

Министерство образования Республики Беларусь  
Белорусский государственный университет  
Государственный институт управления и социальных технологий  
Кафедра маркетинга

Методические рекомендации по организации выполнения  
курсовой работы для студентов дневной и заочной форм обучения  
по учебным дисциплинам специальности 1-26 02 03 «Маркетинг»

Составители: Н. С. Медведева, С. П. Мармашова,  
Э. В. Рыбакова, И. В. Иванюкович

Минск  
2015

УДК 339.138:378.147.091.313(07)

М 545

Решение о депонировании документа вынес  
Совет ГИУСТ БГУ, протокол №12 от 06.11.2013 г.

Составители:

Н. С. Медведева, кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга;  
С. П. Мармашова магистр экономики, старший преподаватель кафедры маркетинга;  
Э. В. Рыбакова, магистр экономических наук, старший преподаватель кафедры маркетинга;

И. В. Иванюкович, специалист по учебной и научной работе кафедры маркетинга УО «Государственный институт управления и социальных технологий БГУ»

Рецензенты:

О. С. Голубова, заведующий кафедрой экономики строительства УО «Белорусский национальный технический университет», кандидат экономических наук, доцент;

Г. А. Щербич, кандидат экономических наук, доцент кафедры промышленного маркетинга и коммуникаций УО «Белорусский государственный экономический университет».

Методические рекомендации по организации выполнения курсовой работы для студентов дневной и заочной форм обучения по учебным дисциплинам специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» / ГИУСТ БГУ, Каф. маркетинга; составители: Н. С.Медведева, С. П. Мармашова, Э. В. Рыбакова, И. В. Иванюкович. – Минск : ГИУСТ БГУ, 2015. – 29 с. : ил.

Реферат (аннотация): Методические рекомендации по организации выполнения курсовой работы для студентов дневной и заочной форм обучения по учебным дисциплинам специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» подготовлены в соответствии с Положением об организации подготовки и защиты курсовой работы, итоговой аттестации при освоении содержания образовательных программ высшего образования I ступени в Белорусском государственном университете (утверждено приказом ректора БГУ от 07.02.2014 №47-ОД), на основании «Правил проведения аттестации студентов, курсантов, слушателей при освоении содержания образовательных программ высшего образования» (в ред. постановления Министерства образования Республики Беларусь от 29.05.2012г. №53), Кодексом Республики Беларусь об образовании; требованиями Государственного образовательного стандарта; учебным планом по специальности «Маркетинг» настоящие методические рекомендации устанавливают основные положения, определяющие порядок выполнения курсовой работы студентов специальности: 1-26 02 03 «Маркетинг» на кафедре маркетинга ГИУСТ БГУ.

## СОДЕРЖАНИЕ

1 Общие положения .....	4
2 Порядок подготовки и выполнения курсовой работы.....	5
3 Структура курсовой работы .....	6
4 Правила оформления курсовой работы.....	9
4.1 Общие требования.....	9
4.2 Заголовки структурных частей работы.....	9
4.3 Нумерация страниц, глав, разделов, подразделов, пунктов.....	10
4.4 Иллюстрации и таблицы .....	11
4.5 Формулы и уравнения.....	12
4.6 Оформление научно-справочного аппарата.....	13
4.7 Оформление списка использованных источников.....	13
4.8 Оформление приложений.....	14
Приложения.....	15

## 1 Общие положения

В соответствии с Положением об организации подготовки и защиты курсовой работы, итоговой аттестации при освоении содержания образовательных программ высшего образования I ступени в Белорусском государственном университете (утверждено приказом ректора БГУ от 07.02.2014 №47-ОД), на основании «Правил проведения аттестации студентов, курсантов, слушателей при освоении содержания образовательных программ высшего образования» (в ред. постановления Министерства образования Республики Беларусь от 29.05.2012г. №53), Кодексом Республики Беларусь об образовании; требованиями Государственного образовательного стандарта; учебным планом по специальности «Маркетинг» настоящие методические рекомендации устанавливают основные положения, определяющие порядок выполнения курсовой работы студентов специальности: 1-26 02 03 «Маркетинг» на кафедре маркетинга ГИУСТ БГУ.

Курсовая работа, как форма текущей аттестации обучающихся при освоении содержания образовательных программ высшего образования I ступени в Белорусском государственном университете, является видом самостоятельной работы обучающихся, представляющей собой решение в курсовой работе учебной задачи по изучаемой учебной дисциплине в соответствии с установленными к курсовой работе требованиями.

Выполнение курсовой работы предполагает внимательное и глубокое изучение специальной литературы, публикаций в периодической печати, нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность предприятий, организаций, фирм. Анализ и обобщение изученного материала способствует объективному отражению в курсовой работе вопросов по теме исследования.

Учебными *целями* курсовой работы являются закрепление и углубление студентами теоретических знаний, практических навыков, полученных в ходе учебного процесса; самостоятельное изучение современной учебной, методической, специальной литературы, периодических изданий; выработка умения публичной защиты; формулировка логически не противоречивых и аргументированных выводов и предложений; использование на практике результатов исследований по выбранной теме.

*Курсовые работы предполагают* формирование у студентов навыков теоретических и экспериментальных исследований, в том числе умения

самостоятельной критической обработки научных материалов и источников и их практической реализации; умения анализировать современный опыт; способностей формулировать выводы, предложения, рекомендации, делать оценки результатов исследования, проводить инженерные расчеты и др. Они нацелены на углубление знаний студентов по актуальным проблемам маркетинга; стимулирование их к самостоятельному научному поиску.

*Курсовая работа направлена на решение* экономической и маркетинговой задачи по изучаемой учебной дисциплине в соответствии с учебным планом или учебной программой.

## **2 Порядок подготовки и выполнения курсовой работы**

Курсовая работа может быть исследовательского и реферативного характера.

Курсовая работа *исследовательского* характера должна содержать результаты теоретических и/или экспериментальных исследований по группе учебных дисциплин кафедры маркетинга, характеристику методов экспериментальной работы, обоснование выбранного метода, основные этапы эксперимента, обработка и анализ результатов аналитической работы.

Курсовая работа *реферативного* характера является систематизацией, анализом и обобщением оригинальных теоретических исследований по конкретной научной проблеме.

Для написания курсовой работы необходимо:

- выбрать тему курсовой работы. Студент вправе выбрать тему курсовой работы из числа утвержденных на кафедре или самостоятельно предложить научному руководителю тему курсовой работы с обоснованием ее целесообразности;

- кафедрой назначается руководитель курсовой работы;

- студент подает заявление в установленные учебным планом сроки на имя заведующего кафедрой на выполнение курсовой работы по выбранной теме (форма заявления представлена в ПРИЛОЖЕНИЕ А);

- выдача задания по курсовой работе и разработка плана. Задание по курсовым работам выдается руководителем:

- в очной форме получения высшего образования задание на выполнение курсовой работы выдается в первые две недели после начала семестра, в котором учебными планами они предусмотрены;

- в заочной форме получения высшего образования задание на выполнение курсовой работы выдается во время лабораторно-экзаменационной сессии, предшествующей семестру, в котором учебными планами они предусмотрены.

Задание по курсовой работе выдается руководителем индивидуально студенту и должно содержать конкретное название темы, необходимые исходные данные, перечень основных литературных источников, перечень графического материала, перечень разделов (глав) и подразделов текстовой части работы. В задании указывается дата выдачи задания и представления работы к защите, задание подписывается студентом и руководителем работы.

Студент обязан представить руководителю курсовую работу, в срок, утвержденный кафедрой, для принятия решения о допуске к защите.

*В случае признания работы неудовлетворительной* (например, ввиду отсутствия практического материала, либо не соответствия объекта анализа курсу дисциплины, либо по каким-то другим объективным причинам) студент обязан внести исправления в работу и затем предоставить ее на повторное рецензирование руководителю с обязательным предъявлением предыдущего варианта работы.

Курсовая работа студента должна быть зарегистрирована на кафедре. Курсовая работа принимается на регистрацию только при наличии допуска к защите (краткая характеристика работы, рекомендуемая оценка) и подписи научного руководителя на титульном листе.

Защита курсовых работ производится перед комиссией, которая формируется заведующим кафедрой в составе не менее двух человек.

### **3 Структура курсовой работы и требования к ее элементам**

Курсовая работа, как форма текущей аттестации студентов при освоении содержания образовательных программ высшего образования I степени, является видом самостоятельной работы обучающихся.

Курсовая работа должна отвечать следующим требованиям:

- иметь практическую направленность;
- базироваться на современных научных достижениях;
- материал должен быть логично и последовательно изложен;
- оформляться в соответствии с правилами оформления курсовых работ.

Структура курсовой работы должна способствовать раскрытию

избранной темы.

***Курсовая работа включает:***

- титульный лист;
- задание на курсовую работу;
- оглавление;
- введение (1-2 страницы);
- основная часть (20-25 страниц для исследовательского типа, 15-20 страниц для реферативного);
- заключение (1-2 страницы);
- список использованных источников (не менее 25 источников);
- приложения.

***Титульный лист*** является первой страницей курсовой работы и оформляется в соответствии с ПРИЛОЖЕНИЕМ Б. Страница титульного листа включается в общую нумерацию страниц курсовой работы. Номер страницы на титульном листе ***НЕ ПРОСТАВЛЯЕТСЯ***.

***Задание на курсовую работу*** оформляется на типовом бланке, представленном в ПРИЛОЖЕНИЕ В, подписывается руководителем, студентом и утверждается заведующим кафедрой. Номер страницы на «Задание на курсовую работу» не ставится и не включается в общую нумерацию страниц.

***В оглавлении*** последовательно перечисляются все заголовки курсовой работы: введение, номера и заголовки глав и подразделов глав, заключение, список использованных источников и приложения с указанием номера страницы, на которой помещен каждый заголовок (ПРИЛОЖЕНИЕ Г).

Во ***введении*** обосновывается актуальность выбранной темы; определяются объект и предмет исследования; формулируются цель и задачи исследования, которые будут решаться в курсовой работе; освещаются основные методы (аналитические, статистические и др.), которые используются для достижения поставленной в курсовой работе цели; приводится краткий обзор литературных источников по теме курсовой работы (ПРИЛОЖЕНИЕ Д).

***Основная часть курсовой*** содержит главы, каждая из которых включает от двух до четырех подразделов.

Основная часть **исследовательской курсовой работы** состоит из двух глав:

- в первой (теоретической) главе на основе изучения работ отечественных и зарубежных авторов студент излагает сущность

исследуемой проблемы, рассматривает различные подходы к ее решению, дает их оценку, обосновывает свою точку зрения. Материал этого раздела должен быть взаимоувязан с последующими разделами курсовой работы. Данная глава является теоретической и методологической основой для изучения проблемы и обоснования путей ее решения на конкретных материалах объекта исследования. Глава может содержать графический иллюстративный материал (графики, таблицы, диаграммы и т.д.), цифровые данные, взятые из официальных источников, включая интернет ресурсы, а также из специальной литературы, обязательно ссылки на опубликованные работы;

– во второй главе анализируется практическая деятельность в исследуемом направлении. Она состоит как минимум из трёх разделов. Включает в себя: краткое описание объекта исследования; аналитическую составляющую; авторские предложения и рекомендации.

Основная часть курсовой работы реферативного характера состоит из двух глав. И представляет собой систематизированный аналитический обзор литературы по конкретной научной проблеме. В ней может анализироваться история вопроса, уровень разработанности проблемы в теории и практике, полученные посредством сравнительного анализа литературы. Обязательным является наличие обобщающих выводов и предложений на основе анализа исследуемых материалов темы.

В **заключении** логически и последовательно делаются выводы и предложения по работе в целом. Выводы и предложения должны быть конкретными, обоснованными, вытекать из результатов проведенного исследования и содержания курсовой работы (ПРИЛОЖЕНИЕ Е, Ж).

**Список использованных источников** должен включать нормативные правовые акты по теме исследования, учебники, учебные пособия, монографии и статьи отечественных и зарубежных авторов, интернет-ресурсы. Расположение литературных источников в списке литературы должно быть следующим:

- указы президента
- законные и подзаконные акты;
- научная литература;
- периодическая литература по теме;
- электронные ресурсы (CD-ROM, интернет- сайты).

**КАК ПРАВИЛО, ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ ДОЛЖНЫ БЫТЬ НЕ СТАРШЕ ДЕСЯТИ ЛЕТ.**

**Приложения** – содержат вспомогательный и дополнительный



материал, который был использован при выполнении курсовой работы, но включение их в текст основной части работы приведет к ее загромождению. По форме, приложения могут представляться в виде текста, таблиц, иллюстраций, графиков, схем, диаграмм, чертежей, анкет, прайс-листов, буклетов, стандартов, ГОСТов, ТУ, рекламных проспектов или буклетов и др. Пример приложения представлен в ПРИЛОЖЕНИИ К.

## **4 Правила оформления курсовой работы**

### **4.1 Общие требования**

Курсовая работа печатается с использованием компьютера и принтера на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Набор текста работы осуществляется с использованием текстового редактора Word. При этом рекомендуется использовать шрифты типа TimesNewRoman размером 14 pt. Количество знаков в строке должно составлять 60-70, межстрочный интервал должен составлять 18 пунктов, количество текстовых строк на странице – 39-40.

Устанавливаются следующие размеры полей: верхнего и нижнего – 20 мм, левого – 30 мм, правого – 10 мм.

Разрешается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания на определениях, терминах, важных особенностях, применяя разное начертание шрифта: курсивное, полужирное, курсивное полужирное, выделение с помощью рамок, разрядки, подчеркивания и другое.

Опечатки и графические неточности, обнаруженные в тексте, допускается исправлять подчисткой или закрашиванием белой краской и нанесением на том же месте исправленного текста (графиков) машинописным или рукописным способами.

Объем работы должен составлять:

- для исследовательского типа до 35 страниц;
- для реферативного типа до 25 страниц.

Иллюстрации, таблицы, список использованных источников и приложения при подсчете объема работ не учитываются.

### **4.2 Заголовки структурных частей работы**

Заголовки структурных частей работы «ОГЛАВЛЕНИЕ»,

«ВВЕДЕНИЕ», «ГЛАВА», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ», «ПРИЛОЖЕНИЯ» печатают прописными буквами в середине строк, используя полужирный шрифт с размером на 1-2 пункта больше, чем шрифт в основном тексте (16 pt). Так же печатают заголовки глав.

Заголовки разделов печатают строчными буквами (кроме первой прописной) с абзацного отступа полужирным шрифтом с размером на 1-2 пункта больше (16 pt), чем в основном тексте.

Заголовки подразделов печатают с абзацного отступа строчными буквами (кроме первой прописной) полужирным шрифтом с размером шрифта основного текста.

В конце заголовков глав, разделов и подразделов точку не ставят. Если заголовок состоит из двух или более предложений, их разделяют точкой (точками). В конце заголовка пункта не ставят точку.

Расстояние между заголовком и текстом должно составлять 2-3 межстрочных интервала. Если между двумя заголовками текст отсутствует, то расстояние между ними устанавливается в 1,5-2 межстрочных интервала. Расстояние между заголовком и текстом, после которого заголовок следует, может быть больше, чем расстояние между заголовком и текстом, к которому он относится (ПРИЛОЖЕНИЕ Л).

Каждую структурную часть работы следует начинать с нового листа.

### **4.3 Нумерация страниц, глав, разделов, подразделов**

Нумерация страниц дается арабскими цифрами. Первой страницей работы является титульный лист, который включают в общую нумерацию страниц работы. На титульном листе номер страницы не ставят, на последующих листах номер проставляют в центре нижней части листа без точки в конце.

Нумерация глав, разделов, подразделов, пунктов, таблиц дается арабскими цифрами без знака «№».

Номер главы ставят после слова «ГЛАВА». Разделы «ОГЛАВЛЕНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ», «ПРИЛОЖЕНИЯ» не имеют номеров.

Разделы нумеруют в пределах каждой главы. Номер раздела состоит из номера главы и порядкового номера раздела, разделенных точкой, например: «2.3» (третий раздел второй главы).

Подразделы нумеруют в пределах каждого раздела. Номер подраздела состоит из порядковых номеров главы, раздела, подраздела, разделенных точками, например: «1.3.2» (второй подраздел третьего раздела первой главы).

Заголовок главы печатают с новой строки, следующей за номером главы.

Заголовки разделов, подразделов приводят после их номеров через пробел.

В конце нумерации глав, разделов, подразделов, а также их заголовков точку не ставят.

#### **4.4 Иллюстрации и таблицы**

Иллюстрации (фотографии, схемы, диаграммы, графики, карты и другое) и таблицы служат для наглядного представления в работе характеристик объектов исследования. Не допускается одни и те же результаты представлять в виде иллюстрации и таблицы.

Иллюстрации и таблицы следует располагать в работе непосредственно на странице с текстом после абзаца, в котором они упоминаются впервые, или отдельно на следующей странице. Они должны быть расположены так, чтобы их было удобно рассматривать без поворота работы или с поворотом по часовой стрелке. Иллюстрации и таблицы, которые расположены на отдельных листах работы, включают в общую нумерацию страниц.

Иллюстрации и таблицы обозначают соответственно словами «рисунок» и «таблица» и нумеруют последовательно в пределах каждой главы. На все таблицы и иллюстрации должны быть ссылки в тексте работы. Слова «рисунок» «таблица» в подписях к рисунку, таблице и в ссылках на них не сокращают.

Номер иллюстрации (таблицы) должен состоять из номера главы и порядкового номера иллюстрации (таблицы), разделенных точкой. Например: «рисунок 1.2» (второй рисунок первой главы), «таблица 2.5» (пятая таблица второй главы). Если в главах приведено лишь по одной иллюстрации (таблице), то их нумеруют последовательно в пределах работы в целом, например: «рисунок 1», «таблица 1».

Иллюстрации должны быть выполнены с помощью компьютерной техники либо чернилами, тушью или пастой черного цвета на белой непрозрачной бумаге. Качество иллюстраций должно обеспечивать

возможность их четкого копирования. Допускается использовать в качестве иллюстраций распечатки с приборов, а также иллюстрации в цветном исполнении (ПРИЛОЖЕНИЕ М).

В работе допускается использование, как подлинных фотографий, так и распечаток цифровых фотографий.

Цифровой материал работ оформляют в виде таблиц. Каждая таблица должна иметь краткий заголовок, который состоит из слова «Таблица», ее порядкового номера и названия, отделенного от номера знаком тире. Заголовок следует помещать над таблицей слева, без абзацного отступа (ПРИЛОЖЕНИЕ Н). Допускается использование в таблице уменьшение шрифта.

#### **4.5 Формулы и уравнения**

Уравнения и формулы следует выделять из текста в отдельную строку. Выше и ниже каждой формулы или уравнения должно быть оставлено не менее одной свободной строки. Если уравнение не уместится в одну строку, то оно должно быть перенесено после знака равенства (=) или после знаков плюс (+), минус (-), умножения (x), деления (:), или других математических знаков, причем знак в начале следующей строки повторяют. При переносе формулы на знаке, символизирующем операцию умножения, применяют знак «х».

Пояснение значений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в которой они даны в формуле.

Формулы в работе следует нумеровать порядковой нумерацией в пределах всей работы арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении на строке.

Ссылки в тексте на порядковые номера формул дают в скобках. Например: ... в формуле (1).

Допускается нумерация формул в пределах раздела. В этом случае номер формулы состоит из номера раздела и порядкового номера формулы, разделённых точкой. Например: (3.1).

Порядок изложения в работе математических уравнений такой же, как и формул (ПРИЛОЖЕНИЕ О).

## **4.6 Оформление научно-справочного аппарата**

Студент обязан при написании работы давать ссылки на источники, материалы или отдельные результаты из которых приводятся в его работе или на идеях и выводах которых разрабатываются проблемы, задачи, вопросы, изучению которых посвящена работа. Такие ссылки дают возможность найти соответствующую литературу и проверить достоверность цитирования, а также необходимую информацию об этом источнике (его содержание, язык, объем и другое). Если один и тот же материал переиздается неоднократно, то следует ссылаться на его последнее издание. На более ранние издания можно ссылаться лишь в тех случаях, когда в них есть нужный материал, не включенный в последние издания.

При использовании сведений из источника с большим количеством страниц студент должен указать в том месте работы, где дается ссылка на этот источник, номера страниц, иллюстраций, таблиц, на которые дается ссылка в работе. Например: «[14, с. 26, таблица 2]» (здесь 14 – порядковый номер в списке использованных источников, 26 – номер страницы, 2 – номер таблицы), или «[18, с. 44]» (здесь 18 – порядковый номер в списке использованных источников, 44 – номер страницы). При ссылке на электронный ресурс или ресурс удаленного доступа указывается его номер из общего перечня источников. Например: «[23]» (здесь 23 – порядковый номер в списке использованных источников).

Ссылки на источники в тексте работы осуществляются путем приведения номера в соответствии со списком использованной литературы. Номер источника по списку заключается в квадратные скобки.

## **4.7 Оформление списка использованных источников**

Список формируется в алфавитном порядке фамилий первых авторов и (или) заглавий. При формировании списка в алфавитном порядке он представляется в виде трех частей. В первой части представляются библиографические источники, в которых для описания используется кириллица, во второй части – латиница, в третьей – иная графика (например: иероглифы, арабское письмо).

В списке использованных источников сведения об источниках нумеруют арабскими цифрами. Сведения об источниках печатают с абзацного отступа. В списке использованных источников после номера

ставят точку.

#### **4.8 Оформление приложений**

Раздел «ПРИЛОЖЕНИЯ» оформляют в конце работы, располагая их в порядке появления ссылок в тексте работы. Не допускается включение в приложение материалов, на которые отсутствуют ссылки в тексте работы.

Каждое приложение следует начинать с нового листа с указанием в правом верхнем углу слова «ПРИЛОЖЕНИЕ», напечатанного прописными буквами. Приложение должно иметь содержательный заголовок, который размещается с новой строки по центру листа с прописной буквы.

Приложения обозначают заглавными буквами русского алфавита.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### Образец заявления на выбор темы курсовой работы

#### ЗАЯВЛЕНИЕ НА КУРСОВУЮ РАБОТУ

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

студент(а,ки) \_\_\_ курса, \_\_\_ группы,  
\_\_\_\_\_ формы обучения

\_\_\_\_\_

(Ф.И. студента)

Контактный телефон \_\_\_\_\_

#### ЗАЯВЛЕНИЕ.

Прошу разрешить мне выполнить курсовую (дипломную) работу на тему:

\_\_\_\_\_

(по дисциплине: \_\_\_\_\_).

Научный руководитель

\_\_\_\_\_

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 201 \_\_\_ г.

Подпись студента

\_\_\_\_\_

Подпись научного руководителя

\_\_\_\_\_

## **ПРИЛОЖЕНИЕ Б**

**Образец оформления титульного листа курсовой работы**

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ И  
СОЦИАЛЬНЫЙ ТЕХНОЛОГИЙ**

**Кафедра маркетинга**

**ПРИНЦИПЫ И МЕТОДЫ МАРКЕТИНГА**

Курсовая работа

Ивановой Ирины Ивановны  
студентки 3 курса,  
специальность «Маркетинг»

Научный руководитель:  
кандидат экономических наук,  
доцент И.И. Петров

Минск, 2015



## ПРИЛОЖЕНИЕ В

### Образец оформления задания на курсовую работу

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ И  
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

**Кафедра маркетинга**

### ЗАДАНИЕ НА КУРСОВУЮ РАБОТУ

Студент \_\_\_\_\_

1. Тема работы \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. Срок предоставления курсовой работы к  
защите \_\_\_\_\_

3. Исходные данные для научного исследования \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4. Содержание курсовой работы

4.1 \_\_\_\_\_

4.2 \_\_\_\_\_

4.3 \_\_\_\_\_

Научный руководитель

\_\_\_\_\_

*подпись, дата, инициалы, фамилия*

Задание принял к исполнению \_\_\_\_\_

*Подпись студента, дата*

## ПРИЛОЖЕНИЕ Г

### Образец оформления оглавления курсовой работы

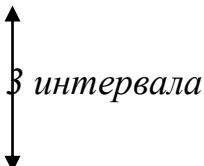
#### ОГЛАВЛЕНИЕ

*3 интервала*

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МЕТОДОВ СБОРА ИНФОРМАЦИИ В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ .....	4
1. Понятие и сущность информации в маркетинговых исследований ...	4
1.2 Методы сбора информации в маркетинговых исследованиях .....	9
ГЛАВА 2 АНАЛИЗ МЕТОДОВ СБОРА ИНФОРМАЦИИ В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	15
2.1 Общая характеристика ОАО «XXXXXXXX».....	15
2.2 Методы сбора информации в маркетинговых исследованиях ОАО «XXXXXXXX».....	20
2.3 Пути совершенствования методов сбора информации в маркетинговых исследованиях ОАО «XXXXXXXX».....	26
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	31
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	34
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	36

Образец оформления введения

**ВВЕДЕНИЕ**



Исследования конъюнктуры рынка имеют огромное значение в системе исследований рынка в целом. Рынок является крайне динамичной единицей коммерческой деятельности, и, следовательно, исследования конъюнктуры просто необходимы для полного восприятия функционирования рынка.

Актуальность исследуемой проблемы для Республики Беларусь состоит в том, что .....

.....

Целью данной работы является разработка рекомендаций ..... по анализу структуры рыночно конъюнктуры.

Для реализации этой цели были поставлены следующие задачи:

1. Рассмотреть теоретические основы исследования рыночной конъюнктуры.

2. ....

3. ....

Объект исследования – рыночная конъюнктура.

Предмет исследования – особенности рыночной конъюнктуры.....

Теоретической и методологической базой исследования послужили труды ведущих отечественных и зарубежных ученых.....

Курсовая работа состоит из 2 глав. В первой главе рассматривается ..... Во второй главе показан анализ .....

## ПРИЛОЖЕНИЕ Е

### Образец оформления заключения для курсовой работы исследовательского типа

#### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

↑  
3 интервала  
↓

Результаты проведенных исследований позволяют сделать следующие выводы и предложения.

1. ....
2. ....
3. ....

Для совершенствования маркетинговой деятельности ОАО «Криница» предлагается принять следующие мероприятия:

1. ....
2. ....

Таким образом, внедрение предложенных мероприятий по совершенствованию будут способствовать .....

## ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

### Образец оформления заключения для курсовой работы реферативного типа

#### ЗАКЛЮЧЕНИЕ



*3 интервала*

Брэндинг проявляется повсюду и является важной частью маркетингового плана.

....

....

Брэнд – совокупность ассоциаций.....

....

....

Брендинговой стратегией называется тот комплекс мер и действий, который направлен на создание правильного имиджа брэнда.....

.....

....

Таким образом, при помощи сети Интернет можно .....

## ПРИЛОЖЕНИЕ И

### Образец оформления списка использованных источников

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

3 интервала

1. Билсберри, Дж. Эффективный менеджер. Взгляды и иллюстрации. Хрестоматия: пер. с англ. / Дж. Билсберри. – Москва: Мим линк, 2001. – 413 с.

2. Бизнес-план развития ОАО «Лента» на 2013 год / ОАО «Лента». – Могилев, 2012. – 69 с.

3. Бланк, С. 4 шага к озарению: Стратегии создания успешных стартапов / С. Бланк. – Москва: Альпина Паблишер, 2014. – 287 с.

4. Бухгалтерский баланс ОАО «Лента» на 01.01.2013 г. / ОАО «Лента». – Могилев, 2013. – 12 с.

5. Годовой отчет, 2013 / ОАО «Лента». – Могилев, 2013. – 87 с.

6. Купер, Б. Стартап вокруг клиента. Как построить бизнес правильно с самого начала / Б. Купер, П. Власковец. – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2012. с 68 с.

7. Кэлтин, К. Управление стартапом: как руководить компанией на разных этапах / К. Кэтлин, Дж. Мэтьюз. – Москва: Манн. Иванов и Фербер, 2011. – 176 с.

.....

10. Пеньковская, Т.Н. Роль и место транспортного комплекса в экономике Республики Беларусь / Т.Н. Пеньковская // География в XXI веке: проблемы и перспективы: материалы Междунар. науч. конф., посвящ. 70-летию геогр. фак. БГУ, Минск, 4–8 окт. 2004 г. / Белорус. гос. ун-т, Белорус. геогр. о-во ; редкол.: Н.И. Пирожник [и др.]. – Минск, 2004. – С. 163–164.

.....

27. Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2005. – Режим доступа :<http://www.pravo.by>. – Дата доступа : 19.04.2013.

28. Официальный сайт ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.butb.by>. – Дата

## Окончание ПРИЛОЖЕНИЯ И

доступа: 19.04.2013.

29. Официальный сайт ОАО «Лента» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.lentabel.by>. – Дата доступа : 19.04.2013.

30. Энциклопедия юного стартапера: кто и в какие проекты готов инвестировать в Беларуси [Электронный ресурс] – 2014. – Режим доступа: <http://kyky.org/mag/tech/entsiklopediia-iunogho-startapiera-kto-i-v-kakiie-proiekty-ghotov-inviestirovat-v-bielarusi>. – Дата доступа: 18.10.2014.

## ПРИЛОЖЕНИЕ К

### Образец оформления приложений

## ПРИЛОЖЕНИЕ N

### Сравнительная характеристика поставщиков

Критерии	Вес критерия	Класс 1 Балл 20	Класс 2 Балл 15	Класс 3 Балл 10	Класс 4 Балл 5	Класс 5 Балл 0
1	2	3	4	5	6	7
<b>1. Цена</b>						
1.1 Уровень цен	21	Ниже всех	Ниже большинства	Средняя рыночная	Выше большинства	Самая высокая
1.2 Стабильность цен	20	Абсолютно стабильны	Небольшие колебания	Колебания в пределах инфляции	Непредсказуемы	Экстремально непредсказуемы
1.3 Встречные поставки	6	Без проблем	Относительно легко	Возможны	Возможны с трудом	невозможны
1.4 Принятие поставщиком транспортных расходов	13	Всегда	Часто	Иногда	Редко	Невозможно
1.5 Возможность оплаты после поставки	17	Без ограничений	С минимальными ограничениями	Возможно частично	Редко	Невозможно
<b>2. Качество</b>						
2.1 Уровень стандартизации	15	Строго соблюдается	Минимальные отклонения	Частичные отклонения	Сильные отклонения	Не соблюдается
2.2 Соответствие договору	16	Уровень рекламаций меньше 0,2%	Уровень рекламаций от 0,2% до 0,5%	Уровень рекламаций от 0,5% до 1%	Уровень рекламаций от 1% до 3%	Уровень рекламаций более 3%



## Окончание ПРИЛОЖЕНИЯ N

1	2	3	4	5	6	7
<b>3. Временной критерий</b>						
3.1 сроки поставки	18	В течении неск-х часов	В течении 1-2 дн.	В течении 3-5 дней	В течении 5-7 дней	Свыше 7 дней
3.2 Соблюдение сроков	19	Без задержек	Задержки в 1%	Задержки в 5% случаев	Задержки в 20% случаев	Задержки постоянно
3.3 Готовность к поставке	3	Не ограничен а	Хорошая	По предв-му согласованию	Плохая	Очень плохая
4. Сервис						
4.1 консульти-е	8	Очень хорошее	Хорошее	Удовлетворит ельное	Минимальное	Нет
4.2 Обучение	7	Очень хорошее	Хорошее	Удовлетворит ельное	Минимальное	Нет
4.3 Обработка рекламаций	13	В течении 3-х дней	От 4 до 7 дней	От 8 до 20 дней	От 21 до 30 дней	Свыше 30 дней

.....

Образец оформления глав и разделов

**ГЛАВА 1**  
**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГА**  
**В СТАРТАП-ПРОЕКТАХ**

↑ 2 интервала

**1.1 Понятие стартапа и его цели**

↑ 1 интервал

«Доводите каждую деталь до совершенства, и доведите до совершенства количество таких деталей». Джек Дорси, сооснователь Twitter.

В этом и состоит главная задача маркетинга в стартап-компаниях. Его значение настолько стратегически глобально и необходимо, что, недооценив это, проект может потерпеть крах еще на подготовительном этапе.

.....

Таким образом, в общем понимании, стартапом является любой молодой бизнес, и в англоговорящих странах такое слово используется уже давно. Однако, начиная с конца девяностых, этот термин приобрел IT-шный оттенок – начали в массовом порядке появляться IT-стартапы. На данный момент в русскоязычных странах словом «стартап» именуют новые информационные проекты, созданные с расчетом на быстрый их рост и высокую, вследствие этого, капитализацию.

↑ 1 интервал

**1.2 Типы стартапов и их значение**

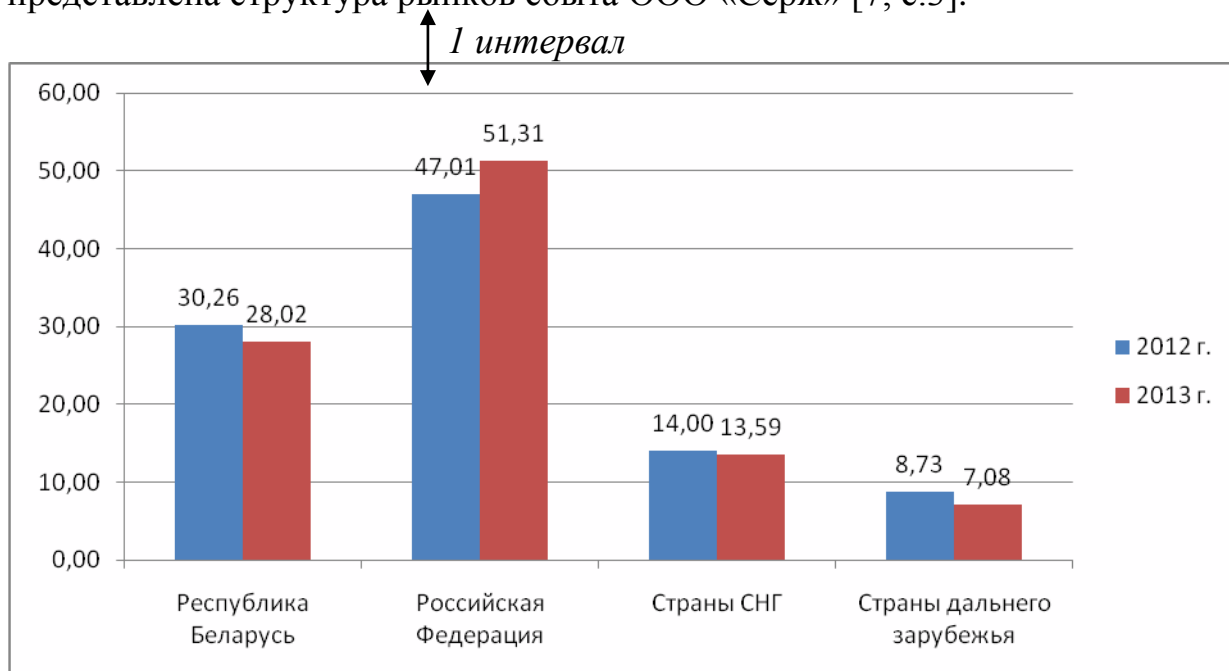
↑ 1 интервал

Стартапы проявляют себя по-разному в зависимости от типа, это отражают данные, которые показывают разницу достаточно четко и могут стать полезными точками отсчета для стартапов. Организации могут более тщательно выстраивать свои действия в соответствии со своим типом, а не действовать, полагаясь на общие рекомендации, которые не имеют к ним никакого отношения. ....

## ПРИЛОЖЕНИЕ М

### Образец оформления рисунков

Широкий ассортимент своей продукции предприятие предлагает как на внутреннем рынке, так и на внешнем рынке. На рисунке 2.2 представлена структура рынков сбыта ООО «Серж» [7, с.3].



**Рисунок 2.2 – Структура рынков сбыта ООО «Серж» за 2012-2013 гг.**

↑ 1 интервал

Как показывают данные рисунка 2.2, ООО «Серж» основную часть своей продукции реализует на территории Российской Федерации - 51,31 %, Республики Беларусь – 28,02 %, стран СНГ – 13,59, стран дальнего зарубежья – 7,08%.

.....

## ПРИЛОЖЕНИЕ Н

### Образец оформления таблицы

Коммунальное унитарное предприятие санитарного транспорта «Минксанавтотранс» обеспечивает специальным транспортом лечебно-профилактические учреждения г. Минска.

.....  
..... Организовано в октябре 1971 года...

.....  
Основные показатели хозяйственной деятельности предприятия за 2012-2014 годы представлены в таблице 2.1 [3, с. 79].

↑ I интервал  
↓ I интервал  
Таблица 2.1 – Основные показатели хозяйственной деятельности предприятия за 2012-2014 годы (млн.руб)

Показатель	Значение по годам			Темп роста,%	
	2012	2013	2014	2012/2013	2013/2014
Объем реализации выпускаемой продукции	63250	73525	85632,9	116,25	116,47
Себестоимость реализованной продукции	53130	62496,3	76212,6	117,63	121,95
Прибыль от реализации	7412	7468,75	3645,53	100,77	48,81
Численность работников, чел.	225	254	279	112,89	109,84
Средняя заработная плата на одного работника в месяц, тыс.руб/чел	1208,15	1512,8	1744,95	125,22	115,35
Производительность труда одного работника, млн.руб/чел	281,11	289,47	306,93	102,97	106,03
Рентабельность,%	11,72	10,16	4,26	86,68	41,91

↑ I интервал  
↓ I интервал  
Как видно из таблицы, объем реализованной продукции в 2013 увеличился на 16,25%, в 2014 на 16,47%. Себестоимость реализованной продукции .....

## ПРИЛОЖЕНИЕ О

### Образец оформления формул

.....  
Например, показатели транспортабельности характеризуют приспособленность продукции к транспортированию, не сопровождающемуся ее использованием или потреблением. Определяются экспериментальным, расчетным или экспертным методами. Например, показатель пригодности продукции к сохранению потребительских свойств при перевозках, он отражен в нормах естественной убыли для отдельных видов продукции (стекло, цемент и т.д.) и рассчитывается по формуле 1 [13, с.34]:

$$\text{КД} = Q_{\text{в}} / Q_{\text{п}} * 100\%, \quad (1)$$

↑ *I интервал*  
↓ *I интервал*

где КД – доля продукции, сохраняющая в заданных пределах свои первоначальные свойства за время перевозок, %;

$Q_{\text{в}}$  – количество выгруженной продукции, сохранившей значения показателей качества в допустимых пределах, в натуральных единицах;

$Q_{\text{п}}$  – количество продукции, погружаемое в транспортное средство, в натуральных единицах.

Эргономические показатели - характеризуют систему «человек – изделие» и учитывают комплекс свойств человека, проявляющихся в производственных и бытовых процессах. К ним относятся гигиенические (освещенность, температура, давление, влажность), антропометрические (одежда, обувь, мебель, пульта управления) и психофизиологические (скоростные и силовые возможности, пороги слуха, зрения и т.п.).