

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Щербакова Елена Сергеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.12.2020 16:08:41
Уникальный программный ключ:
28049405e27773754b421c0f7cbfa26b49543c95674999bee5f5fb252f9418c4



**ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ТУЛЬСКИЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ И БИЗНЕСА
ИМЕНИ НИКИТЫ ДЕМИДОВИЧА ДЕМИДОВА**

Заведующий кафедрой
«Экономика и управление»

к.э.н. И.В. Тарасова
«30» января 2019 г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ РЕФЕРАТА
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МАРКЕТИНГ»**

Укрупненная группа	38.00.00 Экономика и управление
Направление	38.03.02 Менеджмент
Профиль	Управление проектом

Тула - 2019

Общие положения

Реферат это одна из форм текущей аттестации студентов. Реферат – это самостоятельная исследовательская работа, в которой автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Содержание реферата должно быть логичным; изложение материала носит проблемно-тематический характер.

Цель

Реферат как форма текущей аттестации стимулирует раскрытие исследовательского потенциала студента, способность к творческому поиску, сотрудничеству, самораскрытию и проявлению возможностей.

Выполнение рефератов направлено на формирование у студентов следующих компетенций:

способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);

способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9);

способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);

Требования к оформлению реферата

- Реферат должен быть выполнен печатным способом на одной стороне бумаги формата А4 через полтора интервала. Цвет шрифта должен быть черным, шрифт TimesNewRoman, 14 пт.

- Текст следует печатать, соблюдая следующие размеры полей: верхнее и нижнее — 20 мм, левое — 30 мм, правое — 10 мм. Абзацный отступ должен быть одинаковым по всему тексту и составлять 1,25 см.

- Выравнивание текста по ширине.

- Разрешается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания на определенных терминах, формулах, применяя выделение жирным шрифтом, курсив, подчеркивание.

- Точку в конце заголовка не ставят. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой.

- Подчеркивать заголовки не допускается.

- Расстояние между заголовками раздела, подраздела и последующим текстом так же, как и расстояние между заголовками и предыдущим текстом, должно составлять 1 пробел.

- Название каждой части в тексте работы можно писать более крупным шрифтом, жирным шрифтом, чем весь остальной текст. Параграфы (подразделы) располагаются друг за другом.

- В тексте реферат рекомендуется чаще применять красную строку, выделяя законченную мысль в самостоятельный абзац.

- Перечисления, встречающиеся в тексте реферата, должны быть оформлены в виде маркированного или нумерованного списка.

- Все страницы обязательно должны быть пронумерованы. Нумерация листов должна быть сквозной. Номер листа проставляется арабскими цифрами.

- Нумерация листов начинается с третьего листа (после содержания) и заканчивается последним. На третьем листе ставится номер «3».

- Номер страницы на титульном листе и на содержании не проставляется!
- Номера страниц проставляются в центре верхней части листа без точки. Список использованной литературы и приложения включаются в общую нумерацию листов.

- Рисунки и таблицы, расположенные на отдельных листах, включают в общую нумерацию листов и помещают по возможности следом за листами, на которых приведены ссылки на эти таблицы или иллюстрации. Таблицы и иллюстрации нумеруются последовательно арабскими цифрами сквозной нумерацией. Допускается нумеровать рисунки и таблицы в пределах раздела. В этом случае номер таблицы (рисунка) состоит из номера раздела и порядкового номера таблицы, разделенных точкой.

После цитаты необходимо делать ссылку на автора, например [№ источника в списке литературы; стр.].

Изложение должно быть последовательным. Недопустимы нечеткие формулировки, речевые и орфографические ошибки.

При написании реферата используется научный стиль изложения. В подготовке реферата необходимо использовать материалы современных изданий не старше 5 лет.

Структура реферата

Структура реферата включает:

- 1) титульный лист,
- 2) содержание,
- 3) введение,
- 4) основная часть
- 5) заключение,
- 6) список литературы,
- 7) приложение (необязательная часть)

Структура работы должна быть четкой, обоснованной таким образом, чтобы была видна логика решения проблемы. Каждую новую часть следует начинать с новой страницы. Это же правило относится к другим основным структурным частям работы: содержанию, введению, заключению, списку литературы, приложениям.

Титульный лист содержит:

- 1) полное название учебного заведения;
- 2) название кафедры, на которой выполнялась работа;
- 3) наименование вида работы, дисциплины и темы;
- 4) данные об исполнителе с указанием фамилии, имени, отчества, номера студенческой группы;
- 5) указание должности лица, принявшего работу, его фамилии и инициалов;
- 6) год выполнения работы.

Содержание

В содержании приводится перечень всех частей работы с указанием номера страницы. Названия частей работы в тексте и содержании должны совпадать. Для нумерации разделов используется простая иерархическая система на основе арабских цифр.

Первой страницей реферата является титульный лист, на котором номер страницы не принято ставить. Второй страницей реферата является содержание (на нем также номер не проставляется).

Таким образом, нумерация страниц начинается с титульного листа, НО номера страниц начинают проставлять только с Введения.

Номер страницы проставляется в ее верхней части по центру.

Введение

Введение к работе требует обязательное отражение в нем следующих пунктов:

- 1) введение в тему (проблему) работы;
 - 2) обоснование выбора темы, определение ее актуальности и значимости для науки и практики;
 - 3) определение основной цели работы и подчиненных ей более частных задач; обзор литературы по данной теме;
 - 4) определение границ исследования (предмет, объект);
 - 5) краткое описание использованных при написании работы источников
- Объем введения – 1-2 страницы

Основная часть

За введением следует основная часть, в которой следует выделять смысловые подразделения, т.е. структурировать его.

Требуется, чтобы все разделы и подразделы были примерно соразмерны друг другу как по структурному делению, так и по объему. В конце каждого раздела основной части необходимо дать краткие выводы.

Объем основной части – 12-17 страниц

Заключение

В заключении необходимо суммировать все те выводы и научные достижения, которые были сделаны в работе, а также определить направления для дальнейших исследований в данной сфере.

Объем заключения – 1-2 страницы.

Список литературы

Каждый источник должен содержать следующие обязательные реквизиты:

- фамилия и инициалы автора;
- наименование;
- издательство;
- место издания;
- год издания.

Все источники, включенные в библиографию, должны быть последовательно пронумерованы и расположены в следующем порядке:

- законодательные акты;
- постановления Правительства;
- нормативные документы;
- статистические материалы;
- учебная литература – в алфавитном порядке по первой букве фамилии автора;
- периодические издания (газеты, журналы);
- интернет-сайты.

Например:

Маркетинг: Учебник / Под ред. В.И. Максимова. – М.: Просвещение, 2013. – 213 с.
Количество источников – не менее 15-ти.

Приложения

В конце работы размещаются приложения. В тексте на все приложения должны быть даны ссылки. Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху посередине страницы слова «Приложение» и его номера. Приложение должно иметь заголовок, который записывают симметрично относительно текста с прописной

Образец оформления рисунков

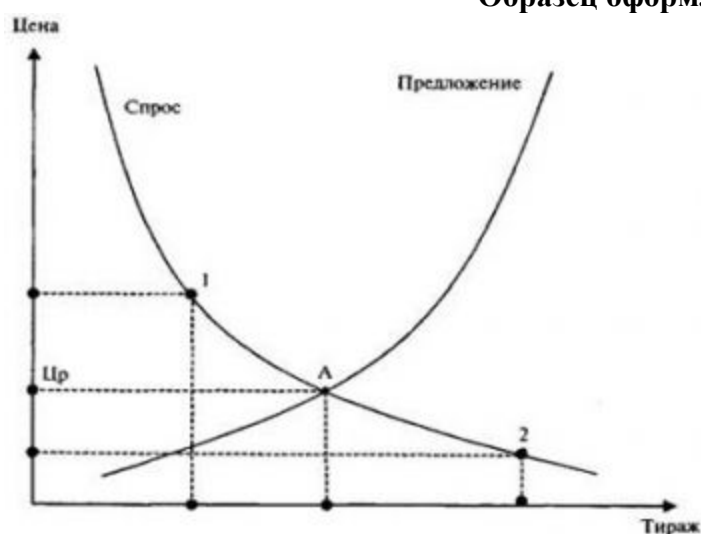


Рисунок 1. Равновесие спроса и предложения

Образец оформления таблиц

Для создания предприятия по переработке ТБО необходимо следующее оборудование, перечень которого приведен в таблице 1.

Таблица 1

Оборудование для переработки ТБО

№	Наименование оборудования	Количество, штук	Стоимость, руб.	Сумма, руб.
1	2	3	4	5
1.	Сортировочная линия до 30 тонн / час	1	2 400	2 400
2.	Прессовое оборудование свыше 3 тонн / час	2	1 500	3 000
3.	Измельчитель свыше 10 тонн / час	1	900	900

Продолжение таблицы 3.5.

1	2	3	4	5
13.	Ректификационный комплекс РС-1.L	1	1 250	1 250
14.	Сливное устройство	3	120	180

Образец оформления формул

Ссылки в тексте на порядковый номер формулы дают в скобках, например, «... в формуле (3)». После формулы приводятся обозначения ее параметров или показателей.

Пример:

$$W_i = \frac{T_i J_i}{60} \quad (3)$$

где W_i - количество автобусов на i -м маршруте;

T_i - время обратного рейса i -го маршрута;

J_i - интервал движения автобусов на i -м маршруте.

Оценка реферата.

При оценке реферата учитывается:

1. Правильность оформления реферата.
2. Уровень сформированности компетенций.
3. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
4. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
5. Логика, структура и грамотность изложения письменной работы.
6. Умение связать теорию с практикой.
7. Умение делать обобщения, выводы.

Критерии оценки реферата

№ пп	Оценка	Шкала
1	Отлично	Студент должен: - продемонстрировать глубокое и прочное усвоение знаний программного материала; - исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; - правильно формулировать определения; - продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; - уметь сделать выводы по излагаемому материалу.
2	Хорошо	Студент должен: - продемонстрировать достаточно полное знание программного материала; - продемонстрировать знание основных теоретических понятий; достаточно последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал; - продемонстрировать умение ориентироваться в литературе; - уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
3	Удовлетворительно	Студент должен: - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
4	Неудовлетворительно	Студент демонстрирует: - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу.
5	Зачтено	Выставляется при соответствии параметрам экзаменационной шкалы на уровнях «отлично», «хорошо», «удовлетворительно».
6	Незачтено	Выставляется при соответствии параметрам экзаменационной шкалы на уровне «неудовлетворительно».

Тематика рефератов

1. Понятие и сущность маркетинга.
2. Причины и условия возникновения маркетинговой концепции.
3. Цели маркетинговой деятельности.
4. Принципы маркетинговой деятельности.
5. Содержание маркетинговой деятельности.
6. Условия применения маркетинга отечественными предприятиями.
7. Концепции производственно-сбытовой деятельности.
8. Менеджеристское, бихевиористское и другие направления в маркетинге.
9. Виды маркетинга.
10. Планирование как функция маркетинга.
11. Организация маркетинговой деятельности.
12. Контроль маркетинговой деятельности.
13. Комплексное исследование рынка, рыночной среды и мотиваций потребителя.
14. Сегментация рынка.
15. Оценка собственных возможностей фирмы (предприятия).
16. SWOT-анализ.
17. Обновление продукции и разработка нового товара.
18. Формирование цен и каналов сбыта.
19. Коммуникационная функция маркетинга.
20. Внешняя среда маркетинга и ее роль в системе маркетинговых исследований.
21. Макросреда маркетинга и основные факторы, ее определяющие.
22. Микросреда маркетинга.
23. Емкость рынка, определение характера и эластичности спроса.
24. Изучение фирменной структуры рынка.
25. Степень и характер рыночной конкуренции.
26. Формы работы, принятые в торговой практике.
27. Факторы, определяющие поведение покупателей на потребительском рынке.
28. Анализ процесса покупки на потребительском рынке.
29. Роли человека в процессе покупки.

Образец оформления титульного листа

Частное образовательное учреждение высшего образования
Тульский институт управления и бизнеса
имени Никиты Демидовича Демидова
(ЧОУ ВО ТИУБ им. Н.Д. Демидова)

Кафедра Экономика и управление

РЕФЕРАТ

по дисциплине:

«МАРКЕТИНГ»

на тему

«Принципы маркетинга и их практическое применение»

группа ____

Выполнил: _____
(подпись студента) _____ (ФИО студента)

Проверил: _____
(подпись преподавателя) _____ (ФИО преподавателя)

Тула, 2019

Разработал: Волкова Яна Юрьевна, доцент кафедры «Экономика и управление» ЧОУ ВО
ТИУБ им. Н.Д. Демидова.

Методические указания по выполнению реферата по дисциплине «Маркетинг»
рассмотрены и утверждены на заседании кафедры «Экономика и управление»:
протокол №6 от «30» января 2019 г.

Заведующий кафедрой:  Тарасова Ирина Витальевна