

Московский институт экономики, политики и права

**Методические рекомендации
по выполнению курсовой работы
по дисциплине «Маркетинговые исследования
в управлении предприятием»
для обучающихся по направлению подготовки:
38.03.02 Менеджмент**

Москва, 2018

Методические рекомендации по выполнению курсовой работы по дисциплине «Маркетинговые исследования в управлении предприятием» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Авторы-составители:

Кузнецов А.В. - к.э.н., доцент кафедры экономики и общего менеджмента

Методические рекомендации составлены в соответствии с ФГОС ВО для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент Московского института экономики, политики и права и утверждены на заседании кафедры экономики и общего менеджмента протокол № 9 от 27.06.2018 г.

Рецензент: Лебедев Н.А. - д.э.н., профессор кафедры экономики и общего менеджмента

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ.....	4
1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	5
2. ВЫБОР ТЕМЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.....	6
3. РАБОЧИЙ ПЛАН	7
4. СБОР, АНАЛИЗ И ОБОБЩЕНИЕ МАТЕРИАЛОВ ПО ТЕМЕ	8
5. РАБОТА НАД ТЕКСТОМ КУРСОВОЙ РАБОТЫ И ЕЁ ОФОРМЛЕНИЕМ	10
6. ЗАЩИТА КУРСОВОЙ РАБОТЫ	10
7. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	13
8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	20

ПРЕДИСЛОВИЕ

Написание курсовой работы обучающимися экономических специальностей по дисциплине «Маркетинговые исследования в управлении предприятием» предусматривается учебным планом института, как для очной, так и для заочной форм обучения.

Курсовая работа является одной из форм самостоятельной учебной и научно-исследовательской работы обучающегося.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО к уровню подготовки бакалавров, обучающиеся должны владеть теоретическим и методическим подходами, методами экономического анализа, основами бизнес-планирования на предприятии, навыками и приемами самостоятельной творческой работы.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа - это самостоятельный исследовательский труд обучающегося, выполненный на основе использования научных, учебных, методических, информационных источников и статистических материалов.

Курсовая работа по дисциплине Маркетинговые исследования в управлении предприятием - это научная работа, которая является завершающим этапом изучения дисциплины и представляет собой развернутое, приведенное в систему изложения результатов изучения вопросов теории и практики явлений политической и социально-экономической жизни.

Целями курсовой работы являются закрепление, углубление, систематизация, обобщение знаний по дисциплине; обучение обучающимся самостоятельно применять приобретенные знания; рациональное сочетание анализа общетеоретических и конкретных теоретических ситуаций; проверка умения формулировать основные выводы по результатам анализа конкретной темы; умение творчески работать с литературой, привлекать статистические и фактические материалы. В процессе выполнения курсовой работы прививаются навыки научного исследования.

Курсовая работа в учебном плане имеет важную контрольную функцию. Качество ее выполнения, защита отражают умение ориентироваться как в категориальном аппарате экономической теории экономической теории, так и в хозяйственной практике. Лучшие курсовые работы могут послужить основой для написания обучающимся научных работ, предоставляемых на конкурс.

Курсовая работа должна отвечать следующим требованиям:

- должна быть написана на достаточно высоком теоретическом уровне с привлечением законодательных, нормативных и других документов, если того требует тема;
- работа должна быть написана самостоятельно и отличаться критическим подходом к избранной теме;
- работа должна быть написана четким и грамотным языком и правильно оформлена;
- выводы и предложения должны вытекать из изложенного в работе материала, логически обоснованы.

Подготовка курсовой работы включает следующие этапы:

- выбор темы;
- подбор и первоначальное ознакомление с литературой по избранной теме;
- составление плана работы; сбор и обработка материала;
- написание и оформление курсовой работы в соответствии с предъявляемыми требованиями;
- доработка материала с учетом замечаний рецензента; защита курсовой работы.

Написание курсовой работы требует от обучающегося проявления личной инициативы. В этом главное отличие данной формы обучения от лекционных, практических, семинарских и других занятий.

Курсовая работа представляет собой также одну из форм научно-исследовательской работы обучающегося. Выполнение курсовой работы предполагает включение элементов самостоятельных исследований с применением ряда конкретных методов: классификации, статистического наблюдения, сравнительного анализа, экономико-математических, аналитических и других методов.

Курсовая работа должна выполняться на одну из тем соответствующих утвержденному перечню, иметь оригинальный характер и быть написана в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

2. ВЫБОР ТЕМЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Весь учебный курс по дисциплине «Маркетинговые исследования в управлении предприятием» представляет собой совокупность конкретных тем, которые все связаны между собой. Поэтому ни одну тему нельзя рассматривать изолированно от других. Из этого следует, что правильный выбор темы возможен только при необходимом уровне усвоения обучающимся всего учебного материала по данной дисциплине. Только это позволит ему объективно сравнить предлагаемые темы между собой и сделать обоснованный выбор.

Выбор темы предполагает обоснование её актуальности, оценку теоретического и практического значения. При выборе темы, как и выборе объекта и предмета исследования, полная самостоятельность предоставляется обучающемуся. В одних случаях побудительным мотивом является стремление получить ответ на вопросы, возникающие на практике, в других - желание исследовать малоизученную проблему и т.д. Вне зависимости от подхода к выбору темы, главное, чтобы она вызвала интерес у обучающегося. Если у обучающегося возникает затруднение при выборе темы, они могут обратиться за помощью к преподавателям. Избранная тема курсовой работы утверждается руководителем. Изменение допускается лишь в отдельных случаях по ходатайству самого обучающегося или инициативе руководителя. Как правило, конкретная тема дается лишь одному обучающемуся учебной группы.

Тему курсовой работы обучающийся выбирает из приведенного далее перечня.

При выборе темы необходимо иметь ориентировочное представление о сущности той или иной проблемы, знать какие вопросы следует осветить в работе.

С этой целью обучающийся должен ознакомиться с избранной темой по литературным источникам.

Для руководства написанием курсовой работы кафедра выделяет научного руководителя из профессорско-преподавательского состава.

Основанием для разработки курсовой работы является задание, подписанное руководителем и утвержденное заведующим кафедрой. Задание должно иметь даты выдачи задания и контрольного срока выполнения работы.

Обучающийся предлагает научному руководителю проект плана курсовой работы, согласовывает с ним все вопросы и при необходимости вносит изменения. Научный руководитель вносит уточнения в проект плана работы, обращает внимание обучающегося на обязательные вопросы, подлежащие изучению и разработке, последовательность их рассмотрения.

При необходимости руководитель проводит консультации. На законченную курсовую работу руководитель дает подробный отзыв (рецензию).

3. РАБОЧИЙ ПЛАН

Написание курсовой работы начинается с разработки плана, который позволит чётко организовать работу по выбранной теме.

Целью составления рабочего плана является изучение обучающимся предполагаемого подхода к раскрытию темы курсовой работы.

При составлении рабочего плана следует стремиться к тому, чтобы в нем оптимально сочетались изложение как общетеоретических вопросов (основные принципы и закономерности исследуемой экономической проблемы), так и вопросов прикладных (исследование конкретных ситуаций - применительно к отдельной стране, этапу экономического развития, конкретному рынку, предприятию и т.п.).

Общим принципом построения рабочего плана является последовательный переход от общего к частному. Проблема сначала рассматривается в целом (почему проблема возникает, какие трудности встречаются при её решении, на каких общих положениях бизнес-планирования должна основываться её реализация), а затем детально анализируются методы и формы решения проблемы.

Рабочий план составляется в свободной форме и утверждается руководителем.

4. СБОР, АНАЛИЗ И ОБОБЩЕНИЕ МАТЕРИАЛОВ ПО ТЕМЕ

Это один из самых сложных и трудоёмких этапов работы. Он требует ознакомления с большим числом литературных источников, различными подходами и взглядами авторов, многообразием путей решения исследуемых вопросов в социальной жизни.

Рекомендуется сосредоточить внимание на основных источниках и подходах, которые в наибольшей степени отражают точку зрения и позицию обучающегося. Для выполнения курсовой работы обучающийся должен использовать материалы из различных источников. Основными источниками являются:

а) учебные пособия, указанные в списке рекомендуемой литературы;

б) специальная литература - научные публикации (книги, статьи) по выбранной теме. Они могут подбираться обучающегося самостоятельно, а также рекомендоваться научным руководителем;

в) публикации в специальных и периодических изданиях, электронных ресурсах. Материалы этих источников используют, прежде всего, для анализа экономической ситуации в России (в соответствии с выбранной темой);

г) фактические данные о работе конкретных отечественных или зарубежных предприятий. Использование таких данных не является обязательным, однако, их наличие рассматривается как положительная черта курсовой работы и учитывается при защите;

д) формы бухгалтерской отчетности и другие документы.

Изучение научной, учебной и иной литературы требует конспектирования основных положений. Форма записей может быть весьма разнообразной: простой или развернутый план, тезисы, цитаты. Более полной и сложной формой записи является конспект, представляющий собой обзор книги (отдельные главы). Это, как правило, сжатое изложение содержания источника.

Систематизация изученных источников позволяет повысить эффективность их анализа и обобщения. Итогом этой работы должна стать логически выстроенная система сведений по существу исследуемого вопроса. При подборе материалов обучающийся должен обращать внимание на то, что в них могут содержаться несовпадающие, а иногда и противоположные точки зрения по одному и тому же вопросу.

Особенно это характерно для материалов указанных в п/п б) и в). В этом случае обучающийся обязан отразить в курсовой работе свое мнение о том, какая из точек зрения представляется ему наиболее правильно, и обосновать этот вывод.

Представляемая к рецензии курсовая работа должна содержать:

- титульный лист;
- задание на работу;
- содержание;
- введение;
- основную часть в соответствии с утвержденным заданием на работу;
- заключение;
- список используемых источников;
- приложение при необходимости.

Во введении обосновывается актуальность темы, формулируется проблема и круг вопросов, необходимых для решения, определяется цель работы и комплекс задач, подлежащих решению для раскрытия темы, указываются объект, предмет и методы исследования.

В теоретической главе, где дается обзор отечественной и зарубежной литературы, нормативных документов и т.п., должно быть ёмко и обстоятельно изложено, как данная проблема представлена в литературе.

В курсовой работе следует показать умение использовать знания теории для объективного и всестороннего анализа исследуемой проблемы. Обучающийся должен высказать свое отношение к социальным связям и причинам, обусловившим реальное состояние изучаемого явления (процесса), выделить положительное, определить недостатки и узкие места, сформулировать наиболее эффективные меры их устранения.

При этом излагаемые положения обязательно должны подкрепляться результатами изучения и анализа примеров из реальной жизни, личного опыта, публикаций в средствах массовой информации и др. источников. То есть, в этом разделе обучающийся раскрывает возможности научных и методологических подходов в понимании явлений окружающей действительности.

В заключении проводится краткий ретроспективный обзор проведенной в исследовании работы, указываются узловые моменты исследования, излагаются теоретические и практические выводы, к которым пришел автор в результате исследования, а также предложения по улучшению, оптимизации состояния изучаемого вопроса. Они должны быть краткими и четкими, дающими полное представление о содержании, значимости, обоснованности и эффективности предлагаемых разработок.

В конце работы обязательно приводится список источников, используемых при выполнении работы.

5. РАБОТА НАД ТЕКСТОМ КУРСОВОЙ РАБОТЫ И ЕЁ ОФОРМЛЕНИЕМ

Подготовка и написание курсовой работы - один из видов научной и творческой работы. Она должна быть самостоятельным трудом обучающегося. Недопустимо механическое использование литературных источников и электронных ресурсов и их списывание.

Объем курсовой работы без приложений должен составлять до 40 страниц стандартного листа бумаги.

Библиографию целесообразно провести в следующем порядке: - нормативные акты, - литература в алфавитном порядке, - другие документы. В список литературы включаются как те источники, на которые обучающийся ссылается в работе, так и все другие, изученные в процессе разработки данной темы.

В качестве приложения целесообразно оформлять документы (части документов), содержащие фактические данные о работе конкретных предприятий, которые иллюстрируют основное содержание курсовой работы. В этом случае в основном тексте в необходимых местах должны содержаться ссылки: "см. приложение ". При использовании фактического материала необходимо соблюдать известные правила, а именно - данные следует приводить к абсолютным (млн. руб. т. м. шт.) или относительным (%) показателям и при их сравнениях обязательно в одинаковых измерениях; - для доказательства определённой закономерности, тенденции требуют привести не одну, а ряд цифр, которые раскрыли бы сущность экономического процесса; - для наглядности цифровые данные могут быть сведены в таблицы, диаграммы и графики.

Правила оформления и изложения курсовой работы необходимо строго соблюдать и руководствоваться «Правилами оформления и представления учебно-методической документации». Текст внимательно перечитывается, редактируется и передается руководителю. Курсовая работа, не отвечающая предъявляемым требованиям, возвращается обучающемуся на доработку. В соответствии с указаниями руководителя вносятся изменения, коррективы, дополнения. После этого курсовая работа представляется к защите.

6. ЗАЩИТА КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа допускается к защите после получения положительной рецензии. От умения защитить свою работу во многом зависит окончательная оценка всей проделанной работы.

Обучающемуся предстоит не только сделать краткое сообщение, в котором излагаются узловые проблемы работы, дать анализ использованных источников, обосновать выводы, но и ответить на вопросы преподавателей и обучающихся, присутствующих на защите.

Курсовая работа защищается перед комиссией, состав которой утверждается кафедрой.

Каждым обучающимся предлагается устное информационное сообщение о теме своей работы в виде доклада (не более 7 минут). К докладу в качестве наглядных пособий могут предоставляться в форме презентаций.

По окончании доклада преподавателем, ведущим защиту, зачитывается полученная на работу рецензия. Затем обучающийся отвечает на вопросы. Ответ обучающегося оценивается по пятибалльной шкале.

Критериями оценки курсовой работы являются.

- степень разработки темы;
- полнота охвата научной литературы;
- использование законодательных и нормативных актов;
- творческий подход к написанию курсовой работы;
- правильность и научная обоснованность выводов;
- аккуратное и правильное оформление курсовой работы.

Оценка «отлично»

Соответствие структуры и содержания работы требованиям ФГОС и методических рекомендаций: полное

Полнота раскрытия темы работы: работа носит исследовательский характер, содержит грамотно изложенные теоретические положения.

Глубина анализа источников по теме исследования: характеризуется логичным, последовательным изложением материала с соответствующими выводами и обоснованными предложениями.

Соответствие результатов курсовой работы поставленным целям и задачам: полное.

Соответствие современным нормативным правовым документам: полное.

Выполнение расчетов: глубокий финансово-экономический анализ, критический разбор практического опыта по исследуемой проблеме.

Соответствие оформления работы требованиям Методических рекомендаций: полное

В тексте работы есть адекватные ссылки на источники и литературу

Список источников и литературы актуален и оформлен в соответствии с требованиями методических рекомендаций

Грамотность речи и правильность использования профессиональной терминологии: при защите работы обучающийся показывает глубокое знание вопросов темы

Полнота, точность, аргументированность ответов: свободно оперирует данными исследования, легко отвечает на поставленные вопросы.

Оценка «хорошо»

Соответствие структуры и содержания работы требованиям ФГОС и методических рекомендаций: полное

Полнота раскрытия темы работы: работа носит исследовательский характер, содержит грамотно изложенные теоретические положения.

Глубина анализа источников по теме исследования: характеризуется последовательным изложением материала с соответствующими выводами, но не вполне обоснованными предложениями.

Соответствие результатов курсовой работы поставленным целям и задачам: полное.

Соответствие современным нормативным правовым документам: полное.

Выполнение расчетов: подробный анализ, критический разбор практического опыта по исследуемой проблеме.

Соответствие оформления работы требованиям Методических рекомендаций: полное.

В тексте работы есть ссылки на источники и литературу.

Список источников и литературы актуален и оформлен в соответствии с требованиями методических рекомендаций.

Грамотность речи и правильность использования профессиональной терминологии: при защите работы обучающийся показывает знание вопросов темы.

Полнота, точность, аргументированность ответов: оперирует данными исследования, без особых затруднений отвечает на поставленные вопросы.

Оценка «удовлетворительно»

Соответствие структуры и содержания работы требованиям ФГОС и методических рекомендаций: частичное.

Полнота раскрытия темы работы: работа носит характер реферативного исследования, содержит положения, не подкрепленные теоретической базой.

Глубина анализа источников по теме исследования: характеризуется непоследовательным изложением материала и необоснованными предложениями.

Соответствие результатов курсовой работы поставленным целям и задачам: частичное.

Соответствие современным нормативным правовым документам: частичное.

Выполнение расчетов: не достаточно подробный анализ, отсутствует разбор практического опыта по исследуемой проблеме.

Соответствие оформления работы требованиям Методических рекомендаций: частичное.

В тексте работы частично имеются ссылки на источники и литературу.

Список источников и литературы не достаточен, источники не соответствует требованиям методических рекомендаций.

Грамотность речи и правильность использования профессиональной терминологии: при защите работы обучающийся проявляет неуверенность.

Полнота, точность, аргументированность ответов: Обучающийся показывает слабое знание вопросов темы, не дает полного, аргументированного ответа на заданные вопросы.

Оценка «неудовлетворительно»

Соответствие структуры и содержания работы требованиям ФГОС и методических рекомендаций: не соответствует.

Полнота раскрытия темы работы: работа не носит исследовательского характера, не содержит анализа практического опыта по исследуемой проблеме.

Глубина анализа источников по теме исследования: характеризуется непоследовательным изложением материала, не имеет выводов либо они носят декларативный характер.

Соответствие результатов курсовой работы поставленным целям и задачам: частичное.

Соответствие современным нормативным правовым документам: частичное.

Выполнение расчетов: базируется на практическом материале, но отличается поверхностным анализом практического опыта по исследуемой проблеме.

Соответствие оформления работы требованиям Методических рекомендаций: не соответствует.

В тексте работы слабо отражены ссылки на источники и литературу.

Список источников и литературы не отражает раскрытия исследуемой тематики и оформлен в несоответствии с требованиями методических рекомендаций.

Грамотность речи и правильность использования профессиональной терминологии: при защите работы обучающийся затрудняется отвечать на поставленные вопросы по теме.

Полнота, точность, аргументированность ответов: не знает теории вопроса, при ответе допускает существенные ошибки.

7. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Методы стратегического анализа, используемые в системе маркетинга.
2. Разработка и осуществление стратегии организации, направленной на обеспечение её конкурентоспособности.
3. Способы оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности при выборе маркетинговой стратегии предприятия.
4. Направления выявления новых рыночных возможностей и формирование новых бизнес-моделей.
5. Планирование и прогнозирование в системе маркетинга.
6. Маркетинг экспортно-импортных операций.
7. Маркетинговый комплекс продвижения товара.
8. Фирменный стиль. Имидж фирмы.
9. Основы современного маркетинга: сущность, функции и принципы.
10. Лизинг: цели, виды, преимущества.

11. Реклама в системе маркетинга.
12. Франчайзинг как специфическая форма ведения бизнеса.
13. Управление рекламной деятельностью
14. Управлением маркетингом и сбытовой деятельностью на торговом предприятии.
15. Маркетинговое планирование цен с учетом ЖЦТ.
16. Экономическая оценка эффективности рекламной кампании.
17. Маркетинг в торговле.
18. Маркетинг в сфере услуг.
19. Адаптация предприятия к условиям рыночной среды средствами маркетинга.
20. Маркетинговое управление системой складирования на предприятии.
21. Экономический анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг и его использование в финансовом планировании на предприятии
22. Анализ экономической эффективности товара и оценка надёжности поставщика.
23. Роль внутрифирменного планирования сбыта товаров промышленного назначения.
24. Исследование рынка товаров промышленного назначения.
25. Управление ассортиментом продукции.
26. Форма организации сбыта товаров промышленного назначения.
27. Управление каналами сбыта товаров промышленного назначения.
28. Управление личной продажей.
29. Реклама товаров промышленного назначения.
30. Специальные методы рекламы и стимулирования сбыта товаров промышленного назначения.
31. Конкурентоспособность и качество, их место в стратегии маркетинга.
32. Маркетинг как система деятельности на рынке.
33. Маркетинг как фактор эффективности хозяйственной деятельности предприятия.
34. Адаптация предприятия к условиям рыночной среды средствами маркетинга.
35. Пути и факторы повышения конкурентоспособности предприятия.
36. Критерии эффективности маркетинговой деятельности.
37. Роль маркетинга в финансовом планировании на предприятии.
38. Система сбыта товаров промышленного назначения.
39. Формирование спроса на товары промышленного назначения.
40. Характеристика покупателя товаров промышленного назначения.
41. Процесс покупки товаров промышленного назначения.
42. Планирование экспортной торговли товарами промышленного назначения.
43. Организация сбыта экспортной продукции через зарубежных оптовых посредников.

44. Экспортная реклама товаров промышленного назначения.
45. Маркетинг объектов капитального строительства.
46. Развитие маркетинговых структур на предприятиях России.
47. Экономический анализ результатов рыночной деятельности предприятия.
48. Рыночная деятельность предприятия как основной источник поступления финансовых средств.
49. Прогнозирование прибыли предприятия на отраслевом (региональном, потребительском) сегменте рынка сбыта.
50. Экономический анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг и его использование в финансовом планировании на предприятии.
51. Прогнозирование прибыли предприятия по товарам длительного пользования.
52. Использование анализа конъюнктуры в финансовом планировании на предприятии.
53. Экономическая оценка перспектив развития рынка и прибыли предприятия.
54. Маркетинговые стратегии в экономических планах развития предприятия.
55. Экономическое обоснование маркетинговой стратегии для малых, средних и крупных фирм.
56. Маркетинговое обоснование уровня рентабельности промышленной продукции.
57. Маркетинговая оценка риска инвестора.
58. Маркетинговое обоснование системы товародвижения и расходов на доставку товаров покупателю.
59. Составление сметы затрат на реализацию комплекса маркетинг -микс.
60. Маркетинговое обоснование нормы прибыли от реализации на основе анализа факторов рыночной среды.
61. Маркетинговое определение потребности сырья и полуфабрикатов.
62. Маркетинговое управление системой складирования на предприятии.
63. Маркетинговое обоснование системы управления запасами
64. предприятия.
65. Маркетинговое планирование материально – технического снабжения на предприятии.
66. Маркетинговое планирование в системе антикризисного управления.
67. Политика цен и ее влияния на экономическое положение предприятия.
68. Маркетинговое планирование цен на товары - новинки.
69. Маркетинговое ценообразование в условиях неопределенности.
70. Маркетинговое планирование цен с учетом ЖЦТ.
71. Целевое ценообразование в маркетинге.
72. Планирование цен на товары повседневного спроса и престижные товары.
73. Экономический контроль эффективности стратегии маркетинга.
74. Экономический контроль эффективности тактики маркетинга.

75. Экономический анализ конкурентоспособности предприятия.
76. Исследование конкурентоспособности промышленной продукции.
77. Управление затратами в маркетинговых инновациях.
78. Экономический анализ маркетинговых коммуникаций с потребителем.
79. Экономический анализ эффективности ассортиментной политики предприятия.
80. Экономический анализ эффективности сбытовой политики предприятия.
81. Экономическая оценка эффективности рекламной кампании.
82. Экономическая оценка эффективности работы предприятия на потребительском (географическом сегменте).
83. Экономическая оценка эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия.
84. Планирование расходов на проведение рекламной кампании.
85. Планирование расходов на организацию и функционирование службы маркетинга.
86. Экономическое обоснование маркетинговой стратегии предприятия.
87. Экономическое обоснование системы товародвижения и расчет расходов на доставку товара.
88. Разработка бюджета маркетинга.
89. Проведение конъюнктурного анализа.
90. Планирование банковских услуг на потребительском рынке.
91. Обоснование специализации банка на различных сегментах рынка.
92. Маркетинговые средства повышения конкурентоспособности банка на региональном рынке.
93. Маркетинговое обоснование стратегии банка.
94. Анализ конъюнктуры рынка банковских услуг и его использование в выборе целевого рынка.
95. Сервизация экономики как современная концепция маркетинга.
96. Бенчмаркетинг.
97. Современные перспективные технологии по созданию долгосрочного предпочтения к товару. Товарная политика и товарный ассортимент.
98. Мотивация и модель поведения персонала.
99. Товародвижение и сбыт в системе маркетинга.
100. Организация службы маркетинга на предприятии.
101. Организация сервиса как один из элементов инфраструктуры продаж.
102. Ценовые стратегии - гарант достижения целей маркетинга.
103. Управление рисками в маркетинге.
104. Сегментирование как управленческий подход к процессу принятия предприятием решений на рынке.

Примерная тематика курсовых работ по дисциплине
Тема: Бенчмаркетинг

Введение

1. Суть бенчмаркетинга
2. Целеполагание бенчмаркетинга
3. Принципы и этапы процесса бенчмаркетинга

Заключение

Список литературы

Тема: Лизинг цели, виды, преимущества

Введение

1. Понятие лизинга
2. Лизинг в российской экономике
3. Перспективы лизинговой деятельности под влиянием мирового финансового кризиса

Заключение

Список использованной литературы

Тема: Маркетинг в торговле

Введение

1. Специфика маркетинга в торговле
2. Маркетинговая политика
3. Предложения по совершенствованию маркетинговой политики торгового предприятия

Заключение

Список использованных источников

Тема: Маркетинг как система деятельности на рынке

Введение

1. Сущность, содержание и инструментарий маркетинга
2. Анализ организации маркетинговой работы
3. Определение направлений совершенствования маркетинговой программы

Заключение

Список литературы

Тема: Маркетинговый комплекс продвижения товара

Введение

1. Методологические основы внедрения и продвижения на рынок нового товара как технологии
2. Анализ потребительских свойств продукции и оценка конкурентоспособности товара как технологии, конечного продукта технологии рыночной новизны
3. Разработка мероприятий по продвижению товара как технологии рыночной новизны на рынок южного региона

Заключение

Список использованной литературы

Тема: Организация службы маркетинга на предприятии

Введение

1. Маркетинг: сущность, функции, роль в деятельности предприятия
2. Служба маркетинга на предприятии
3. Связи отдела маркетинга с другими подразделениями

Заключение

Список использованной литературы

Тема: Основы современного маркетинга сущность, функции и принципы

Введение

1. Сущность и принципы современного маркетинга
2. Основные направления современной маркетинговой политики предприятия
3. Разработка и обоснование путей повышения эффективности маркетинговой деятельности

Заключение

Список использованной литературы

Тема: Планирование и прогнозирование в системе маркетинга

Введение

1. Планирование маркетинговой деятельности
2. Понятие и сущность прогнозирования в системе маркетинга
3. Рекомендации по совершенствованию методов маркетингового планирования и прогнозирования

Заключение

Список литературы

Тема: Разработка бюджета маркетинга

Введение

1. Понятие бюджета и бюджетирования маркетинга
2. Анализ тактического планирования и бюджетирования на предприятии
3. Разработка бюджета маркетинга и особенности его внедрения на предприятии

Заключение

Список использованной литературы

Тема: Реклама в системе маркетинга

Введение

1. Сущность и виды маркетинговых коммуникаций
2. Реклама в системе маркетинга

3. Требования к современной рекламе в России и направления ее развития

Заключение

Список использованной литературы

Тема: Реклама товаров промышленного назначения

Введение

1. Теоретические аспекты рекламы товаров промышленного назначения

2. Анализ рекламы товаров промышленного назначения на предприятии

3. Недостатки рекламной деятельности предприятия и направления ее совершенствования

Заключение

Список использованной литературы

Тема: Управление рекламной деятельностью

Введение

1. Теоретические основы управления рекламной деятельностью предприятия

2. Анализ управления рекламной деятельностью на предприятии

3. Предложения по повышению эффективности использования рекламных методов продвижения

Заключение

Список использованной литературы

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Делятицкая, А. В. Маркетинг : учебное пособие / А. В. Делятицкая, А. В. Косова. — Москва : Российский государственный университет правосудия, 2016. — 120 с. — ISBN 978-5-93916-506-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/65864.html>
2. Кметь, Е. Б. Управление маркетингом : учебник / Е. Б. Кметь, А. Г. Ким. — Саратов : Вузовское образование, 2016. — 284 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/43373.html>

б) дополнительная литература:

1. Мансуров, Р. Е. Технологии маркетинга : практикум / Р. Е. Мансуров. — Москва : Инфра-Инженерия, 2017. — 182 с. — ISBN 978-5-9729-0178-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/69015.html>
2. Соколова, Н. Г. Основы маркетинга : практикум / Н. Г. Соколова. — Саратов : Вузовское образование, 2016. — 266 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/54505.html>

в) перечень электронных библиотечных систем, электронных образовательных ресурсов (современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем), лицензионного программного обеспечения:

Электронно-библиотечная система	
IPRBooks (http://www.iprbookshop.ru)	Договор от 07.09.2020 г. №7076/20
Электронные образовательные ресурсы (современные профессиональные базы данных)	
Министерство экономического развития Российской Федерации - economy.gov.ru	Свободный доступ
Федеральный образовательный портал ЭСМ – ЭКОНОМИКА. СОЦИОЛОГИЯ. МЕНЕДЖМЕНТ - ecsocman.hse.ru	Свободный доступ
Economicus.Ru – интернет ресурс по экономике, менеджменту и финансам - economicus.ru	Свободный доступ
Департамент экономической политики и развития города Москвы - https://www.mos.ru/depr	Свободный доступ

«Научная электронная библиотека» - elibrary.ru	Свободный доступ
Adobe Reader	Свободный доступ
Современная профессиональная база данных «Гарант»	ООО «Гарант-Созидание» Договор от 07.12.2020г. № СЦ10/330379/21
Современная профессиональная база данных «Консультант Плюс»	АО «ТЛС-ГРУПП» Договор от 22.11.2018г. № 39/6ОП/Н/ОВК-Ф
Электронные образовательные ресурсы (информационные справочные системы)	
Информационная справочная система «Гарант»	ООО «Гарант-Созидание» Договор от 07.12.2020г. № СЦ10/330379/21
Информационная справочная система «Консультант Плюс»	АО «ТЛС-ГРУПП» Договор от 22.11.2018г. № 39/6ОП/Н/ОВК-Ф
Лицензионное программное обеспечение	
Microsoft Office 2010	Договор от 29.08.2014г. № 64017963
Windows 7 HomeMultiLanguage 64	Договор от 21.03.2011г. № 48267127
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	ООО "АБИСОФТ" Договор от 12.03.2019г. № ЕЕА120319/1-3
ПО SunRav WEB Class	ИП Сунгатулин Р.Т. Лицензионный договор от 27.06.2017 № БН
Линко V8.0 Программное обеспечение для лингафонного кабинета	ООО «Линко» Договор от 11.03.2014 г. № 0803
Линко V8.2 Программное обеспечение для лингафонного кабинета	ООО «Линко» Договор от 28.07.2014 г. № 4307

