителя, которому обучающийся предоставляет работу для ее оценки.

Законченная и оформленная в соответствии с требованиями курсовая работа и ее электронная копия предоставляется научному руководителю в период зачетно-экзаменационной сессии для предварительного оценивания. Обучающиеся заочной формы обучения представляют курсовую работу в период очередной сессии.

Работа, не отвечающая установленным требованиям, возвращается для доработки с учетом замечаний и рекомендаций. Повторно курсовая работа предъявляется на кафедру в срок, не позднее трех дней до защиты.

Готовая курсовая работа сдаётся на кафедру в скоросшивателе (отзыв руководителя не прошивается, а вкладывается в курсовую работу).

Для проведения защиты курсовых работ заведующим кафедрой создается комиссия в составе не менее 3 человек из числа НПП, обеспечивающих реализацию дисциплины соответствующей кафедры, в том числе научных руководителей, а также представителей работодателей и иных заинтересованных лиц. Состав комиссии утверждается решением заседания кафедры и вносится в протокол.

Дата защиты устанавливается в срок не позднее, чем за неделю до зачетно-экзаменационной сессии.

Процедура защиты курсовой работы регламентируется методическими рекомендациями для обучающихся, утвержденными на заседании кафедры.

Защита курсовой работы проводится в форме публичного выступления студента – краткого доклада (8-10 минут) по теме курсовой работы и ответов обучающегося на вопросы преподавателя(ей).

Выступление обучающегося на защите курсовой работы должно:
быть четким и лаконичным;
демонстрировать понимание освещаемой проблемы;
освещать выводы и результаты проведенного исследования.

Выступление может сопровождаться презентацией.

Обучающийся, не предоставивший в установленный срок курсовую работу или не защитивший ее по неуважительной причине, считается имеющим академическую задолженность и должен ликвидировать ее в установленном порядке.

Курсовая работа, оцененная на защите неудовлетворительно, перерабатывается и предоставляется на проверку тому же научному руководителю.

В случае не допуска курсовой работы к защите, научный руководитель курсовой работы проставляет в экзаменационной ведомости студенту неудовлетворительную оценку.

Итоги выполнения курсовых работ анализируются на выпускающих кафедрах.

6. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ И ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВЫХ РАБОТ

Содержательно курсовая работа представляет собой всестороннее рассмотрение предмета исследования по избранной теме, включающее все этапы научной работы: формулировку проблемной ситуации и обоснование ее актуальности, анализ имеющихся научных взглядов и подходов к исследованию проблемы, представление авторской гипотезы и аргументацию выбора методов ее исследования.

В этом случае курсовая работа строится следующим образом:

формулировка проблемы;

изучение существующих информационных источников;

анализ имеющихся научно-теоретических подходов к проблеме.

Курсовая работа по модулю «Формирование маркетинговой стратегии» представляет собой теоретическое исследование в соответствии с избранной тематикой, общий объем курсовой работы составляет 45-50 страниц. Приложения (рисунки, графики, схемы, таблицы, описание методик) не входят в общий объем курсовой работы.

Курсовая работа должна иметь следующую структуру:

титульный лист (Приложение Г);
содержание (с указанием страниц) (Приложение Д);
введение;
основная часть (состоит из глав и параграфов);
заключение;
список использованных источников;
приложения (при необходимости);
перечень сокращений, условных обозначений, символов, единиц и терминов (при необходимости).

Титульный лист курсовой работы должен содержать название:
образовательной организации;
факультета;
кафедры, на которой выполнена работа;
дисциплины;
темы работы;
фамилию, имя, отчество автора;
курса, группы, формы обучения;
ученое звание, ученую степень, должность, фамилию, имя, отчество
научного руководителя;
запись «К защите»;
запись «Работа защищена с оценкой»;
г. Донецк;
год выполнения.

Введение должно содержать следующие обязательные компоненты:

общее описание проблемы, которой посвящена работа; степень ее разработанности;

обоснование актуальности избранной темы исследования;

формулировка цели исследования, а также задач, решение которых необходимо для достижения поставленной цели;

объект и предмет исследования – это процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию и избранное для определения. Предмет исследования содержится в пределах объекта;

структура работы, как правило, обусловлена поставленными в работе задачами.

Во введении (1-2 стр.) обосновывается актуальность темы, формируются цель и задачи исследования, степень изученности данной проблемы, объект и предмет исследования, раскрывается структура работы, информационная база и методика исследования.

Основная часть состоит из трёх глав, которые делятся на параграфы.

Первая глава курсовой работы является теоретическим исследованием проблемы и выполняется на основе анализа и обобщения имеющейся отечественной и зарубежной литературы (научной, специальной), законодательных, нормативных, статистических и других материалов.

В этой главе дается определение основных понятий, рассматриваются концепции и история их развития, анализируются факторы, влияющие на предмет исследования. Основное внимание в данном разделе должно быть уделено критическому анализу различных подходов, теорий, концепций, точек зрения по предмету исследования и обоснованной аргументации собственной позиции и взглядов автора на решение проблемы. Теоретические положения, сформулированные в этом разделе, должны стать исходной научной базой для выполнения последующих разделов курсовой работы.

В тексте должны содержаться ссылки на использованные источники.

Примерный объём первой главы 10 - 15 страниц.

Вторая глава носит аналитический характер. Вначале следует дать характеристику организации (предприятия), по материалам которой проводится исследование, и показать состояние предмета исследования. Затем в краткой форме необходимо указать наименование, форму собственности и виды деятельности организации; дать характеристику выпускаемой продукции (производимых работ, оказываемых услуг, выполняемых функций); привести схемы производственной и организационной структуры; описать типы производства, режим и регламент работы; представить таблицы основных технико-экономических показателей и другую необходимую информацию.

Студент не должен ограничиваться только констатацией фактов – он должен выявить проблемы и тенденции развития объекта, вскрыть недостатки и проанализировать причины, их обусловившие, а также наметить пути их возможного устранения. Анализ деятельности организации следует проводить с применением современных методов и моделей, пакетов прикладных программ и современных информационных технологий.

Проведенный в данной главе анализ исследуемой проблемы (с учетом прогрессивного отечественного и зарубежного опыта стратегического управления) служит базой для разработки предложений и рекомендаций по улучшению деятельности организации.

От полноты и качества выполнения анализа зависит обоснованность выводов. Основой для выводов и предложений должно стать сравнение теоретической модели с действительным состоянием, выявленным в процессе анализа.

По итогам анализа необходимо сделать выводы, которые послужат основой написания третьей главы. Общий объём второй главы около 10-15 страниц.

В третьей главе студент должен разработать предложения по совершенствованию стратегического развития организации и улучшению технико-экономических показателей ее деятельности. Необходимо указать методы и способы реализации предложенных мероприятий, а также эффект, который при этом может быть получен.

Предложения и рекомендации должны носить конкретный характер (что, где и когда надо сделать, кто должен реализовать предложенные мероприятия, какой экономический эффект будет получен). Предложенные мероприятия должны быть аргументированы, логически взаимосвязаны с выводами первой и второй глав. Общий объём главы 10-15 страниц.

В заключении (2-3 страницы) рекомендуется коротко, но аргументировано сделать основные выводы, полученные в ходе анализа проблемы, сформировать позицию автора по ключевым вопросам теории и практики изучаемого объекта. Из заключения должно быть ясно, что цель и задачи курсовой работы полностью выполнены.

При выполнении научного исследования обучающийся должен изучить имеющиеся нормативно-правовые, библиографические, статистические и иные источники по теме исследования.

Список использованных источников содержит источники и литературу, которые использованы автором при написании работы.

В приложениях приводятся материалы, использование которых в тексте работы нецелесообразно из-за их большого объема, а также вспомогательные материалы и промежуточные расчеты.

Важным является раскрытие темы работы.

Рекомендуется для систематизации материалов, а также выводов, оформлять их в виде таблиц, схем, диаграмм, рисунков, а при необходимости и возможности иллюстрировать статистическими данными (Приложение Е,Ж,З).

В конце каждой главы следует делать выводы.

Обучающийся должен провести тщательный критический анализ подобранных материалов; глубоко осмыслить высказывания различных авторов об исследуемой теме, приведя их в своей работе, высказать свое мнение по рассматриваемому кругу вопросов, раскрывая доводы в его обоснование.

Материал должен излагаться последовательно и логично на протяжении всей работы. Главы работы должны быть увязаны между собой. Особое внима-

ние должно быть уделено переходам от одной главы к другой, от вопроса к вопросу.

Стиль написания курсовой работы – безличный монолог, т.е. изложение материала должно быть представлено от третьего лица без употребления форм первого и второго лица, местоимений единственного числа. Во всей работе должно быть обеспечено единообразие терминов, обозначений и условных сокращений.

Язык работы – русский, стиль – научный, четкий, без орфографических и синтаксических ошибок; последовательность – логическая.

Непосредственное переписывание в работе материалов из Интернет-источников недопустимо (за исключением случаев прямого цитирования).

Курсовая работа должна быть напечатана с помощью текстового редактора на одной стороне страницы стандартного белого листа бумаги формата А4 (210x297 мм); шрифт – Times New Roman; кегль – 14; межстрочный интервал – 1,5 (до тридцати строк на странице); с соблюдением размеров полей: верхнее, нижнее – 20 мм, слева – 30 мм, справа – 15 мм; абзац – 1,25 см. Печать должна быть четкой, черного цвета, средней жирности.

Заголовки структурных частей работы «СОДЕРЖАНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «НАЗВАНИЕ ГЛАВЫ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ», «ПРИЛОЖЕНИЯ» печатаются большими жирными буквами по центру страницы. Заголовки параграфов печатаются маленькими жирными буквами (кроме первой прописной) с абзаца и выравниваются по ширине. Точка в конце заголовка не ставится. Если заголовок состоит из двух или более предложений, их разделяют точками.

Расстояние между заголовком структурных частей работы и текстом должен составлять 2 интервала основного текста, между заголовком параграфов и текстом – 1 интервал.

Каждую структурную часть и новую главу курсовой работы следует начинать с новой страницы.

Номера страниц проставляют в середине верхнего поля листа арабскими цифрами при соблюдении сквозной нумерации по всему тексту работы. Точка в номере страницы не ставится. Нумерация страниц, глав, параграфов, рисунков, таблиц, формул изображается арабскими цифрами без знака №.

Титульный лист и содержание включаются в общую нумерацию страниц, но номер страницы на них не проставляется. Нумерация начинается со страницы – «ВВЕДЕНИЕ».

Нумерация глав осуществляется по порядку в пределах всей работы и обозначается арабскими цифрами, отделяемыми точкой. Параграфы нумеруются арабскими цифрами в пределах каждой главы. Номер параграфа состоит из номера главы и порядкового номера параграфа, разделенных точкой, например, 1.3. (третий параграф первой главы)

«СОДЕРЖАНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ», «ПРИЛОЖЕНИЯ» – не нумеруют как главу.

Содержание иллюстраций должно дополнять текст работы, раскрывать суть явления, наглядно иллюстрировать размышления обучающегося, поэтому в тексте на каждую из них должна быть ссылка с соответствующим комментарием.

Иллюстрации (схемы, графики и т.п.) и таблицы следует подавать в курсовой работе непосредственно после текста, где они упомянуты впервые, или на следующей странице. Если они содержатся на отдельных страницах работы, их включают в общую нумерацию страниц. Иллюстративные или табличные материалы, размеры которых превышают формат А4, размещают в приложениях. На все иллюстрации должны быть ссылки в тексте.

Иллюстрации обозначают словом («Рис.») и нумеруют последовательно в пределах главы, за исключением иллюстраций в приложениях. Номер иллюстрации должен состоять из номера главы и порядкового номера иллюстрации, разделённых точкой: например, «Рис. 1.2» – второй рисунок первой главы. Но-

мер иллюстрации, ее название и пояснительные подписи размещают последовательно под иллюстрацией по центру (Приложение Ж).

Простые внутрискладочные и складочные формулы должны быть набраны символами без использования специальных редакторов (допускается использование специальных символов из шрифтов Symbol, Greek Math Symbols, Math-PS, MathA, MathematicaBTT). Сложные и складочные формулы должны быть целиком набраны в редакторе формул Microsoft Equation 2.0, 3.0.

Формулы в курсовой работе нумеруются в пределах главы. Номер формулы состоит из номера главы и порядкового номера формулы в главе, разделенных точкой. Номера формул пишут у правого поля страницы на уровне формулы в круглых скобках, например, (3.1) – первая формула третьей главы. Пояснение значений символов, числовых коэффициентов в формулах предоставляется непосредственно после формулы в той последовательности, в которой они представлены в формуле, и каждое – с новой строки.

Первую строку пояснения начинают со слова «где» без двоеточия, без абзаца.

В тексте формулы выделяются строками, т.е. выше и ниже каждой формулы нужно оставлять один интервал. Если уравнение не помещается в одну строку, его следует перенести после знака равенства (=) или после знаков плюс (+), минус (-), умножения (\times) и деления ($/$) (Приложение И).

Таблицы нумеруют последовательно (за исключением тех, что размещены в приложениях) в пределах глав. В правом верхнем углу размещают надпись «Таблица» с указанием ее номера, который состоит из номера главы и порядкового номера таблицы, разделенных точкой: например, Таблица 2.3 (третья таблица второй главы). Название таблицы находится над ней, по центру страницы.

При переносе таблицы на другую страницу в правом верхнем углу над последующими частями пишут «Продолжение табл. 2.3».

В таблицах необходимо обязательно указывать единицу измерения. Если все единицы измерения одинаковы для всех показателей таблицы, они приводятся в заголовке. Единицы измерения должны приводиться в соответствии со

стандартами. Числовые величины в таблице надо указывать с одинаковым количеством десятичных знаков. Заголовки колонок таблиц начинаются с большой буквы.

При ссылке в тексте слово «таблица» пишут сокращенно: например, в «табл. 1.2.». В повторных ссылках на таблицы и иллюстрации необходимо применять сокращенное слово «смотри»: например, «см. табл. 1.2.» (Приложение Е).

Ссылки в курсовой работе на источники информации следует отмечать порядковым номером ссылок, выделенным двумя квадратными скобками, например, в работах [1;3 – 9]. При цитировании одного источника необходимо указывать страницу [1, с. 223].

Источники в списке необходимо размещать в алфавитном порядке или в порядке упоминания в тексте. Сведения о включенных в список источниках следует подавать в соответствии с требованиями. ГОСТ 7.1.2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».

Приложения являются продолжением курсовой работы и размещаются в порядке появления ссылок на них по тексту.

Приложения имеют дополнительное, обычно справочное значение, но являются необходимыми для более полного, целостного восприятия работы.

По содержанию приложения могут быть очень разнообразны: копии подлинных документов, выдержки из отчетных материалов, отдельные положения из инструкций и правил и т.д. По форме они могут представлять собой текст, таблицы, графики, рисунки и т.п.

Приложение имеет заголовок, напечатанный строчными буквами с первой большой буквы, выравнивание по центру страницы.

В правом верхнем углу с первой большой буквы печатается слово «Приложение» и рядом – большая буква, обозначающая приложение.

Приложения последовательно обозначаются заглавными буквами русского алфавита, за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ъ, Ы, Ь. На каждое приложение

должна быть ссылка в тексте. Единственное приложение обозначается как «Приложение А».

В Заключении, которое может составлять около 3-5 страниц, следует обобщить результаты выполненного исследования, четко сформулировав основные выводы из каждой главы работы, к которым пришел автор.

Выводы должны быть конкретными и не касаться вопросов, которые выходят за рамки того, что было рассмотрено в основном тексте.

Список использованных источников оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.100–2018 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание.

Список использованных источников должен содержать перечень законов, учебников, пособий, статей, монографий, Интернет-ресурсов (как текстовых, так и электронных ресурсов), используемых при выполнении курсовой работы. Он включает в себя все источники информации, на которые имеются ссылки в тексте работы.

Список использованных источников должен содержать не менее 15-20 наименований со сроком издания преимущественно за последние 10 лет.

Завершенная и оформленная надлежащим образом курсовая работа предоставляется руководителю практики от кафедры для подготовки отзыва на защиту.

7. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КАЧЕСТВА ВЫПОЛНЕНИЯ И ЗАЩИТЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа является одним из видов индивидуальных заданий учебно-исследовательского, творческого характера, который имеет целью не только углубление, обобщение и закрепление знаний обучающихся по новой учебной дисциплине, но и применение их при решении конкретной профессиональной задачи, а также выработку умения самостоятельно работать с учебной и науч-

ной литературой, используя современные информационные средства и технологии.

Курсовые работы, как правило, имеют учебно-исследовательский характер и выполняются в основном по фундаментальным учебным дисциплинам. Ориентировочные критерии оценивания курсовой работы и распределение баллов по ним приведены в таблице 7.1.

Таблица 7.1.

Критерии и основные требования к выполнению курсовой работы

Критерии и основные требования к выполнению	Количество баллов		
	«отлично»	«хорошо»	«удовлетворительно»
Полнота изложения материала и степень раскрытия проблемы	40-37	37-32	32-29
Исследовательские навыки	10-9	9-7	7-4
Аналитические навыки и критическое мышление	20-17	17-13	13-9
Оригинальность выводов и рекомендаций	15-13	13-11	11-8
Соблюдения требований к оформлению	5	5-4	4-3
Защита работы	10-9	8	7
Всего баллов	100-90 (A)	89-75 (B, C)	74-60 (D, E)

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Баринов, В.А. Стратегический менеджмент: учеб. пособие / В. А. Баринов, В. Л. Харченко. – Москва : ИНФРА-М, 2008. – 288 с. – Текст : непосредственный.
2. Бургат, В. В. Учебно-методическое пособие по изучению дисциплины «Стратегический маркетинг» : учебно-методическое пособие / В. В. Бургат. — Омск : ОмГУПС, 2020. – 25 с. – Текст : непосредственный.
3. Веснин, В.Р. Стратегическое управление: учебник / В. Р. Веснин. – Москва : Проспект, 2006. – 328 с. – Текст : непосредственный.
4. Виханский, О. С. Стратегическое управление: учебник / О.С. Виханский – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Экономисте, 2008. – 296 с. – Текст : непосредственный.
5. Волкогонова, О. Д. Стратегический менеджмент : учебник / О.Д. Волкогонова, А. Т. Зуб . – Москва : Форум: ИНФРА-М, 2006. – 256 с. – Текст : непосредственный.
6. Гончаров, В. Н., Гончаренко М. А., Шевченко М. Н., Толлок И. В. Организация выбора рациональной стратегии инновационного развития предприятия : монография. – Луганск : Изд-во «Ноулидж», 2016. – 200 с. – Текст : непосредственный.
7. Зайцев, Л.Г. Стратегический менеджмент: учебник / Л.Г. Зайцев, М.И. Соколова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Магистр, 2008. – 526 с. – Текст : непосредственный.
8. Котляревская, И. В. Стратегический маркетинг: учебное пособие для студентов вуза, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент». – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2019. – 138 с. – Текст : непосредственный.
9. Комлев, Е. Б. Маркетинговые стратегии и маркетинговый анализ в управлении проектами: учебное пособие. – Москва: Московский гуманитарный университет, 2016. – 199 с. – Текст : непосредственный.

10. Латышев, Д. В. Маркетинговые технологии и стратегии в управленческой деятельности организации. Теоретический курс: учебное пособие для студентов высших учебных заведений / Д.В. Латышев, Т.М. Гомаюнова. – Волгоград : Волгоградский государственный социально-педагогический университет, «Перемена», 2019. – 135 с. – Текст : непосредственный.

11. Лужнова, Н. В. Стратегический маркетинг : учебник / Н. В. Лужнова, О. М. Калиева, М. С. Мантрова. – Оренбург : ОГУ, 2015. – 246 с. – Текст : непосредственный.

12. Мандыч, И. А. Управление стратегией организации : учебное пособие / И. А. Мандыч, А. В. Быкова. – Москва : РТУ МИРЭА, 2021. – 64 с. – Текст : непосредственный.

13. Облой, К. Стратегия успешной компании пер. с пол. / К. Облой. – Москва : Изд-во деловой и учеб. лит, 2012. – 472 с. – Текст : непосредственный.

14. Парахина, В.Н. Стратегический менеджмент: учебник / В.Н. Парахина, Л. С. Максименко, С. В. Панасенко. – Москва : КноРус, 2005. – 496 с. – Текст : непосредственный.

15. Сейфуллаева, М. Э. Маркетинговые стратегии современных ТНК : монография. – Москва : Научный консультант, 2016. – 202 с.

16. Стратегический менеджмент: учебник / под ред. А. Н. Петрова. – Санкт-Петербург : Питер, 2012. – 496 с. – Текст : непосредственный.

17. Фатхутдинов, Р.А. Стратегический менеджмент: учебник / Р. А. Фатхутдинов. – 9-е изд., испр. и доп. – Москва : Дело, 2008. – 448 с. – Текст : непосредственный.

18. Формирование маркетинговой стратегии: конспект лекций для обучающихся 2 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») всех форм обучения / ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС», Кафедра маркетинга и логистики ; сост. В. Ю. Лунина. – Донецк : ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС», 2021. – 150 с. – Текст : непосредственный.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ КУРСОВЫХ РАБОТ

1. Разработка маркетинговой стратегии предприятия (на примере...)
2. Стратегическое планирование на предприятии.
3. Разработка конкурентной стратегии предприятия
4. Выбор стратегии как один из ключевых факторов в стратегическом развитии
5. Формирование маркетинговой стратегии предприятия сферы услуг.
6. Стратегический анализ диверсифицированной компании.
7. Методы портфельного анализа предприятия.
8. Управление реализацией стратегии предприятия.
9. Оценка и контроль хода реализации стратегии.
10. Разработка функциональных стратегий предприятия.
11. Анализ внешней среды как исходный пункт разработки стратегии.
12. Основные типы конкурентных преимуществ и стратегий бизнеса.
13. Стратегический менеджмент в организациях малого бизнеса
14. Роль стратегического менеджмента в современном управлении
15. Инструменты стратегического анализа и оценки организации.
16. Разработка маркетинговой стратегии некоммерческой организации.
17. Разработка маркетинговой стратегии образовательной организации.
18. Разработка стратегии управления персоналом организации.
19. Маркетинговая стратегия как фактор конкурентоспособности предприятия.
20. Формирование маркетинговой стратегии торгового предприятия.
21. Анализ влияния стратегического управления на перспективы долгосрочного развития предприятия.
22. Повышение конкурентоспособности предприятия на основе внедрения стратегического планирования.
23. Роль стратегии в достижении долгосрочных целей предприятия.

24. Формирование организационной культуры и её роль в стратегическом развитии предприятия.

25. Выбор рациональной стратегии как один из ключевых факторов развития предприятия.

26. Стратегические изменения и их влияние на дальнейшее развитие предприятия.

27. Влияние продуктовых стратегий предприятия на успех в конкурентной борьбе в условиях рыночной экономики.

28. Оценка эффективности реализации маркетинговой стратегии предприятия.

29. Организация контроля процесса стратегического планирования.

30. Цифровые технологии в методах изучения рынках.

31. Проведение маркетингового анализа с использованием современных цифровых технологий.

32. Роль маркетингового анализа на предприятии торговой сферы.

33. Организация процесса изучения рынка на современном предприятии.

34. Процесс осуществления маркетингового анализа на промышленном предприятии.

35. Методы маркетингового анализа в определении новых рынков сбыта.

Заведующему кафедрой маркетинга и логистики

Т.А. Поповой

Студента 2 курса
очной (заочной) формы обучения
группы _____

(ФИО студента)

Заявление

Прошу разрешить мне подготовку курсовой работы по модулю «Формирование маркетинговой стратегии» по теме _____

и назначить научным руководителем _____

« ____ » _____ 20 ____ г.

(подпись студента)

Научный руководитель
_____ ФИО

(подпись)

**Отзыв научного руководителя на курсовую работу
по модулю «Формирование маркетинговой стратегии»**

Студента (ки) _____
 ____ курса группы _____ образовательной программы магистратуры _____
 формы обучения, направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический
 маркетинг и бренд-менеджмент») на тему «.....»

№ п/п	Критерии оценки	Оценка научного руководителя
1.	Соответствие содержания курсовой работы теме	
2.	Актуальность темы курсовой работы	
3.	Логичность плана и структуры работы (степень соотношения разделов и параграфов)	
4.	Степень самостоятельности и инициативности студента, умение пользоваться литературой	
5.	Полнота раскрытия содержания темы	
6.	Степень полноты и самостоятельности выводов	
7.	Соответствие оформления работы, в том числе библиографического списка и сносок, стандартам	
8.	Возможность использования полученных результатов на практике и продолжения работы над темой в рамках выпускной квалификационной работы	
9.	Теоретические и прикладные достоинства работы	
10.	Недостатки работы	
11.	Рекомендация научного руководителя («К защите» или «На доработку»)	
12.	Рекомендуемая оценка руководителя	

Комментарии к оценке:

Научный руководитель _____
 (подпись)

_____ (ФИО)

_____ (учёная степень, звание, должность)

«__» _____ 20__ г.

Титульный лист

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 Федеральное государственное бюджетное образовательное
 учреждение высшего образования
 «Донецкая академия управления и государственной службы»

Факультет производственного менеджмента и маркетинга
 Кафедра маркетинга и логистики



КУРСОВАЯ РАБОТА
 по модулю «Формирование маркетинговой стратегии»
 на тему «...»

студента (ки) __ курса группы _____
 образовательной программы _____
 _____ формы обучения
 (очной (заочной))

 (фамилия и инициалы)
 направления подготовки 38.04.02 Менеджмент
 (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)

Научный руководитель

 (фамилия и инициалы научного руководителя)

 (учёная степень, звание, должность)

К защите допустить
 с оценкой _____

Защищено
 с оценкой _____

 (подпись преподавателя)
 “ ” 20__ Г.

 (подпись преподавателя)
 “ ” 20__ Г.

Донецк
 20__

*Пример оформления содержания курсовой работы
на тему «Стратегический менеджмент в организациях малого бизнеса»*

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА	5
1.1 Сущность и функции стратегического менеджмента	5
1.2 Процесс разработки стратегии организации малого бизнеса	9
1.3. Механизм реализации стратегии развития организации малого бизнеса	13
Выводы по главе 1	18
ГЛАВА 2. АНАЛИТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА	19
2.1 Общая характеристика организаций малого бизнеса	19
2.2 SWOT-анализ деятельности организации малого бизнеса	22
2.3 Стратегическая сегментация регионального рынка	25
Выводы по главе 2	27
ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ МАЛОГО БИЗНЕСА	28
3.1 Разработка стратегии организации малого бизнеса	28
3.2 Создание структуры управления организации малого бизнеса, ориентированной на решение проблем стратегического менеджмента	32
Выводы по главе 3	36
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	43
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	44
ПРИЛОЖЕНИЯ	46

Пример оформления таблиц

Проведем SWOT-анализ предприятия и представим данные в таблице 2.1.

Таблица 2.1

SWOT-анализ ООО «Лаконд»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> - традиции производства, которым доверяют потребители; - собственная система распространения продукции; - высокое качество продукции; - приемлемая цена; - широкий ассортимент; - лояльность покупателей; - высококвалифицированный персонал и налаженные технологические процессы; - высокий контроль качества; - спрос на продукцию; - финансовая устойчивость 	<ul style="list-style-type: none"> - зависимость от поставщиков; - сильные конкуренты; - политическая нестабильность
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> - внедрение современных технологий; - расширение ассортимента; - завоевание новых долей рынка; - появление новых поставщиков; - повышение покупательской способности; - появление или/и усовершенствование технологий производства 	<ul style="list-style-type: none"> - экономическая нестабильность; - появление конкурентов; - повышение цен на сырье; - рост налогов; - уменьшение платежеспособного населения

Исходя изданных, представленных в таблице 2.1, можно сделать следующие выводы.....

Пример оформления рисунков

Структура информационной системы представляет собой совокупность подсистем, взаимодействующих в одном процессе и для достижения одной цели (рис. 1.2).



Рис.1.2 Структура информационной системы [21, с. 79]

Среди подсистем можно выделять информационное, техническое, математическое, программное, организационное и правовое обеспечение...

Пример оформления формул

Показатель эффективности в обобщенном виде рассчитывается по формуле:

$$eff = \frac{p}{Z}, \quad (1.1)$$

где p – прибыль (суммарная или по конкретному виду продукции);
 Z – суммарные затраты (себестоимость) [4, с. 59].