

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Соловьев Дмитрий Александрович
Должность: ректор ФГБОУ ВО Вавиловский университет
Дата подписания: 19.09.2022 15:01:48
Уникальный программный ключ:
528682d78e671e566ab07f09fe1ba2172f755a12



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ»**

Направление подготовки
38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль)
Маркетинг и рыночная аналитика в АПК

Саратов, 2022

Методические указания по выполнению курсовой работы по дисциплине «Маркетинговые исследования» для бакалавров направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело» /Л.Н. Минеева. Саратов: ФГБОУ ВО Саратовский ГАУ, 2022. -18 с.

Предлагается тематика курсовых работ по маркетинговому исследованию рынка, их структурные элементы, излагаются требования к содержанию курсовых работ, правила оформления, литературные источники для подготовки.

ВВЕДЕНИЕ

Курсовая работа по дисциплине предусмотрена учебным планом направления подготовки 38.03.06 Торговое дело и представляет собой самостоятельную учебно-исследовательскую работу обучающегося, являясь важным элементом учебного процесса.

Цель написания курсовой работы – закрепить знания студентов по курсу «Маркетинговые исследования» на примере конкретно выбранной темы и проверить умение применять навыки, полученные в процессе обучения на предыдущих курсах, сформировать базу для написания дипломной работы.

Выполнение курсовой работы обобщает и завершает изучение курса «Маркетинговые исследования», направленного на формирование навыков аналитического мышления на основе целостного представления маркетинговых методов и инструментов исследования и анализа рыночной среды организации. Курсовая работа обучающийся выполняет самостоятельно во внеаудиторное время.

Результаты курсовой работы в дальнейшем могут быть использованы при написании выпускной квалификационной работы

1. ЭТАПЫ НАПИСАНИЯ И ПРЕДСТАВЛЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Обучающийся выполняет курсовая работа в соответствии с заданием и календарным планом под руководством преподавателя, который утверждает тему и план курсовой работы, осуществляет его календарное планирование и текущее руководство.

Тема курсовой работы выбирается из списка, представленного руководителем (Приложение 1). Обучающийся выбирает тему с учетом своих знаний, направления научной работы и предварительного анализа источников информации, при этом темы в одной группе совпадать не

Текущее руководство подготовки курсовой работы включает систематические консультации с целью оказания научно-методической помощи обучающемуся, контроль за его работой в соответствии с планом-графиком, проверку содержания и оформления завершенной работы, проведение защиты.

Для написания курсовой работы используется литература отечественных и зарубежных авторов, при этом следует иметь в виду, что срок устаревания источников составляет 5 лет. Важнейшими источниками информации являются статьи периодических изданий; разрешается использовать информацию, находящуюся на официальных интернет-сайтах.

Курсовая работа должна быть выполнена в соответствии с требованиями данных методических указаний, с соблюдением графика, указанного в задании к курсовой работе. Работы, не соответствующие требованиям данных методических указаний, к защите не допускаются. Без наличия защищенной курсовой работы экзамен по дисциплине «Маркетинговые исследования» не принимается.

В течение месяца после начала семестра (для заочной формы обучения в течение 10 дней с начала сессии) руководителем курсовой работы выдается задание, утвержденное заведующим кафедрой. Обучающийся выполняет курсовую работу в соответствии с полученным заданием. По итогам защиты выставляется оценка - «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» в соответствии с критериями оценок прописанных в рабочей программе дисциплины (модуля), утвержденной кафедрой. Оценка курсовой работы заносится в экзаменационную ведомость и в зачетную книжку обучающегося, а также фиксируется на титульном листе курсовой работы за подписью руководителя курсовой работы.

Выполнение курсовой работы предполагает следующие этапы:

- выбор темы и получение задания на выполнение курсовой работы;
- подбор и изучение необходимой литературы;
- составление плана работы и получение задания на выполнение курсовой работы;
- сбор информации по теме курсовой работы;
- написание курсовой работы;
- доработка курсовой работы в соответствии с полученными от руководителя замечаниями;

- оформление курсовой работы;
- публичная защита курсовой работы.

Точные сроки подготовки и сдачи курсовой работы утверждаются преподавателем в рамках учебного графика.

2. ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Общий объем работы (без приложений) должен быть не менее 30 и не более 50 страниц машинописного текста.

Курсовая работа должна содержать:

- титульный лист, оформленный в соответствии с принятой формой;
- содержание (оглавление);
- основную часть;
- список использованной литературы;
- приложения (не обязательно).

Структурно основная часть курсовой работы должна состоять из двух глав: теоретической и практической. Практическая глава должна составлять не менее 1/3 объема всей работы и отражать применение методик стратегического анализа на конкретном примере. Внутри глав количество параграфов может варьироваться от 2 до 4 (но не более).

Главы курсовой работы должны быть логически увязаны между собой. Материал необходимо распределять пропорционально между главами и параграфами. Выделение параграфа объемом 1-2 страницы не целесообразно.

Содержание должно отражать информацию обо всех структурных элементах работы с указанием страниц, с которых они начинаются.

Особое внимание следует уделить языку и стилю написания курсовой работы, которые свидетельствуют об общем уровне подготовки и профессиональной культуре будущего специалиста. Текст работы должен быть изложен логично и грамотно, без грамматических и орфографических ошибок. При изложении материала не допускается применение личных местоимений, кроме использования их в цитатах. Материалы необходимо излагать строго и четко, в научном стиле (особое внимание необходимо обратить на обработку информации, источниками которой являются периодические издания, т.к. именно в статьях периодических изданий текст зачастую носит ненаучный характер).

Работу необходимо проиллюстрировать расчетами, графиками, аналитическими таблицами и схемами.

При подготовке курсовой работы исключается дословное заимствование текста из литературных источников, при цитировании необходимо указывать источник. К защите не допускаются курсовые работы, заимствованные из Интернета.

3.1. Введение

Во введении обучающийся дает обоснование актуальности выбранной темы (с подтверждением статистическими или аналитическими данными, цитатами и т.д.). Отражается цель работы (например, на основе анализа, разработать мероприятия по улучшению функционирования России)

и задачи. Задачи формируются строго в соответствии с планом курсовой работы с применением таких слов, как «изучить...», «рассмотреть...», «дать понятие...», «определить...», «представить характеристику...», «проанализировать...», «выявить проблемы...», «разработать рекомендации...» и т.д. Обучающийся должен указать объект и предмет исследования, а также нормативно-правовое обеспечение исследуемого вопроса в России. В конце обучающийся показывает степень освещенности данного вопроса в литературе (с указанием авторов основных источников – 3-4 автора).

Примерный объем введения - 1-2 страницы компьютерного текста.

Актуальность темы – это степень её важности в данный момент и в данной ситуации для решения данных проблемы, вопроса или задачи.

Цель работы – это то, что необходимо достичь в результате её выполнения. Как правило, цель отражена в названии работы, например, «Разработка стратегии формирования конкурентных преимуществ», цель – дать рекомендации по разработке этой стратегии или дать предложения по совершенствованию системы управления предприятием на основе внедрения соответствующей стратегии.

Задачи – это те действия, которые необходимо выполнить для достижения поставленной в работе цели. Основные задачи сформулированы в названии глав и заглавии курсовой работы.

Объект и предмет исследования. Объектом исследования может быть конкретное российское предприятие или отрасль (рынок) АПК. Наложение выбранной тематики на российский опыт является обязательным требованием.

Выбор объекта исследования должен осуществляться с учетом возможности сбора вторичной и первичной информации о нем (публикации, на сайты и другие открытые источники, базы прохождения практики). В идеальном случае объект исследования в курсовой работе должен совпадать с планируемым объектом выпускной квалификационной работы. Объект и предмет исследования соотносятся как общее и частное, как целое и часть. Именно предмет исследования определяет тему курсового проекта.

Методы исследования – экономические, социологические, статистические, математические и др.

3.2. Первая глава (теоретическая)

Первая глава курсовой работы носит теоретический характер и состоит из 3-4 пунктов, в которых раскрываются основные теоретические аспекты выбранной темы исследования (сущность, понятие, цели, задачи, принципы, классификация, факторы, методы анализа и управления, показатели и т.д.). Объем данного раздела должен составлять не более 20 % основной части курсовой работы, 10 - 15 страниц.

В выводах к теоретической части работы формулируется значимость изучаемой проблемы в сфере маркетинговых исследований, а так же обоснование вопросов, которые будут освещены во втором разделе.

3.3. Вторая глава (практическая)

Вторая глава носит аналитико-рекомендательный характер. Вначале

следует дать характеристику отрасли (рынка) в России и Саратовской области, по материалам которых проводится исследование, и показать состояние предмета исследования.

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

Второй параграф данной главы должен отражать анализ исследуемой проблемы (рассматриваются структура, динамика показателей, внутренние и внешние факторы, влияющие на изменения, проблемы и их причины и т.д.). В конце второго раздела работы формулируется вывод о состоянии и проблемах изучаемого вопроса в современной России.

Объем аналитической части должен быть не менее 35-40 % основной части работы, 10 – 15 страниц.

3.4. Заключение

В заключении последовательно и кратко излагаются выводы и предложения, которые вытекают из содержания курсовой работы и носят обобщающий характер. Из заключения должно быть ясно, что цель и задачи курсовой работы полностью выполнены.

При этом не следует вновь повторять материал разделов; основное внимание должно быть результатам аналитической части и описанием мероприятий, предложенных в проектной части.

Объем заключения – 1,5-2 страницы.

3.5. Список использованной литературы

Список использованной литературы (не менее 20 наименований) оформляется в соответствии с общепринятыми стандартами. В список включаются только те источники, которые использовались при подготовке курсовой работы и на которые имеются ссылки в основной части работы. Литературные источники включают монографии, периодические издания, нормативные материалы, учебники и учебные пособия, материалы специализированных сайтов и официальных сайтов компаний. Обязательное требование – наличие литературы за последние 3 года (не менее 25%).

3.6. Приложения

Приложения содержат вспомогательный материал, поясняющий отдельные положения курсового проекта (методики расчетов, инструкции, таблицы, фрагменты нормативных документов и т.п.). Указанный материал включается в приложения с целью сокращения объема основной части курсовой работы, его страницы не входят в общий объем работы. Связь приложений с текстом осуществляется с помощью ссылок (например: см. Приложение 1).

4. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ КОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

1 Титульный лист и задание оформляются в соответствии с приложениями 1 и 2.

2. Объем не менее 20 стр. формата А4.

3. Поля: левое – 30 мм, правое – 15, верхнее – 20, нижнее – 20 мм.

4. Основной текст – шрифт Times New Roman, кегль 14.

Интервал:

- между строками – 1,5;

- между заголовками и текстом – 1;

- внутри таблиц – 1.

5. Абзацный отступ – 1,25 см.

6. Выравнивание основного текста – по ширине. Переносы не допускаются.

7. Заголовки – по центру, прописной полужирный шрифт Times New Roman, кегль 14.

8. Заголовок таблицы – по центру, строчной полужирный Times New Roman, кегль 12.

9. Таблицы нумеруются сквозной нумерацией. Не рекомендуется разрывать таблицу, если она не помещается на целой странице, то оставшуюся часть переносят на другую страницу, и перед ней пишут слова «Продолжение таблицы» с указанием ее номера. Текст таблицы – Times New Roman, кегль 12.

10. Все иллюстрации (схемы, диаграммы, графики и т.п.), приведенные в проекте, именуется рисунками (Рисунок 1 - Наименование иллюстрации); нумерация сквозная; шрифт Times New Roman, кегль 12.

11. Раздел «Список использованной литературы» – Times New Roman, кегль 14.

12. Страницы курсового проекта нумеруются арабскими цифрами в центре нижней части листа без точки. Первой страницей считается титульный лист (приложение 2); второй – задание (приложение 3), третьей – содержание. На этих страницах номера не ставятся. Введение начинается с четвертой страницы.

Каждый раздел курсовой работы начинается с новой страницы. Главы должны иметь порядковые номера, обозначенные арабскими цифрами с точкой. Подразделы (параграфы) должны иметь порядковые номера в пределах каждого раздела, разделенных точками. Перед каждым параграфом делается отступ в один интервал.

Наименование разделов (глав) должно быть кратким и записываться в виде заголовков прописными буквами полужирным шрифтом. Наименование подразделов должно записываться в виде заголовков строчными буквами (кроме первой прописной) полужирным шрифтом. Переносы слов в заголовках не допускаются. Точку в конце заголовка не ставят. Сокращение слов в тексте и подписях под иллюстрациями не допускается.

Список литературы должен быть составлен в соответствии с требованиями ГОСТ Р6.30-97.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ЗАЩИТЕ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

К защите курсовой работы представляется в печатном и электронном виде. Электронный вариант курсовой работы в расширении doc, rtf, единый файл вместе с титулом, размещается в личном портфолио обучающегося на сайте. Печатный вариант предоставляется в сброшюрованном (сшитом) виде. Последовательность брошюровки материала:

1. титульный лист;
2. задание;
3. содержание;
4. введение;
5. основная часть;
6. заключение;
7. список использованных источников;
8. приложения.

Выполненный курсовой работы проверяется руководителем, который допускает или не допускает ее к защите.

Курсовая работа не допускается к защите и возвращается обучающемуся, если его содержание не раскрывает тему исследования или обучающийся не проявил достаточной самостоятельности при написании курсовой работы.

Защита курсовой работы проводится каждым обучающимся публично.

Процедура защиты курсовой работы включает в себя:

1. доклад (5-6 мин.);
2. вопросы руководителя и присутствующих докладчику по содержанию курсового проекта;
3. ответы на вопросы по докладу (5-10 мин.);

Доклад автора курсовой работы должен носить презентационный характер с использованием мультимедийных средств. При неявке автора на защиту по уважительной (подтвержденной документально) причине защита устанавливается дополнительный срок защиты.

6. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Оценивают курсовая работа, исходя из степени раскрытия темы, самостоятельности и глубины изучения проблемы, обоснованности выводов и предложений, а также определяют уровень навыков и умений обучающегося самостоятельно организовывать свой труд.

«Отлично»– доклад структурирован, раскрывает причины выбора и актуальность темы, цель курсовой работы и его задачи, предмет, объект и хронологические рамки исследования, логику выведения каждого наиболее зна-

чимого вывода; в заключительной части доклада показаны перспективы и задачи дальнейшего исследования данной темы, освещены вопросы практического применения и внедрения результатов исследования в практику. Курсовая работа выполнена в соответствии с целевой установкой, отвечает предъявляемым требованиям и оформлен в соответствии со стандартом. Ответы на вопросы носят четкий характер, раскрывают сущность вопроса, подкрепляются положениями нормативно-правовых актов, выводами из курсовой работы, показывают самостоятельность и глубину изучения проблемы обучающимся. Широкое применение и уверенное использование новых информационных технологий как в самой работе, так и во время доклада.

«Хорошо»– доклад структурирован, допускаются одна-две неточности при раскрытии причин выбора и актуальности темы, целей курсового проекта и его задач, предмета, объекта и хронологических рамок исследования, допускается погрешность в логике выведения одного из наиболее значимого вывода, но устраняется в ходе дополнительных уточняющихся вопросов; в заключительной части нечетко начертаны перспективы и задачи дальнейшего исследования данной темы, вопросы практического применения и внедрения результатов исследования в практику. Курсовая работа выполнена в соответствии с целевой установкой, отвечает предъявляемым требованиям и оформлена в соответствии с требованиями, предъявляемыми к ней. Ответы на вопросы носят расплывчатый характер, но при этом раскрывают сущность вопроса, подкрепляются положениями нормативно-правовых актов, выводами из курсовой работы, показывают самостоятельность и глубину изучения проблемы обучающимся.

«Удовлетворительно»– доклад структурирован, допускаются неточности при раскрытии причин выбора и актуальности темы, целей курсового проекта и его задач, предмета, объекта и хронологических рамок исследования, допущена грубая погрешность в логике выведения одного из наиболее значимых выводов, которая при указании на нее устраняется с трудом; в заключительной части слабо показаны перспективы и задачи дальнейшего исследования данной темы, вопросы практического применения и внедрения результатов исследования в практику. Курсовая работа выполнена в соответствии с целевой установкой, но не в полной мере отвечает предъявляемым требованиям, оформлен небрежно. Ответы на вопросы носят поверхностный характер, не раскрывают до конца сущности вопроса, слабо подкрепляются положениями нормативно-правовых актов, выводами из курсовой работы, показывают недостаточную самостоятельность и глубину изучения проблемы обучающимся. Недостаточное применение и неуверенное использование новых информационных технологий как в самой работе, так и во время доклада.

«Неудовлетворительно»– доклад не полностью структурирован, слабо раскрываются причины выбора и актуальность темы, цели курсовой работы и его задачи, предмет, объект и хронологические рамки исследования, допускаются грубые погрешности в логике выведения нескольких из наиболее значимых выводов, которые при указании на них не устраняются; в заключительной

части слабо отражаются перспективы и задачи дальнейшего исследования данной темы, вопросы практического применения и внедрения результатов исследования в практику. Курсовая работа выполнена с нарушением целевой установки и не отвечает предъявляемым требованиям, в оформлении имеются отступления от стандарта. Ответы на вопросы носят поверхностный характер, не раскрывают его сущности, не подкрепляются положениями нормативно-правовых актов, выводами из курсовой работы, показывают отсутствие самостоятельности и глубины изучения проблемы обучающимся. Слабое применение и использование новых информационных технологий как в самой работе, так и во время доклада.

7. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

По написанию курсового проекта

1. Вахрин, П.И. Методика подготовки и процедура защиты курсовых работ по финансовым и экономическим специальностям: учебное пособие [Текст] / П.И.Вахрин – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2000. – 135 с.
2. ГОСТ 2.104-68 ЕСКД. Основные надписи
3. ГОСТ 2.105-95 ЕСКД. Общие требования к текстовым документам
4. ГОСТ 2.106-68 ЕСКД. Текстовые документы
5. ГОСТ 2.111-68. ЕСКД. Нормоконтроль
6. ГОСТ 2.201-80 ЕСКД. Форматы
7. ГОСТ 2.303-80 ЕСКД. Линии
8. ГОСТ 2.503-90 ЕСКД. Правила внесения изменений
9. ГОСТ 3.1102-81 ЕСТД. Стадии разработки и виды документов
10. ГОСТ 7.12-77. Сокращения русских слов и словосочетаний в библиографическом описании произведений печати
11. ГОСТ 7.1-84. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическое описание документа. Общие требования и правила оформления
12. ГОСТ 7.32-91. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления
13. ГОСТ 8.417-81 ГСИ. Единицы физических величин
14. Иванов, М. А. Молчанова, Т. Б. Макарова; под ред. А.В.Иванова. – 2-е изд., перераб. и доп. – СПб.: Изд-во СПбГТУ, 2010. – 92 с.
15. СТП 3.1.002-01. Система вузовской учебной документации. Формы организации учебного процесса. Термины и определения
16. СТП 3.4.204-01. Система вузовской учебной документации. Требования к оформлению текстовых документов
17. СТП 3.4.205-01. Система вузовской учебной документации. Требования к оформлению

18. Худобин, Л. В. Курсовые и дипломные проекты с развитой научно-исследовательской частью: учебное пособие [Текст]/ Л.В. Худобин, В.Ф.Гурьянихин, В.Р.Берзин. – Ульяновск: УлГТУ, 2008. – 84 с.

Примерная тематика курсовой работы

1. Комплексное исследование рынка как исходная функция системы маркетинга (на примере конкретного рынка).
2. Информационное обеспечение маркетингового исследования.
3. Маркетинговая информационная система.
4. Методы сбора первичной информации.
5. Экспертные методы в маркетинговых исследованиях.
6. Исследование маркетинговой среды предприятия.
7. Сегментация рынка.
8. Диагностика конкурентной среды.
9. Анализ структуры потребительских предпочтений.
10. Методы изучения фирм-конкурентов.
11. Мотивационный анализ поведения потребителей.
12. Изучение степени удовлетворения запросов потребителей.
13. Методы рыночного тестирования нового товара.
14. Анализ возможностей фирмы при выборе целевого рынка (на конкретном примере).
15. Маркетинговый анализ деятельности фирмы.
16. Оценка производственно-сбытовых возможностей предприятия.
17. Оценка конкурентоспособности товара (на примере конкретного товара).
18. Оценка конкурентоспособности предприятия (на примере конкретного предприятия).
19. Анализ телевизионной рекламы продукции отечественных или зарубежных предприятий на российском телевидении.
20. Оценка эффективности мероприятий по стимулированию сбыта товара (товар, фирма и рынок по выбору студента).
21. Сравнительный анализ эффективности каналов сбыта (товар, фирма и рынок по выбору студента).
22. Маркетинговые исследования отраслевого рынка (отрасль по выбору студента).
23. Маркетинговые исследования рынка товаров народного потребления.
24. Маркетинговые исследования рынка продукции производственно-технического назначения.
25. Маркетинговые исследования рынка услуг (на примере конкретного вида услуг: страхование, образовательные услуги, услуги связи, туризм, транспортные услуги и др.).
26. Маркетинговые исследования рынка труда.
27. Роль маркетинговых исследований в разработке стратегии развития предприятия.
28. Международные маркетинговые исследования.

29. Интернет и маркетинговые исследования.
30. Организация службы исследования рынка на предприятии.
31. *Изучение потребительских предпочтений* в целях совершенствования маркетинговой политики предприятия.
32. Аналитический подход к разработке стратегий развития торговых марок и брендов.
33. Маркетинговое исследование ценовых предпочтений покупателей
34. Маркетинговые исследования в системе управления ассортиментной политикой предприятия (на примере).
35. Маркетинговые исследования как основа разработки программы оценки качества обслуживания клиентов.
36. Применение аналитических инструментов в процессе совершенствования маркетинговой политики.
37. Применение аналитического программного обеспечения для повышения эффективности маркетинговой деятельности предприятия
38. Применение маркетинговых исследований в целях повышения эффективности.
39. Применение методов анализа ассортимента в целях совершенствования товарной политики предприятия.
40. Конкурентный анализ рынка образовательных услуг в сегменте управленческих специальностей (на примере).
41. Анализ конкурентной среды на рынке сельскохозяйственной продукции и сырья;
42. Анализ конкурентной среды розничного (оптового) торгового предприятия по реализации продуктов питания;
43. Анализ и совершенствование товарной стратегии сельскохозяйственного предприятия (организации, фирмы);
44. Анализ и совершенствование сбытовой стратегии предприятия (организации, фирмы) АПК
45. Анализ конкурентоспособности брендов на рынке АПК и повышение лояльности к бренду (на российском и зарубежном рынках);
46. Анализ и прогнозирование спроса на продукцию АПК
47. Маркетинговый анализ рынка продовольственных товаров (на примере конкретного товара);
48. Маркетинговый анализ непродовольственных товаров (на примере конкретного товара).

Образец титульного листа

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

Факультет экономики и менеджмента
Кафедра «Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в
АПК»

Курсовая работа на тему

« _____ »
по дисциплине «Маркетинговые исследования»

Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело»

Выполнил:

обучающийся (аяся) _ курса гр. №

ФИО _____,

Проверил:

Саратов 20__

Приложение 3

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

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий кафедрой
_____/Ф.И. О./
« ____ » _____ 202__ г.

ЗАДАНИЕ

на курсовую работу по дисциплине «Маркетинговые исследования»

обучающегося _ курса группы _____ Ф.И.О.

Тема: _____

Перечень подлежащих разработке в курсовом проекте вопросов:

Введение

1. Глава

1.1

1.2

1.3

2. Глава

2.1

2.2

2.3

Заключение

Список использованной литературы

Дата выдачи задания: « ____ » _____ 202_ г.
Срок сдачи курсового проекта: « ____ » _____ 202_ г.
Дата защиты курсового проекта: « ____ » _____ 202_ г.

Руководитель курсового проекта _____ / _____ /
Задание принял к исполнению _____ / _____ /

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
1. Этапы написания и представления курсовой работы.....	4
2. Требования к содержанию курсовой работы	5
3. Общие требования к оформлению курсовой работы.....	8
5. Методические рекомендации по защите курсовой работы.....	9
6. Критерии оценки курсового проекта.....	9
7. Список рекомендуемой литературы.....	11
Приложение 1. Примерная тематика курсовых работ.....	13
Приложение 2. Образец титульного листа.....	15
Приложение 3. Образец задания на курсовую работу	16

Составитель
Минеева Лариса Николаевна

Методические указания по выполнению курсовой работы по дисциплине «Маркетинговые исследования» для бакалавров направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело»

В авторской редакции

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова»
410600, Саратов, Театральная пл., 1.