

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Соловьев Дмитрий Александрович  
Должность: ректор ФГБОУ ВО Вавиловский университет  
Дата подписания: 19.09.2022 13:01:47  
Уникальный программный ключ:  
528682d78e671e566ab07f01fa21724735e12

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования  
Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И.Вавилова

**Методические указания по выполнению  
курсовых проектов по дисциплине  
«Управление маркетинговой деятельностью  
предприятия АПК»**

Направление подготовки  
38.03.06 Торговое дело  
Маркетинг и рыночная аналитика в АПК

Саратов 2022

**Методические указания по выполнению курсовых проектов по дисциплине «Управление маркетинговой деятельностью предприятия АПК» для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело (Маркетинг и рыночная аналитика в АПК) / Сост.: Е.В. Черненко // ФГБОУ ВО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2022. – 12 с.**

Методические указания по выполнению курсовых проектов по дисциплине «Управление маркетинговой деятельностью предприятия АПК» предназначены для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело «Маркетинг и рыночная аналитика в АПК». Содержат основные требования к подготовке курсовой работы, методы и приемы сбора и анализа информации и проведения типовых расчетов по дисциплине. Направлены на формирование у обучающихся навыков принятия управленческих решений в маркетинге, разработки стратегии маркетинга, анализа рыночной ситуации, анализ рисков, анализа внешней и внутренней среды предприятия для повышения эффективности деятельности организации.

## ВВЕДЕНИЕ

Курсовая работа (проект) – это самостоятельная работа, выполняемая в течение учебного семестра обучающимися под руководством преподавателей.

Задания для курсовой работы (проекта) индивидуальные. Курсовая работа (работа) позволяет закреплять теоретические знания обучающихся, формировать у них умение применять знание при решении прикладных задач, подготавливает к выполнению дипломного проекта и к самостоятельной работе по избранной специальности, способствует развитию творческих способностей.

Курсовая работа (проекта) по управлению в агропромышленном комплексе разрабатывается индивидуально каждым обучающимся по материалам конкретного объекта изучения.

Целью курсовой работы (проекта) является оценка уровня овладения обучающимся навыков принятия управленческих решений в маркетинге, разработки стратегии маркетинга, анализа рыночной ситуации, анализ рисков, анализа внешней и внутренней среды предприятия для повышения эффективности деятельности организации.

Содержанием курсовой работы (проекта) служит решение следующих задач: изучение теоретического материала по предложенной теме; дать теоретическое обоснование маркетинговой стратегии предприятия, проанализировать хозяйственную деятельность предприятия и деятельность на рынке, предложить рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.

Общие требования не исключают, а предполагают инициативу в разработке каждой темы в соответствии с особенностями объекта исследования и индивидуальными склонностями обучающегося.

Выполненная курсовая работа (проект) свидетельствует об уровне подготовки автора, глубоком изучении материала и умении пользоваться приобретенными знаниями для решения конкретных задач совершенствования маркетинговой деятельности на предприятии АПК

Для выполнения курсовой работы следует использовать материалы: нормативных актов, учебной литературы, справочных материалов, статистических сборников, специальной научной литературы, журнальных статей и других источников, необходимых по теме работы.

В ходе подготовки курсовой работы следует использовать такие взаимосвязанные приемы, как анализ и синтез.

Анализ — логический прием разделения целого на отдельные элементы и изучения каждого из них в отдельности во взаимосвязи с целым.

Синтез — объединение результатов для формирования (проектирования) целого.

При обработке материалов следует использовать методы стратегического анализа (анализ внешней и внутренней среды предприятия; анализ портфеля продукции; анализ конкуренции в отрасли и др.), методы экономического анализа (динамические ряды групп, группировки, средние величины и показатель вариации, корреляционный анализ и др.), с тем, чтобы выявить тенденции в развитии предприятия. Для анализа системы управления в зависимости от темы курсовой работы можно использовать специальные методы исследования науки управления: анкетирование, хронография рабочего дня, интервьюирование, эксперимент и т. д. Результаты анкетирования, интервью, хронографии рабочего дня и других следует отразить в аналитической или проектной части курсовой работы, а формы анкет, интервью и т. д. представить в приложении.

За достоверность используемых в курсовой работе данных отвечает автор курсовой работы (проекта).

## **ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

1. Титульный лист оформляется в соответствии с приложением.
2. Объем не менее 20, но не более 50 стр. формата А4.
3. Основной текст – шрифт Times New Roman, кегль 14, межстрочный -1,5, отступ.

Курсовая работа (проект) представляется на кафедру в аккуратно оформленной на компьютере форме в сброшюрованном виде.

Текст должен быть написан понятным и грамотным языком, в полном соответствии с правилами грамматики, орфографии и пунктуации русского языка. Изложение материала должно быть логичным, построенным на основе анализа, собственных самостоятельных наблюдений, оценок, выводов.

Список использованной литературы (список литературы, список используемой литературы, библиографический список литературы) и приложения также включаются в общую нумерацию листов.

Вторым листом является содержание курсовой работы, которое включает наименование всех глав, разделов, подразделов и пунктов курсовой работы с указанием номера листа, на котором размещается начало текста главы, раздела, подраздела или пункта.

Все графики, диаграммы, схемы в курсовой работе именуется рисунками. Рисунки должны иметь название, например, «Рисунок 1 - Структура управления ОАО» и сквозную нумерацию.

Каждая таблица должна иметь заголовок, который начинается с прописной буквы. На представленные в курсовой работе рисунками и таблицами следует делать ссылки по тексту.

В тексте курсовой работы следует применять установленные стандартами термины, обозначения и определения, а при отсутствии стандартов - общепринятые в научно-экономической литературе.

Приложения оформляют как продолжение курсовой работы после списка использованной литературы, располагая их в порядке появления ссылок в тексте. Каждое приложение следует начинать с нового листа с указанием в правом верхнем углу «ПРИЛОЖЕНИЕ 1».

## ПРИМЕРНЫЙ ПЛАН И КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ГЛАВ (ПУНКТОВ) КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Титульный лист.

Оглавление (Содержание).

Введение.

3-4 раздела.

Выводы и предложения.

Список использованной литературы.

Титульный лист. На нем указывается тема курсовой работы, в том числе название предприятия, района, области или края республики, фамилия, имя и отчество обучающегося, курс, факультет и специальность, по которой он обучается (образец представлен в Приложении 1).

Введение, в котором освещаются теоретические основы и главные задачи маркетинговой деятельности на предприятии АПК.

Здесь же раскрывается значение и роль маркетинговой деятельности в повышении эффективности предприятия АПК, обосновывается тема курсовой работы (проекта), формулируются цели и задачи работы (проекта), перечисляются применяемые обучающимся методы исследования в процессе подготовки курсовой работы (проекта).

1-й РАЗДЕЛ (теоретическая и аналитическая части). В нем кратко дается степень разработанности проблемы, обосновываются методические подходы для разработки вопросов темы (3-5 стр.) Далее дается краткая организационно-экономическая характеристика предприятия, даются сведения о его местоположении, населенных пунктов, центральной усадьбы, её связи с административным центром, со бытовыми, снабженческими, перерабатывающими и др. предприятиями и организациями.

В этом же разделе приводятся данные о специализации в размерах производства в хозяйстве; кратко характеризуется обеспеченность хозяйстве основными средствами производства, техникой, трудовыми ресурсами; анализируются производственная, организационная структура хозяйства и структура управления.

Этот раздел является общим для всех рассматриваемых тем курсовых работ.

Название 2-го и 3-го разделов определяется в соответствии с избранной темой курсовой работы.

2-й РАЗДЕЛ. Во втором разделе дается характеристика результатов детального анализа вопросов, которые избраны для написания курсовой работы (проекта). В этом разделе следует изложить результаты изучения существующей на предприятии маркетинговой деятельности, применительно к теме курсовой работы. Для написания раздела используются данные отчетов, учетных и плановых документов, материалы работы коллективных и коллегиальных органов управления, ревизий, проверок, обследований.

3-й РАЗДЕЛ. Третий раздел (если предусмотрен) является результативным в курсовой работе (проекту). Здесь на основе анализа состояния дел в конкретном хозяйстве и изучении литературных источников и передового опыта, вырабатываются рекомендации, направленные на совершенствование управления маркетинговой деятельности на данном предприятии, а также изучаемых проблем по теме работы (проекта), обосновывается каждое мероприятие с экономической, технической, психофизиологической и социальной точек зрения.

Выводы и предложения излагаются конкретно на основе произведенного анализа маркетинговой деятельности исследуемого предприятия АПК.

После выводов обучающийся указывает литературу, использованную в написании работы. Список литературы приводится в следующем порядке: фамилия имя и отчество (инициалы) автора, название статьи или книги, труда, журнала. Например, Кириенко Н.В. «Формирование эффективной системы маркетинга в агропромышленном комплексе». Мн.: БелНИИ аграрной экономики, 2020..

## **ПОРЯДОК ВЫБОРА И УТВЕРЖДЕНИЯ ТЕМЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

Название курсовой работы по дисциплине «Управление маркетинговой деятельностью предприятия АПК» зависит от выбранного обучающимся объекта исследования (предприятия, действующего в агропромышленном комплексе), например, «Управление маркетинговой деятельностью на предприятии ООО «Русь» Энгельсского района Саратовской области».

Тематика курсовых работ должна быть (по возможности) связана с содержанием производственной практики обучающегося.

Управление маркетинговой деятельностью, особенно в агропромышленном комплексе. Исходя из этого, обучающийся выбирает свою тематику курсовой работы (проекта), которая отражается в содержании (оглавлении) курсовой работы (проекта) и должна быть раскрыта во 2-м и 3-м разделах.

Для выполнения курсовой работы (проекта) даются следующие примерные тематики из курса «Управление маркетинговой деятельностью предприятия АПК»:

1. Анализ влияния товарного ассортимента на стратегию развития предприятия
2. Анализ и оценка привлекательности сегментов. Выбор целевых сегментов
3. Анализ конкурентных позиций фирмы на товарном рынке
4. Анализ рыночных возможностей фирмы на целевом рынке
5. Ассортиментная политика фирмы: сущность, проблемы эффективного управления
6. Базовые и конкурентные стратегии предприятия
7. Виды риска и способы уменьшения их отрицательных последствий
8. Внутренняя и внешняя ревизия маркетинговой деятельности
9. Коммуникационная политика фирмы: сущность, структура, проблемы эффективности
10. Конкурентоспособность товара: объект, предмет, концепции, управление
11. Конкурентоспособность фирмы: объекты, предмет, концепции.
12. Контроль в маркетинге: сущность, объекты, типы, цели, приемы и методы
13. Концепция магазина: сущность, свойства, критерии
14. Маркетинговые коммуникации: сущность, структура, типы, особенности
15. Маркетинговые стратегии: сущность, классификация, компоненты
16. Маркетинговый аудит: процесс, методы, результаты
17. Место и роль стратегического и операционного маркетинга в условиях рыночной экономики в России
18. Объекты маркетингового контроля: контроль выполнения планов, контроль прибыльности, стратегический контроль маркетинга
19. Оптовая и розничная торговля: типы, формы, функции
20. Организационные структуры служб маркетинга на предприятии: задачи, функции, виды
21. Организация рекламной деятельности предприятия
22. Особенности сегментации российского рынка (на конкретном примере)
23. Особенности ценообразования на различных рынках.

24. Планирование в системе управления маркетингом: сущность, виды, уровни, этапы
25. Планирование сбытовой политики предприятия
26. Повышение конкурентоспособности российского товара и управление его качеством
27. Позиционирование товара и фирмы: сущность, стратегии, процедура, управление
28. Портфельный анализ направлений деятельности предприятия
29. Проблемы адаптации стратегий и тактики фирмы к меняющимся реалиям рынка
30. Разработка бюджета и планирование рекламной кампании
31. Сбытовая политика фирмы: сущность, виды, средства стимулирования сбыта
32. Сервисная политика фирмы: сущность, принципы, задачи, функции
33. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия
34. Совершенствование системы маркетинговых коммуникаций фирмы
35. Совершенствование системы распределения организации
36. Совершенствование товарной политики предприятия
37. Современный маркетинг: сущность, состояние, тенденции развития, управление
38. Стратегическое маркетинговое управление: цели, задачи, основные этапы

Выбор тематики курсовой работы (проекта) производится обучающимся самостоятельно по его выбору из предлагаемого списка примерных тематик курсовой работы.

Обучающийся выполняет курсовую работу (проект) в соответствии с выданным и утвержденным заданием. Задание выдается руководителем после утверждения тематики исследования. В задании указываются вопросы, подлежащих рассмотрению, дата сдачи (представления к защите) и срок защиты курсовой работы. Задания для выполнения курсовой работы (проекта) выдаются за подписью руководителя (Образец представлен в Приложении 2).

## РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 304 с.
2. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 474 с.
3. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 363 с.
4. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 559 с.
5. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации : учебник / Е. С. Григорян. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 294 с.
6. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Практика : учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 406 с.
7. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга : учебник / Ю.Н. Егоров. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 292 с.
8. Егоров, Ю. Н. Управление маркетингом : учебник / Ю.Н. Егоров. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 238 с.
9. Егоршин, А. П. Эффективный маркетинг организации : учебник для вузов / А. П. Егоршин. — 2-е изд., доп. и перераб. — Нижний Новгород : НИЭМ, 2020. — 302 с.
10. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 474 с.
11. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 367 с.
12. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 170 с.
13. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 315 с.
14. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для бакалавров / С. В. Карпова. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 408 с.
15. Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин ; под общей редакцией С. В. Карповой. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 181 с.
16. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 444 с.



17. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 486 с.
18. Корнеева, И. В. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 436 с.
19. Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 242 с.
20. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 419 с.
21. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник для бакалавров / под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 433 с.
22. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 404 с.
23. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 370 с.
24. Маркетинг. Практикум : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 325 с.
25. Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности : учебник / под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, С.Н. Андреева. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 589 с.
26. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 379 с.
27. Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / И. В. Воробьева [и др.] ; под редакцией К. .. Пецольтдт, С. Ф. Сутырина. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 398 с.
28. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 475 с.
29. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 384 с.
30. Наумов, В. Н. Стратегический маркетинг : учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 356 с.
31. Наумов, В. Н. Стратегическое взаимодействие рыночных субъектов в маркетинговых системах : монография / В. Н. Наумов, В. Г. Шубаева. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 270 с.
32. Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 374 с.

33. Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 219 с.
34. Основы маркетинга. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 325 с.
35. Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 186 с.
36. Рыжикова, Т. Н. Маркетинг: экономика, финансы, контроллинг : учебное пособие / Т. Н. Рыжикова. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 225 с.
37. Рыжикова, Т. Н. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик : учебное пособие. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 288 с.
38. Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг : учебник / В.Д. Секерин. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 237 с.
39. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Пашкус [и др.]. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 225 с.
40. Токарев, Б. Е. Маркетинг инновационно-технологических стартапов: от технологии до коммерческого результата / Б. Е. Токарев. – Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2020. — 264 с.
41. Тультаев, Т. А. Маркетинг услуг : учебник / Т.А. Тультаев. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 208 с.
42. Фарахутдинов, Ш. Ф. Современные тенденции и инновационные методы в маркетинговых исследованиях : учебное пособие / Ш.Ф. Фарахутдинов. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 231 с.
43. Цахаев, Р. К. Маркетинг : учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Мургузалиева. – 5-е изд., стер. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 548 с.
44. Щепакин, М. Б. Экономика маркетинговой и рекламной деятельности : учебное пособие / М. Б. Щепакин, Э. Ф. Хандамова, В. М. Михайлова. – Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2021. – 232 с.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
Саратовский государственный аграрный университет  
имени Н.И. Вавилова

Кафедра «Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК»

Направление подготовки 38.03.06. Торговое дело  
Маркетинг и рыночная аналитика в АПК

Курсовая работа на тему:

«\_\_\_\_\_»

по дисциплине «Управление маркетинговой деятельностью предприятия  
АПК»

Выполнил: обучающийся

\_\_\_\_\_, гр. № \_\_\_\_\_

Проверил: к.э.н., доцент \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Саратов 20 \_\_\_\_

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
САРАТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н.И.ВАВИЛОВА

**Задание утвердил:**

Зав. кафедрой «Проектный менеджмент и  
внешнеэкономическая деятельность в АПК»  
\_\_\_\_\_ /И.Л. Воротников/

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**ЗАДАНИЕ**

**на курсовую работу по дисциплине**

«Управление маркетинговой деятельностью предприятия АПК»

обучающегося \_\_\_\_ курса группы \_\_\_\_\_ ФИО \_\_\_\_\_

**Тема:** « \_\_\_\_\_ »

**Перечень вопросов, подлежащих рассмотрению:**

1. Введение
2. Краткая организационно-экономическая характеристика предприятия
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. Выводы и предложения
6. Список использованной литературы.

Дата выдачи задания « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Срок сдачи курсовой работы « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Дата защиты курсовой работы « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Руководитель работы \_\_\_\_\_ / ФИО/

Задание принял к исполнению \_\_\_\_\_ /ФИО/