

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Астраханской области
«Астраханский государственный политехнический колледж»
(ГБПОУ АО «АГПК»)

УТВЕРЖДАЮ
Руководитель УМО
 Е.П. Тураева

Методические рекомендации
по написанию курсовой работы

по МДК 04.01. Маркетинговые исследования
для студентов 4 курса
специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества
потребительских товаров

РАССМОТРЕНО
на заседании методической
комиссии СТиД
Протокол № 5
от « 27 » октября 2025 года
Методист отделения
 Салихова Л.С.

СОСТАВИТЕЛЬ:

Черномырдина Е.В. 

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

РАЗДЕЛ 2. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ И СОДЕРЖАНИЮ,
ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ К КУРСОВОЙ РАБОТЕ

РАЗДЕЛ 3. ПОДГОТОВКА К НАПИСАНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

РАЗДЕЛ 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

РАЗДЕЛ 5. ОФОРМЛЕНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

РАЗДЕЛ 6. ПОРЯДОК ЗАЩИТЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

ПРИЛОЖЕНИЕ А. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

ПРИЛОЖЕНИЕ Б. ОБРАЗЕЦ ТИТУЛЬНОГО ЛИСТА КУРСОВОЙ РАБОТЫ

ПРИЛОЖЕНИЕ В. КАЛЕНДАРНЫЙ ГРАФИК ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

ПРИЛОЖЕНИЕ Г. ПРАВИЛА БИБЛИОГРАФИЧЕСКОГО ОПИСАНИЯ

ВВЕДЕНИЕ

Курсовая работа по МДК 04.01 «Маркетинговые исследования» является важной составной частью учебного плана специальности 38.02.05 «Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров». Данная работа призвана закрепить и углубить знания, полученные в рамках дисциплины, а также развить навыки, необходимые для успешной профессиональной деятельности в области товароведения и маркетинга.

Выполнение курсовой работы способствует развитию аналитического мышления, умения работать с информацией, специализированной литературой и базами данных. Студент учится формулировать цели и задачи исследования, выбирать и применять соответствующие методы сбора и анализа данных, а также интерпретировать полученные результаты. Эти навыки необходимы для принятия обоснованных маркетинговых решений в условиях современной рыночной экономики.

В процессе работы над курсовым проектом студент получает возможность более детально изучить теоретические концепции маркетинговых исследований, познакомиться с современными методами и инструментами анализа рынка, поведения потребителей и конкурентной среды. Он также учится критически оценивать существующие подходы и разрабатывать собственные решения для конкретных маркетинговых задач.

Выполнение курсовой работы позволяет оценить уровень подготовки студента к самостоятельной профессиональной деятельности, его готовность применять полученные знания и навыки для проведения маркетинговых исследований и разработки эффективных маркетинговых стратегий.

Выполнение студентом курсовой работы проводится с целью:

- систематизация и закрепление теоретических знаний и практических навыков в области маркетинговых исследований;
- углубление знаний в соответствии с выбранной темой исследования;
- формирование умений применять методы маркетинговых исследований для решения конкретных практических задач;
- развитие навыков работы с информацией, анализа данных и разработки маркетинговых рекомендаций;
- подготовка к государственной итоговой аттестации.

Настоящие методические рекомендации разработаны для оказания помощи студентам в подготовке и защите курсовой работы по МДК 04.01 «Маркетинговые исследования» и содержат требования к структуре, содержанию и оформлению работы.

РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Выполнение курсовой работы по МДК 04.01 «Маркетинговые исследования» осуществляется в рамках изучения профессионального модуля ПМ.04 «Оценка конкурентоспособности товаров и услуг» и направлено на практическое применение полученных знаний для решения комплексных задач, связанных с профессиональной деятельностью будущих специалистов по товароведению и маркетингу:

- углубление и систематизация теоретических знаний в соответствии с выбранной темой маркетингового исследования;
- закрепление полученных знаний и практических умений в области применения методов маркетинговых исследований;
- развитие интереса к исследовательской деятельности в сфере маркетинга;
- формирование навыков самостоятельной работы при проведении маркетинговых исследований;
- овладение умениями обоснованного изложения результатов исследования и разработки рекомендаций;
- выработка умений анализировать рыночную ситуацию, поведение потребителей и деятельность конкурентов, формулировать теоретические и практические выводы;
- развитие творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности при решении маркетинговых задач;
- подготовка к государственной итоговой аттестации.

В ходе выполнения курсовой работы по МДК 04.01 «Маркетинговые исследования» студент должен продемонстрировать способность решать следующие профессиональные задачи:

- определять цели и задачи маркетингового исследования, формулировать гипотезы;
- выбирать и обосновывать методы сбора и анализа данных в соответствии с целями исследования;
- собирать и анализировать информацию о рынке, потребителях и конкурентах;
- интерпретировать результаты исследования и разрабатывать маркетинговые рекомендации;
- оценивать эффективность предлагаемых маркетинговых мероприятий;
- представлять результаты исследования в форме отчета, презентации или иного документа, соответствующего требованиям.

РАЗДЕЛ 2. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ К КУРСОВОЙ РАБОТЕ

Курсовая работа по маркетинговым исследованиям является самостоятельным научным исследованием, демонстрирующим умение студента применять теоретические знания на практике. Она не должна представлять собой реферат или доклад.

Общие требования к курсовой работе:

1. Четкость и логическая последовательность: Изложение материала должно быть организованным, с логичными переходами и аргументацией.
2. Убедительность аргументации: Выводы и рекомендации должны быть обоснованы данными и анализом.
3. Краткость и точность формулировок: Использовать ясные и однозначные формулировки, избегая двусмысленности.
4. Конкретность изложения результатов: Необходимо четко представлять полученные результаты исследования с использованием таблиц, графиков и диаграмм.
5. Обоснованность рекомендаций и предложений: Маркетинговые рекомендации должны быть практически применимы и направлены на решение конкретных проблем.
6. Культура оформления: Работа должна соответствовать требованиям стандартов оформления, методическим указаниям и нормам русского языка. Использование актуальной литературы и нормативных документов.

Содержание курсовой работы должно включать:

1. Теоретическое обоснование: Изложение теоретических основ маркетинговых исследований, их роли и значения для принятия управленческих решений, определения стратегии предприятия.
2. Анализ текущей ситуации: Проведение анализа рынка, потребителей, конкурентов и/или маркетинговой деятельности предприятия.
3. Применение методов маркетинговых исследований: Описание и обоснование используемых методов сбора и анализа данных (опросы, наблюдения, эксперименты, анализ вторичной информации и т.д.).
4. Эмпирическая часть: Результаты проведенного исследования, представленные в виде таблиц, графиков, диаграмм и их интерпретация.
5. Выводы и рекомендации: Формулирование выводов на основе результатов исследования, разработка маркетинговых рекомендаций и стратегий.
6. Оценка эффективности: Оценка потенциальной эффективности разработанных рекомендаций с экономическим обоснованием.

Рекомендуется использовать статистические данные за последние 3-5 лет. При анализе данных требуется использовать современные методы обработки и анализа информации.

Курсовая работа должна опираться на достаточный объем фактического материала. Теоретические положения необходимо подкреплять анализом существующей практики и примерами из деятельности конкретных компаний или отраслей.

Соблюдение перечисленных требований является критерием для оценки студенческой курсовой работы.

РАЗДЕЛ 3. ПОДГОТОВКА К НАПИСАНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Выбор темы курсовой работы. Тема курсовой работы выбирается на основе «Примерной тематики курсовых работ» (см. прил.А), однако студент может предложить и свою тему.

Выбор темы определяется:

- Научными интересами студента в области маркетинга. ;
- Актуальностью тех или иных проблем связанных с маркетинговыми исследованиями для современных организаций;
- Наличием доступа к соответствующим материалам: монографиям, периодическим изданиям, базам данных, результатам исследований.

Выбранная студентом тема курсовой работы согласовывается с научным руководителем и утверждается решением профессиональным модулем ПМ.04 «Оценка конкурентоспособности товаров и услуг».

В процессе выбора темы следует оценить возможность применения различных методов маркетинговых исследований, доступность необходимых данных, а также практическую значимость результатов исследования.

Выбрав тему, определите, согласно ей перечень необходимой литературы, нормативной документации, периодических изданий и других источников.

Изучение литературы по избранной теме имеет своей задачей проследить характер постановки и решения определенной проблемы различными авторами, ознакомиться с аргументацией их выводов и обобщений, с тем, чтобы на основе анализа, систематизирования, осмысления полученного материала выяснить современное состояние вопроса. Студент должен самостоятельно подобрать литературу по избранной теме, используя для этого систематические и алфавитные каталоги библиотек. За помощью при подборе литературы следует обращаться к библиографам библиотек и к научному руководителю. В сети «Internet» можно получить большой объем интересной информации с серверов многочисленных негосударственных агентств и организаций в области маркетинга. Ознакомьтесь с различными подходами к решению проблемы, изучите существующие теории и методы, проанализировать результаты исследований, выявить пробелы в знаниях.

Необходимо ознакомиться с опубликованными статьями в специализированных журналах за последние 3-5 лет.

Для систематизации изученной литературы рекомендуется вести каталог в электронной форме или в виде картотеки.

Обучающемуся, занимающемуся научно-исследовательскими работами, целесообразно подготовить курсовую работу по теме, над которой он сможет продолжить работу в рамках выпускной квалификационной работы. Структура курсовой работы должна включать введение, теоретическую часть, методическую часть, эмпирическую часть (анализ данных), выводы и рекомендации, список литературы

Курсовая работа выполняется по составленному обучающимся плану. План должен раскрывать основную задачу курсовой работы, её целевую установку и узловые вопросы темы. План курсовой работы разрабатывается обучающимся самостоятельно на основании выданного задания и обязательно согласовывается с руководителем применительно к конкретным условиям выбранного объекта исследования.

Руководитель выдает студенту индивидуальное задание, осуществляет контроль за ходом и своевременным, согласно календарного плана, выполнением курсовой работы. Оказывает студенту консультативную помощь в составлении плана курсовой работы, освоении методик исследований, обработке собранных литературных данных и результатов собственных исследований, проверяет содержание работы, оценивает обоснованность сделанных выводов и правильность технического оформления текста работы. Студент обязан выполнять все указания научного руководителя и своевременно предоставлять ему материалы для проверки по курсу «Маркетинговые исследования», выполнить и защитить курсовую работу, после чего он получает допуск для сдачи экзамена по данному курсу.

РАЗДЕЛ 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Структурные элементы курсовой работы перечислены ниже в порядке их расположения и брошюровки.

1. Титульный лист (см. прил. Б).
2. Содержание.
3. Перечень сокращений, условных обозначений, символов, единиц и терминов.
4. Введение.
5. Теоретическая часть.
6. Практическая часть.
7. Заключение.
8. Библиографический список (см. прил. Г).
9. Приложения.

Общий объём курсовой работы, включая рисунки (диаграммы, графики, схемы) и таблицы, составляет 35 -50 печатных страниц. Приложения в объём работы не включаются.

Ориентировочные объёмы структурных элементов:

- введение – 1-2 страницы,
- теоретическая часть – 18-20 страниц,
- практическая часть – 20-22 страниц,
- заключение – 1-2 страниц,
- библиографический список – 1-2 страницы.

Титульный лист является 1-ой страницей курсовой работы и записывается строго по определенным правилам. Пример оформления титульного листа представлен в Приложении 2

Введение является вступительной частью курсовой работы и имеет следующую структуру:

- определить тему работы – сформулировать основную проблему;
- обосновать выбор темы (проблемы), определить объект, предмет исследования, ее актуальность и значимость для науки и практики;
- определить основную цель работы (вытекает из названия темы) и конкретизировать ее исследовательскими задачами (2 – 3 позиции, которые соответствуют цели курсовой работы);
- обозначить на базе какого предприятия (организации, учреждения) выполнена курсовая работа;
- охарактеризовать структуру работы. Введение занимает 2-3 стр. печатного текста.

Раздел первый (аналитический обзор литературы) в нем может быть дана общая экономическая характеристика, например, состояния производства и продажи товаров с использованием статистического материала в целом по стране, региону, области, городу.

Раздел излагается обычно на 10-15 страницах. Успешному написанию этой части работы способствует тщательный подбор литературы, обстоятельное, вдумчивое ее изучение, выявление и обобщение существующих подходов и точек зрения, критическое отношение к изучаемым документам и материалам. Необходимо показать также аргументированное отношение к известным из литературы или принятым на практике традиционным трактовкам рассматриваемых вопросов, понятий, существующим методам их решений. Материал в обзоре следует представлять в собственном изложении и избегать использования элементарных понятий и общеизвестных истин, четко соблюдать этику научного исследования, то есть представлять ссылки на автора и источник информации.

Данный раздел определяет наиболее важные вопросы, которые необходимо решить в работе, служит основой исследования фактических данных в последующих разделах, являющихся логическим продолжением теоретической части.

Раздел второй (практическая часть) может включать несколько подразделов, в которых приводятся характеристика объекта исследования; методов сбора первичной информации; порядок обработки фактических данных; излагаются и анализируются полученные результаты.

Цифровой материал (статистический и результаты проведенных исследований) для удобства анализа группируется, оформляется в виде таблиц, данные которых в текстовой части работы анализируются и комментируются. Основные результаты целесообразно иллюстрировать рисунками.

При анализе статистических материалов необходимо обеспечить их сопоставимость. Например, данные о товарообороте следует приводить в действующих и сопоставимых ценах.

Исследование проводится на основе существующих или разработанных студентом программ, методик, анкет, согласованных с руководителем курсовой работы.

В случае проведения лабораторного эксперимента необходимо выполнять все требования, обеспечивающие объективность и достоверность полученных результатов (подготовка образцов, соблюдение методик и условий испытаний, воспроизводимость опытов, обработка результатов исследования).

При использовании экспертных и социологических методов для оценки ассортимента, конкурентоспособности, показателей качества следует обосновать число

опрашиваемых, (объем выработки) рассчитать степень согласованности их мнений, ошибку опыта.

Для этих целей, а также для выявления закономерностей и тенденций при обработке практического материала используются современные математико-статистические методы анализа.

Достаточная полнота, качество и репрезентативность, а также грамотная математико-статистическая обработка данных с использованием компьютера являются непременным условием объективного анализа и успешного выполнения курсовой работы.

Следует обратить внимание на убедительность аргументации, краткость и точность формулировок, исключающих возможность их неоднозначного толкования; конкретность, изложения результатов работы.

Заключение является важной завершающей частью, подводящей итоги теоретического и практического разделов. В нем должны быть сформулированы по пунктам, четко, кратко, обоснованно выводы и предложения. Они должны носить конкретный характер, логически вытекать из содержания работы и отражать ее основные результаты. Предложения должны основываться на выводах; в них намечаются пути реализации рекомендаций, отмечается их целевая направленность и указываются организации (предприятия, фирмы и др.), их подразделения, которым они адресованы.

Необходимо убедительно обосновать новизну и целесообразность предложений, их экономическую эффективность или возможный социальный эффект. Заключение должно занимать не более 3-4 стр.

В **приложения** рекомендуется включать таблицы вспомогательных цифровых данных; описание аппаратуры и приборов, применяемых при освещении экспериментов, измерений, испытаний; промежуточные математические доказательства, формулы, расчеты; иллюстрации вспомогательного характера.

Приложения к курсовой работе начинают с новой страницы, при этом сверху посередине страницы пишут «Приложение А». Приложения должны иметь заголовок, располагаемый отдельной строкой симметрично относительно текста и начинающийся с прописной буквы. Если приложение переносится на следующий лист (страницу), то на этом листе сверху посередине пишут «Продолжение приложения...», с указанием соответствующей буквы.

Приложения обозначаются по порядку прописными буквами русского алфавита, начиная с А (за исключением букв Е, З, Й, О, Ч, Ь, Ы, Ъ).

Приложения должны иметь общую с остальной частью пояснительной записки сквозную нумерацию страниц. Все имеющиеся приложения должны быть перечислены в

содержании пояснительной записки с указанием их обозначений и заголовков.

Список использованных источников включает все использованные при подготовке курсовой работы источники: нормативные документы, учебную, специальную литературу, специальную периодику. Необходимо использовать электронные ресурсы, в т.ч. полнотекстовые базы данных ВВГУ. Кроме того, для выполнения курсовой работы студенту рекомендуется использовать следующие нормативные документы:

- законы Российской Федерации по социально-экономическим вопросам;
- указы Президента Российской Федерации;
- постановления исполнительных органов власти Российской Федерации;
- инструктивные и методические материалы Министерства экономики и развития и других ведомств;
- национальные стандарты и технические регламенты.

Список должен содержать не менее 25 наименований и отражать современные достижения науки и практики в исследуемой области. В тексте курсовой работы должны быть сделаны ссылки на указанные в перечне литературу и источники. Ссылка делается в квадратных скобках – [23], сразу после текста.

РАЗДЕЛ 5. ОФОРМЛЕНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа представляет собой текстовый документ.

Пояснительная записка состоит из: титульного листа; содержания; введения; основной части; заключения; списка использованных источников; приложений.

Курсовая работа по объему должна быть не более 35 страниц печатного текста (без приложений).

Курсовая работа должна быть сброшюрована. Отзыв с курсовой работой не сброшюровываются.

При выполнении курсовой работы студенты должны пользоваться следующими основными государственными стандартами Единой системы конструкторской документации – ЕСКД:

- «ГОСТ 7.32-2017. Межгосударственный стандарт. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления» (введен в действие Приказом Росстандарта от 24.10.2017 N 1494-ст);

- ИЗМЕНЕНИЕ № 1 ГОСТ 7.32-2001 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления»);

- ГОСТ 7.1.-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание»,

- ГОСТ 7.82.-2001 «Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов» и (или) другим нормативным документам (в т.ч. документам СМК).

Курсовая работа выполняется на листах формата А4 (297x210 мм), расположенных вертикально. В курсовой работе листы подшиваются в следующем порядке: титульный лист, содержание.

1. Текст курсовой работы выполняется на компьютере по следующим правилам:

- шрифт 13 Times New Roman, межстрочный интервал 1,5, выравнивание текста по ширине, абзацный отступ – 1,25 мм;

- в тексте использовать Ж (жирный шрифт), К (курсив), Ч (подчеркивать) нельзя.

Полужирный шрифт применяют только для заголовков разделов и подразделов, заголовков структурных элементов.

2. При расположении текста на листе рекомендуется соблюдать следующие размеры: слева – 30 мм от края листа; справа - 15 мм от края листа; сверху - 20 мм от края листа; снизу от основной надписи - 20 мм.

3. В тексте должны быть использованы общепринятые экономические, юридические и технические термины, условные обозначения и сокращения.

Пример:

т. е. – то есть;

т. к. – так как; и т. д. – и так далее.

Фамилии, названия учреждений, организаций, фирм, название изделий и другие имена собственные приводят на языке оригинала. Допускается транслитерировать имена собственные и приводить названия организаций в переводе на язык пояснительной записки с добавлением (при первом упоминании) оригинального названия.

4. Повреждения листов курсовой работы, помарки и следы не полностью удаленного текста, зачеркивания не допускаются.

5. Математические знаки можно применять лишь в формулах. В тексте их записывают словами. Например, минус, плюс и т. д. Наиболее часто встречаются знаки: №, %, §, их в тексте приводят только с цифрами или буквами, заменяющими цифры. Например, № 5, 7 % и т. д. Отвлеченные числа до десяти пишут только словами, а свыше десяти – цифрами. Например, «установка состоит из четырех основных узлов» или «на установке имеются 12 кронштейнов». Если число имеет размерность, то их пишут цифрами. Например, «производительность скважины 50 т/сутки».

Наименования структурных элементов отчета: "АННОТАЦИЯ", "СОДЕРЖАНИЕ", "ВВЕДЕНИЕ", "ЗАКЛЮЧЕНИЕ", "СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ", "ПРИЛОЖЕНИЕ" служат заголовками структурных элементов пояснительной записки.

Заголовки структурных элементов следует располагать в середине строки без точки в конце, прописными буквами, не подчеркивая. Заголовки разделов и подразделов оформляются с учетом выравнивания текста по ширине.

Каждый структурный элемент и каждый раздел основной части начинают с новой страницы.

Заголовки разделов и подразделов основной части следует начинать с абзацного отступа и размещать после порядкового номера, печатать с прописной буквы, полужирным шрифтом, не подчеркивать, без точки в конце. Пункты и подпункты могут иметь только порядковый номер без заголовка, начинающийся с абзацного отступа.

Содержание курсовой работы должно иметь основную надпись для текстовых документов ГОСТ 2. 104 - 2006. (образец представлен в приложении). Заголовок «СОДЕРЖАНИЕ» пишут по центру листа с прописной буквы. Наименования, включенные в содержание, записывают строчными буквами, начиная с прописной буквы.

Текст пояснительной записки при необходимости разделяют на разделы и подразделы. Каждый раздел начинается с нового листа (страницы). Все разделы нумеруются в пределах всего документа арабскими цифрами без точки. Заголовки разделов, подразделов и пунктов пишут с прописной буквы без точки в конце и записываются с абзацного отступа. Если заголовок включает несколько предложений, их разделяют точками. Перенос слов в заголовках не допускается.

Расстояние между заголовком и тестом должно составлять 3 интервала, между заголовком раздела и подраздела – 2 интервала.

7. Нумерация подразделов производится в пределах каждого раздела и включает в себя номер раздела и порядковый номер подраздела, разделенных точкой. После номера подраздела точка не ставится. Разделы и подразделы могут состоять из одного или нескольких пунктов. Например:

- 3 Название третьего раздела документа
- 3.1 Название первого подраздела третьего раздела документа
- 3.1.1 Пункт первого подраздела третьего раздела документа
- 3.1.2 _____
- 3.2 Название второго подраздела третьего раздела документа
- 3.2.1 Пункт второго подраздела третьего раздела документа
- 3.2.2 _____

Внутри пунктов или подпунктов могут быть приведены перечисления. Перед каждым элементом перечисления следует ставить тире. При необходимости ссылки в тексте на один из элементов перечисления вместо тире ставят строчные буквы русского алфавита со скобкой, начиная с буквы "а" (за исключением букв е, з, й, о, ч, ь, ы, ь). Простые перечисления отделяются запятой, сложные - точкой с запятой.

При наличии конкретного числа перечислений допускается перед каждым элементом перечисления ставить арабские цифры, после которых ставится скобка.

Для дальнейшей детализации перечислений необходимо использовать арабские цифры, после которых ставится скобка, а запись производится с абзацного отступа, как показано на примере.

Пример:

Рассчитать затраты на материалы:

- основные;

- вспомогательные:

1) ветошь;

2) мазут.

8. Страницы отчета следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту пояснительной записки, включая приложения. Номер страницы проставляется в центре нижней части страницы без точки. Номер страницы на титульном листе не проставляют.

9. Рисунки, расположенные на отдельных листах, иллюстрации (графики, диаграммы, схемы), представленные в тексте, именуются рисунками и нумеруются внутри разделов (например, к первому разделу номера рисунок 1.1, 1.2, 1.3 и т.д.).

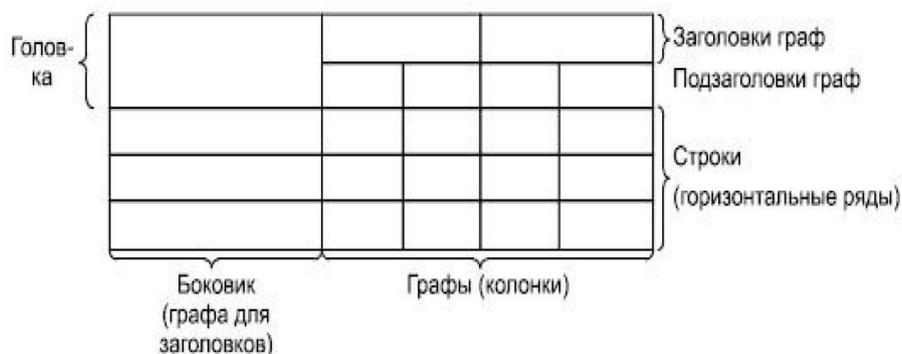
Рисунок должен размещаться сразу после ссылки на него в тексте пояснительной записки. Иллюстрации при необходимости могут иметь наименование и пояснительные данные (подрисуночный текст). Слово "Рисунок", его номер и через тире наименование помещают после пояснительных данных и располагают в центре под рисунком без точки в конце. Перенос слов в наименовании графического материала не допускается. (Например, Рисунок 1.1 – Схема насоса).

При ссылках на иллюстрации в тексте следует писать «... в соответствии с рисунком 1.1».

Рисунки, иллюстрации каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения.

Например - «Рисунок А.1», «Рисунок А.2» и т. д.

10. Цифровой материал рекомендуется оформлять в виде таблиц. Таблицы должны нумероваться внутри каждого раздела (например, ко второму разделу номера таблиц 2.1, 2.2, 2.3 и т.д.) в пределах всей пояснительной записки арабскими цифрами без точки. Таблица _____ - _____ номер название таблицы.



Наименование таблицы следует помещать над таблицей слева, без абзацного отступа в одну строку с ее номером через тире. Каждая таблица должна иметь заголовок, который помещают над соответствующей таблицей в одну строку с номером (образец представлен в приложение). Подчеркивать заголовок не следует. Если таблица

прерывается, и ее продолжение располагают на следующей странице, то над таблицей пишут «Продолжение таблицы...» (только номер).

Если в пояснительной записке одна таблица, она должна быть обозначена "Таблица 1" или "Таблица А.1" (если она приведена в приложении А).

Текст, повторяющийся в строках одной и той же графы и состоящий из одиночных слов, заменяют кавычками. Ставить кавычки вместо повторяющихся цифр, буквенно-цифровых обозначений, знаков и символов не допускается.

Если текст повторяется, то при первом повторении его заменяют словами "то же", а далее кавычками.

В таблице допускается применять размер шрифта меньше, чем в тексте отчета.

Таблицу размещают сразу после ссылки на нее в тексте пояснительной записки.

Если необходимы пояснения или справочные данные к содержанию текста, таблиц или графического материала приводят примечания. Слово "Примечание" следует печатать с прописной буквы с абзацного отступа, не подчеркивая.

Примечания следует помещать непосредственно после текстового, графического материала или таблицы, к которым относятся эти примечания. Если примечание одно, то после слова "Примечание" ставится тире и текст примечания печатают с прописной буквы. Одно примечание не нумеруется. Несколько примечаний нумеруют по порядку арабскими цифрами без точки.

Примеры

1 Примечание - Применение локально введенных кодов обеспечивает определенный уровень гибкости, который дает возможность проводить улучшения или изменения, сохраняя при этом совместимость с основным набором элементов данных.

2 Примечания

1 К тексту дается... .

2 Дополнительные данные... .

11. Формулы, помещенные в пояснительной записке, должны нумероваться внутри каждого раздела в пределах всей пояснительной записки арабскими цифрами и располагаться посередине строки.

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 умещается в одну строку, оно должно быть перенесено после знака равенства (=) или после знаков плюс (+), минус (-), умножения (x), деления (:) или других математических знаков. На новой строке знак повторяется. При переносе формулы на знаке, символизирующем операцию умножения, применяют знак "X".

Пояснение значений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в которой они представлены в формуле. Значение каждого символа и числового коэффициента необходимо приводить с новой строки. Первую строку пояснения начинают со слова "где" без двоеточия с абзаца.

Например: показатель прибыли собственника определяется по формуле:

$$x = \frac{(m_1 - m_2) * 100}{m} \quad (3.1)$$

где x – содержание влаги, %;

m_1 – масса бюксы с навеской до высушивания, гр;

m_2 – масса бюксы с навеской после высушивания, гр;

m – масса бюксы, гр.

12. Статистические данные и другие материалы, взятые из литературных источников, должны обязательно сопровождаться ссылками. Ссылки в тексте на источники допускается указывать порядковым номером библиографического описания источника в списке использованных источников. Порядковый номер ссылки заключают в квадратные скобки. Нумерация ссылок ведется арабскими цифрами в порядке приведения ссылок в тексте независимо от деления на разделы (например, [2]).

Ссылаться следует на документ в целом или на его разделы и приложения.

При ссылках на стандарты и технические условия указывают их обозначение, при этом допускается не указывать год их утверждения при условии полного описания стандарта и технических условий в списке использованных источников в соответствии с ГОСТ 7.1.

Примеры

1 приведено в работах [1] - [4].

2 по ГОСТ 29029.

3 в работе [9], раздел 5.

13. После раздела «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», начиная с новой страницы, размещают список использованных источников. Его включают в содержание пояснительной записки.

В курсовой работе должен быть приведен список использованной, (изученной) автором литературы источников.

Библиографическое описание оставляют непосредственно по произведению печати или выписывают из каталогов и библиографических указателей полностью без пропусков каких-либо элементов, сокращений заглавий и т.п. Благодаря этому можно

избежать повторных проверок, вставок пропущенных сведений.

В работах, используются следующие способы построения библиографических списков: по алфавиту фамилий авторов или заглавий; по тематике; по видам изданий; по характеру содержания; списки смешанного построения.

Для курсовой работы наиболее целесообразно использовать алфавитный способ группировки литературных источников. Для него характерно то, что фамилии авторов и заглавий (если автор не указан) размещены по алфавиту.

Однако не следует в одном списке смешивать разные алфавиты. Иностранные источники обычно размещают по алфавиту после языка научной работы. Сведения о книгах (монографиях, учебниках, справочниках и т. д.) должны включать: фамилию и инициалы автора, заглавие книги, издательство и год издания (см. прил. 4). Сведения о статье из периодического издания (журнала, сборника, газеты) должны включать: фамилию и инициалы автора, заглавие статьи, наименование издания (журнала), наименование серии (если танковая имеется), год выпуска, том (при необходимости, номер издания (журнала), страницы, на которых помещена статья. Наименование издания пишут без кавычек.

При этом следует подчеркнуть, что библиографический аппарат в работе - это ключ к источникам, которыми пользовался автор при ее написании. Кроме того, такой аппарат в определенной мере есть выражение научной этики и культуры научного труда. Именно по нему можно судить о степени осведомленности исследователя об имеющейся специальной литературе по изучаемой проблеме уголовного судопроизводства. Библиографический аппарат работы представлен библиографическим списком и библиографическими ссылками.

Библиографический список - элемент библиографического аппарата, который содержит библиографические описания использованных источников.

Такой список составляет одну из существенных частей работы, отражающей самостоятельную творческую работу ее автора, и потому позволяющий судить о степени фундаментальности проведенного исследования.

Каждый включенный в такой список литературный источник должен иметь отражение в рукописи исследования. Если ее автор делает ссылку на какие-либо заимствованные факты или цитирует работы других-авторов, то он должен обязательно указать в подстрочной ссылке, откуда взяты приведенные материалы. Не следует включать в библиографический список те работы, которые фактически не были использованы.

По окончании оформления курсовая работа должна быть сброшюрована.

Для этого приобретается специальная папка с твёрдой обложкой и наличием кармашка. В кармашек помещается файл с заданием и отзывом, диск с работой и презентацией.

Завершенная работа представляется на факультет в установленные учебным планом сроки.

РАЗДЕЛ 6. ПОРЯДОК ЗАЩИТЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Студенты дневной и заочной форм обучения представляют курсовую работу на отделении в установленный срок (см. прил. В) для рецензирования. В течение 10 дней с даты сдачи работы на отделение преподаватель проверяет работу и пишет на нее отзыв. В нем указываются достоинства и недостатки работы, на которые студент должен обратить внимание. Курсовые работы, получившие положительный отзыв, допускаются к защите.

В процессе подготовки к защите студент должен:

- 1) Внести исправления в работу в соответствии с замечаниями руководителя;
- 2) Ответить на вопросы руководителя, сформулированные в отзыве либо сделанные на полях курсовой работы.

По согласованию с руководителем исправления либо пишутся на обороте листа, где записано замечание, либо они оформляются в виде дополнения к курсовой работе.

Работа, выполненная неудовлетворительно, возвращается для переделки (в соответствии с отзывом преподавателя). При повторной подаче работы; студент представляет также первый вариант работы и отзыв на нее.

Суть защиты курсовой работы в основном сводится к обоснованию предложений, сформулированных студентом по рассматриваемой проблеме. Во время защиты студент должен ответить и на все замечания, сделанные руководителем как в отзыве, так и в тексте курсовой работы. Защита может происходить в виде выступления автора перед студенческой группой и комиссией из состава преподавателей кафедры с последующим обсуждением достоинств и недостатков высказанных положений.

После защиты выставляется одна из оценок: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Без защиты курсовой работы студент не допускается к экзаменам.

Критерии оценки курсовых работ:

1. «Отлично» выставляется за следующую курсовую работу:
 - работа носит исследовательский характер, содержит грамотно изложенную теоретическую базу, глубокий анализ проблемы, критический разбор деятельности предприятия (организации), характеризуется логичным, последовательным изложением материала с соответствующими выводами и обоснованными предложениями;
 - имеет положительные отзывы руководителя;
 - при защите работы студент показывает глубокие знания вопросов темы, свободно оперирует данными исследования, вносит обоснованные предложения по улучшению положения предприятия (организации), а во время доклада использует

наглядные пособия (таблицы, схемы, графики и т. п.), легко отвечает на поставленные вопросы.

2. «Хорошо» выставляется за следующую курсовую работу:

- работа носит исследовательский характер, содержит грамотно изложенную теоретическую базу, достаточно подробный анализ проблемы и критический разбор деятельности предприятия (организации), характеризуется последовательным изложением материала с соответствующими выводами, однако с не вполне обоснованными предложениями;

- имеет положительный отзыв руководителя;

- при защите студент показывает знания вопросов темы, оперирует данными исследования, вносит предложения по улучшению деятельности предприятия (организации), во время доклада использует наглядные пособия (таблицы, схемы, графики и т. п.), без особых затруднений отвечает на поставленные вопросы.

3. «Удовлетворительно» выставляется за следующую курсовую работу:

- носит исследовательский характер, содержит теоретическую главу, базируется на практическом материале, но отличается поверхностным анализом и недостаточно критическим разбором деятельности предприятия (организации), в ней просматривается непоследовательность изложения материала, представлены необоснованные предложения;

- в отзывах руководителя имеются замечания по содержанию работы и методике анализа;

- при защите студент проявляет неуверенность, показывает слабое знание вопросов темы, не дает полного, аргументированного ответа на заданные вопросы.

4. «Неудовлетворительно» выставляется за следующую дипломную работу:

- не носит исследовательского характера, не содержит анализа и практического разбора деятельности предприятия (организации), не отвечает требованиям, изложенным в методических указаниях кафедры;

- не имеет выводов либо они носят декларативный характер;

- в отзывах руководителя имеются существенные критические замечания;

- при защите студент затрудняется отвечать на поставленные вопросы по теме, не знает теории вопроса, при ответе допускает существенные ошибки, к защите не подготовлены наглядные пособия.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Примерная тематика курсовых работ по МДК 04.01

1. Маркетинговое исследование конкурентоспособности собственной торговой марки (СТМ) «Красная цена» в сегменте молочной продукции по сравнению с продукцией известных брендов.
2. Исследование степени удовлетворенности покупателей свежей плодоовощной продукцией в ООО «Пятерочка» и ее влияние на лояльность к бренду.
3. Исследование факторов, влияющих на поведение потребителей при покупке хлебобулочных изделий в ООО «Лента».
4. Маркетинговое исследование степени удовлетворенности покупателей программой лояльности ООО «Лента».
5. Исследование степени удовлетворенности покупателей качеством бытовой химии в сети ПАО «Магнит» и ее влияние на лояльность к бренду.
6. SWOT-анализ деятельности магазина "Спортмастер" в Астрахани, роль и место в стратегическом маркетинге.
7. Benchmarking лучших практик обслуживания клиентов в розничных сетях Астрахани.
8. Опыт анкетирования и интервьюирования покупателей в рамках маркетингового исследования удовлетворенности качеством услуг доставки продуктов из «Самоката» в Астрахани.
9. Маркетинговое исследование бренда «Астраханская рыбка» и программа повышения узнаваемости.
10. Event-маркетинг как инструмент продвижения «Дня арбуза» в целях повышения туристической привлекательности Астраханской области.
11. Анализ и формирование конкурентных преимуществ сети супермаркетов «Магнит» на рынке Астрахани.
12. Анализ влияния маркетинговой стратегии на конкурентоспособность гипермаркета «Лента» в Астрахани.
13. Маркетинговое исследование рынка Астраханских кондитерских изделий местного производства.
14. Исследование коммуникационной и ценовой политики гипермаркета строительных и отделочных материалов «ДоброСтрой» в Астрахани.
15. Исследование отношения потребителей к кондитерским изделиям без добавления сахара в ПАО «Магнит»: мотивация выбора, восприятие вкуса и пользы для

здоровья.

16. Методы оценки коммерческого риска при выводе нового Астраханского арбузного лимонада на рынок.

17. Анализ влияния макросреды Астраханской области на маркетинговую деятельность рыбоперерабатывающего предприятия «Каспийские деликатесы».

18. Маркетинговое исследование факторов, оказывающих наибольшее влияние на выбор покупателей при покупке ювелирных украшений в сети «Sunlight».

19. Исследование позиционирования развивающихся игрушек, представленных в сети «Детский мир», и их соответствие современным требованиям к безопасности и эффективности обучения.

20. Маркетинговые исследования, связанные с разработкой и внедрением на рынок нового вида готовой кулинарии ООО «Лента».

21. Исследование влияния упаковки резаных овощей на стимулирование продаж в сети «Пятерочка».

22. Управление жизненным циклом товара на примере сети обувных магазинов «Zenden».

23. Разработка маркетинговой стратегии для местного производителя сувенирной продукции "Астраханский сувенир" с использованием Астраханской символики.

24. Анализ ценовой политики и её влияния на экспертизу качества товаров в сети магазинов «ОСТИН».

25. Анализ и формирование конкурентных преимуществ сети супермаркетов «Пятерочка» на рынке г. Астрахани.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Образец титульного листа курсовой работы

Министерство образования и науки Астраханской области
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Астраханской области
«Астраханский государственный политехнический колледж»
(ГБПОУ АО «АГПК»)

Специальность 38.02.05 «Товароведение и экспертиза
качества потребительских товаров»

Анализ и формирование конкурентных преимуществ торговых предприятий

Курсовая работа

по МДК 04.01 «Маркетинговые исследования»

Проверил преподаватель:
Е.В. Черномырдина

Выполнил(а): студентка гр. ТЭ-4109
ФИО

Астрахань 2025 г.

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Календарный график выполнения курсовой работы

Календарный график выполнения курсовой работы по МДК 04.01

Работа над курсовой работой	Дата	
Сбор и систематизация теоретического материала		Предоставление черновика научному руководителю
Разработка методических основ		Предоставление черновика научному руководителю
Сбор и анализ практического материала		Предоставление материала практики научному руководителю
Формулирование выводов и оценка полученных результатов		Согласование с научным руководителем, согласование на отделении
Оформление курсовой работы		Предоставление рукописи всей курсовой работы научному руководителю
Подготовка доклада и иллюстрационного материала к защите курсовой работы		Плакаты, раздаточные материалы
Защита курсовой работы		Решением комиссии выносятся оценка о защите курсовой

ПРИЛОЖЕНИЕ Г
Правила библиографического описания

Основные источники:

1. Аакер Д., Кумар В., Дэй Дж. Маркетинговые исследования. – СПб.: Питер, 2021.
2. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход. – СПб.: Питер, 2022.
3. Дибб С., Симкин Л., Прайд У.М. Эффективный маркетинг. – СПб.: Питер, 2022.
4. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – М.: Издательство "Дело" РАНХиГС, 2022.
5. Интернет-маркетинг: учебник для вузов / под ред. А.Н. Чуракова. – М.: Издательство Юрайт, 2023.
6. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. 15-е изд. – СПб.: Питер, 2023.
7. Малхотра Нэреш К. Маркетинговые исследования / Пер. с англ. — 5-е изд. — М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2019. — 960 с.
8. Материалы профильных журналов ("Маркетинг и маркетинговые исследования", "Практический маркетинг", "Реклама. Теория и практика" и др.).
9. Романов А.А., Панько А.В. Маркетинговые коммуникации. – М.: Эксмо, 2021.

Дополнительные источники:

1. Левин А.Ш. Самоучитель компьютерной графики и звука. – СПб.: Издательство «Питер», 2009. –206 с.10. ISBN...
2. Летин А.С., Летина О.С., Пашковский И.Э. Компьютерная графика: учебное пособие. -М.: ФОРУМ, 2012. –208 с.11. ISBN
3. Мак-Клелланд, Дик, Обермайер, Барбара PhotoshopCS5 для «чайников»: Пер. с англ. –М.: Издательский дом «Вильямс», 2013. –348 с.12. ISBN

Авторефераты

Глухов В. А. Исследование, разработка и построение системы электронной доставки документов в библиотеке: Автореф. дис. канд. техн. наук. — Новосибирск, 2000. — 18 с.

Аналитические обзоры

Экономика и политика России и государств ближнего зарубежья : аналит. обзор, апр. 2007, Рос. акад. наук, Ин-т мировой экономики и междунар. отношений. — М.: ИМЭМО, 2007. — 39 с.

Диссертации

Фенухин В. И. Этнополитические конфликты в современной России: на примере Северо-Кавказского региона : дис. ... канд. полит. наук. — М., 2002. - С.54—55.

Интернет-документы:

Официальные периодические издания : электронный путеводитель / Рос. нац. бка, Центр правовой информации. [СПб], 200520076. URL:

<http://www.nlr.ru/lawcrnter/izd/index.html> (дата обращения: 18.01.2020)

Логинова Л. Г. Сущность результата дополнительного образования детей // Образование: исследовано в мире: междунар. науч. пед. интернет-журн. 21.10.03. URL:

<http://www.oim.ru/reader.asp?nomer=366> (дата обращения: 17.04.2020)

<http://www.nlr.ru/index.html> (дата обращения: 20.02.2020)

Рынок тренингов Новосибирска: своя игра [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nsk.adme.ru/news/2006/07/03/2121.html> (дата обращения: 17.10.2020)

Литчфорд Е. У. С Белой Армией по Сибири [Электронный ресурс] // Восточный фронт армии Генерала А. В. Колчака: сайт. – URL: [http://east-](http://east-front.narod.ru/memo/latchford.htm)

[front.narod.ru/memo/latchford.htm](http://east-front.narod.ru/memo/latchford.htm) (дата обращения: 23.08.2020)

Материалы конференций

Археология: история и перспективы: сб. ст. Первой межрегиональной конф., Ярославль, 2003. 350 с.

Марьинских Д.М., Разработка ландшафтного плана как необходимое условие устойчивого развития города (на примере Тюмени) // Экология ландшафта и планирование землепользования: тезисы докл. Ксерос. конф. (Иркутск, 11=12 сент.200 г.).

– Новосибирск, 2000. - С.125–128.

Монографии:

Тарасова В. И. Политическая история Латинской Америки : учеб. для вузов. – М.: Проспект, 2006. – С.305–412.

Допускается предписанный знак точку и тире, разделяющий области библиографического описания, заменять точкой:

Философия культуры и философия науки: проблемы и гипотезы : межвуз. сб. науч. тр. / Саратов. гос. ун-т; [под ред. С. Ф. Мартыновича]. Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 1999. – 199 с.

Допускается не использовать квадратные скобки для сведений, заимствованных не из предписанного источника информации.

Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.:ИНФРА-М, 2006. – 494 с.

Заголовок записи в статье может содержать имена одного, двух или трех

авторов документа. Имена авторов, указанные в заголовке, не повторяются в сведениях об ответственности. Поэтому:

Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. М.:ИНФРА-М, 2006. 494 с.

Если авторов четыре и более, то заголовок не применяют (ГОСТ 7.80-2000)

Патенты:

Патент РФ № 2000130511/28, 04.12.2000.

Еськов Д.Н., Бонштедт Б.Э., Корешев С.Н., Лебедев Г.И., Серегин А.Г. Оптикоэлектронный аппарат // Патент России № 2122745. 1998. Бюл. № 33.

Статья из журналов или сборников:

Адорно Т. В. К логике социальных наук // Вопр. философии. – 1992. – №10. – С. 76–86.

Crawford, P. J. The reference librarian and the business professor: a strategic alliance that works / P. J. Crawford, T. P. Barrett // Ref. Libr. – 1997. Vol. 3. № 58. – P.75–85.

Заголовок записи в ссылке может имена одного, двух или трех авторов документа. Имена авторов, указанные в заголовке, могут не повторяться в сведениях об ответственности.

Crawford P. J., Barrett T. P. The reference librarian and the business professor: a strategic alliance that works // Ref. Libr. 1997. Vol. 3. № 58. P.75–85.

Если авторов четыре или более, то заголовок не применяют (ГОСТ 7.80-2000):

Корнилов В. И. Турбулентный пограничный слой на теле вращения при периодическом вдуве/отсосе // Теплофизика и аэромеханика. – 2006. – Т. 13, №3. – С. 369–385.

Кузнецов, А. Ю. Консорциум – механизм организации подписки на электронные ресурсы // Российский фонд фундаментальных исследований: десять лет служения российской науке. – М.: Науч. мир, 2003. – С.340–342.

электронный ресурс

Художественная энциклопедия зарубежного классического искусства

[Электронный ресурс]. – М. : Большая Рос. энцикл. [и др.], 1996. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

Оформление Интернет-ресурсов Ссылка на сайт в целом

Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова: [Электронный ресурс]. М., 1997-2012. URL: <http://www.msu.ru>. (Дата обращения: 18.02.2020)

Ссылка на web-страницу

Информация для поступающих: [Электронный ресурс] // Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова. М., 1997-2012. URL: <http://www.msu.ru/entrance/>. (Дата обращения: 18.02.2020).

Ссылка на on-line-журнал

Секретарь-референт. 2011. № 7: [Электронный ресурс]. URL: http://www.profiz.ru/sr/7_2011. (Дата обращения: 18.02.2020).

Ссылка на on-line-статью

Каменева Е.М. Формы регистрации документов: // Секретарь-референт. 2011. № 7. URL: http://www.profiz.ru/sr/7_2011/formy_registracii_dokov. (Дата обращения: 18.02.2020).

Ссылка на on-line-книгу

Степанов В. Интернет в профессиональной информационной деятельности: [Электронный ресурс]. 2002-2006. URL: <http://textbook.vadimstepanov.ru>. (Дата обращения: 18.02.2020).

Ссылка на часть on-line-книги

Степанов В. Электронные документы интернет: описание и цитирование: [Электронный ресурс] // Степанов В. Интернет в профессиональной информационной деятельности. 2002-2006. URL: <http://textbook.vadimstepanov.ru/chapter7/glava7-2.html>. (Дата обращения: 18.02.2020).