



(ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева)

Факультет Экономический

Л. В. Волкова

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по подготовке курсового проекта по дисциплине «Маркетинг»

Калуга, 2025

Рецензенты:

Зав. кафедрой информационных технологий, учёта и экономической безопасности КФ РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева, к.э.н., доцент Е.В. Федотова

Рекомендовано к опубликованию и использованию в учебном процессе методической комиссией экономического факультета КФ РГАУ – МСХА им. К.А. Тимирязева

Волкова Л. В.

Методические указания по подготовке курсового проекта по дисциплине «Маркетинг» для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», /

Л. В. Волкова. – Калуга, 2025. – 28 с.

Методические указания предназначены для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент». Методические указания содержат рекомендации по подготовке курсового проекта по дисциплине «Маркетинг». Рассматриваются методика подготовки, написания, требования и порядок защиты курсового проекта. Представлены примерный перечень тем, структура и содержание курсового проекта.

СОДЕРЖАНИЕ

1 Общие положения.....	4
2. Цели и задачи курсового проекта.....	4
3. Предъявляемые внешние и внутренние требования.....	5
4. Основные требования к курсовым проектам.....	6
5. Выбор тем курсовых проектов.....	7
6. Структура курсового проекта и описание элементов.....	9
7. Оформление курсового проекта.....	12
8. Критерии выставления оценок	23
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	25

1 Общие положения

Маркетинг рассматривается как философия и как одна из функций управления предприятиями, предполагающая системный контроль процессов функционирования рынка, раскрываются цели, принципы, функции, структуры и методы, процессы рыночно-ориентированных систем управления. Будущий бакалавр изучает систему управления организациями, предприятиями, фирмами, предполагающую тщательный анализ рынка; учится принимать стратегические решения в условиях рынка.

Маркетинг увязывает с возможностями реализации товаров и услуг, обосновывает план всей работы, необходимой для получения прибыли путем увеличения продаж конечным потребителям за счет изучения их запросов, способствует скорейшему продвижению товаров и услуг покупателю, придает новую полезность им и тем самым увеличивает их цену.

Изучение курса «Маркетинг» вооружает бакалавра знаниями теории и практики управления организацией в условиях рынка, формирование заказов, ориентация производства и сбыта продукции на потребности людей; управление хозяйствами в условиях конкуренции.

Значительная роль при этом отводится самостоятельной работе студентов, одной из форм которой является курсовое проектирование.

Курсовой проект является самостоятельно выполненным исследованием, предусмотренным учебным планом по дисциплине «Маркетинг». Курсовой проект представляет собой выполненную в письменном виде учебную работу, раскрывающую теоретические и практические проблемы избранной темы.

Выполнение курсового проекта предполагает углубление и систематизацию полученных экономических знаний в целом и по избранной теме в частности; выработку навыков сбора и обобщения практического материала, работы с первоисточниками; развитие умений применять полученные знания для решения конкретных научных и практических проблем, формулировать и аргументировать собственную позицию в их решении.

2 Цели и задачи курсового проекта

Целью выполнения курсового проекта является закрепление у студентов теоретических знаний по курсу «Маркетинг», углубленное изучение отдельных актуальных научных и практических вопросов, связанных с социально-экономическими организациями, а также разработка теоретических и практических рекомендаций по решению выявленных проблем в области маркетинговой деятельности организаций.

Задачами выполнения курсового проекта являются:

- более глубокое познание студентом соответствующей темы курса на основе самостоятельного изучения дополнительной учебной и научной литературы, законодательных и нормативных документов;
- формирование у студентов четких взглядов относительно основных положений маркетинга в системе АПК;
- применение методик сбора информации, анализа и обработки данных и разработки на их основе проекта совершенствования;

- выработка навыков по четкому и грамотному изложению полученных результатов.

Выполнение курсового проекта включает в себя следующие этапы:

- выбор темы курсового проекта;
- подбор литературы и практических материалов для анализа;
- проведение исследования и разработка проектной части;
- оформление результатов;
- защита курсового проекта.

3.Предъявляемые внешние и внутренние требования

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- общую теорию маркетинговой деятельности
- законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие производственно-хозяйственную, финансово-экономическую деятельность предприятия; законодательство о налогах и сборах; стандарты бухгалтерского учета; экологическое законодательство; основы трудового законодательства;
- сущность управления маркетингом как обособившимся видом деятельности;
- цели, задачи, принципы и методы управления маркетингом;
- цели, принципы, функции, сферы применения, объекты, средства и методы маркетинга;
- отечественный и зарубежный опыт в области управления и рациональной организации маркетинговой деятельности предприятия в условиях рыночной экономики;
- методы изучения рыночной конъюнктуры;
- маркетинговую среду и ее анализ;
- методы маркетинговых исследований; организацию деятельности маркетинговых служб;
- основы маркетинговых коммуникаций;
- особенности планирования, контроля и оценки эффективности маркетинговой деятельности;

Уметь:

- выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты;
 - разрабатывать, принимать и реализовывать с высокой эффективностью маркетинговые решения;
 - выполнять общие и конкретные функции управления маркетингом;
 - применять средства и методы маркетинга, анализировать маркетинговую среду организации, проводить маркетинговые исследования;
 - ставить и решать задачи операционного маркетинга;
 - разрабатывать план маркетингового исследования;
 - анализировать факторы, влияющие на поведение потребителей;
 - определять экономическую эффективность маркетинговых решений;
- разрабатывать маркетинговые стратегии и комплексное решение проблем потребителей.

Владеть:

- навыками самостоятельного овладения новыми знаниями, используя современные образовательные технологии;
- методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; умением проводить маркетинговые исследования;
- методами экономического анализа для оценки эффективности маркетинговой деятельности на предприятиях;
- методами разработки и реализации маркетинговых планов и программ.
- методами ценообразования и калькулирования себестоимости продукции на предприятии;
- возможностями использования современных информационных технологий в условиях реально действующих предприятий.

4 Основные требования к курсовым проектам

1. Курсовой проект должен быть выполнен на актуальную тему, затрагивающую одну из ключевых проблем, связанных с теорией и практикой маркетинга в системе АПК.
2. Курсовой проект должен выполняться с применением современных методов научного исследования, используемых в маркетинге.
3. План и структура курсового проекта согласовываются с ведущим преподавателем.
4. Не допускаются к защите курсовые проекты, имеющие одинаковые планы, частично или полностью повторяющееся содержание глав и пунктов.
5. В курсовом проекте в полной мере необходимо раскрыть выбранную тему исследования, достичь поставленной цели исследования, выполнить задачи исследования.
6. При выполнении курсового проекта необходимо широко использовать научную литературу по теме исследования с периодом издания не старше 5 лет, соответствующие законодательные и нормативные акты.
7. В случае использования статистических материалов и публикаций других авторов необходимо делать ссылки на первоисточники с указанием номера в библиографическом списке и номера страницы, содержащей используемый материал.
8. Необходимым условием является наличие в теоретической части курсового проекта научной дискуссии, составленной на основании мнений различных авторов по теме исследования.
9. Обязательным для курсового проекта является наличие практического материала по сельскохозяйственному предприятию или другой организации, связанной с агропромышленным комплексом.
10. Анализ материалов по предприятию приводится в динамике за период не менее 3-х лет.
11. Аналитические материалы необходимо оформлять с применением таблиц, графиков, диаграмм, схем.
12. Проект должен быть изложен с применением научного стиля, предполагающего отсутствие всякой эмоциональной окраски, призывов, лозунгов, необоснованных утверждений, разговорной речи.

13. Оформление курсового проекта выполняется в соответствии с требованиями ГОСТ и методическими указаниями по оформлению курсовых проектов и выпускных квалификационных работ.
14. Все части курсового проекта должны строго соответствовать выбранной теме исследования и быть связанными на данной основе между собой.
15. Курсовой проект должен содержать аргументированные выводы, сделанные автором в ходе исследования, касающиеся как теоретических аспектов исследования, так и его аналитической и проектной частей.

5. Выбор тем курсовых проектов

Студенту предоставляется право выбора темы курсового проекта вплоть до предложения своей темы с необходимым обоснованием целесообразности её разработки для практического применения на конкретном объекте профессиональной деятельности. Выбрав тему, студент подает заявление на имя заведующего выпускающей кафедрой в установленном порядке, а также заполняет выданное ему на кафедре техническое задание на курсовое проектирование.

Закрепление тем курсового проекта, а также состава комиссии по защите курсового проекта рассматривается на заседаниях кафедры, оформляется протоколом. По представлению кафедры деканат формирует приказ об утверждении тем курсового проекта, состава комиссии по защите, а также сроки защиты.

Тематика курсового проекта и их взаимосвязь с компетенциями

1. Маркетинговое исследование рынка.
2. Обоснование маркетинговой программы с.-х. предприятия.
3. Обоснование маркетинговой программы для отдельного продукта.
4. Организация маркетинговой деятельности с.-х. предприятия.
5. Оценка рыночной перспективы предприятия.
6. Планирование в стратегическом маркетинге предприятия.
7. Формирование комплекса маркетинга предприятия.
8. Организационно-экономическая оценка возможностей развития маркетинга (области, района, города, предприятия).
9. Выбор целевого сегмента рынка.
10. Специфика и особенности применения маркетинга на рынке товаров производственного назначения (услуг).
11. Влияние основных факторов макросреды на функционирование с.-х. предприятия.
12. Влияние основных факторов микросреды на функционирование с.-х. предприятия.
13. Ситуационный анализ в маркетинге.
14. Особенности конкуренции на рынке потребительских товаров.
15. Сегментирование рынка товаров потребительского назначения.
16. Совершенствование ценовой политики на с.-х. предприятии.
17. Позиционирование товаров и способы его проведения.
18. Исследование покупательского поведения потребителей.
19. Влияние конкуренции и конкурентной среды на развитие с.-х. предприятия.
20. Товар в маркетинговой стратегии (на примере отдельного предприятия или товара).

21. Формирование и регулирование договорных отношений поставщиков и потребителей продукции.
22. Стратегия коммуникации в деятельности с.-х. предприятия.
23. Совершенствование рекламной деятельности с.-х. предприятия.
24. Совершенствование материально-технического обеспечения с.-х. предприятия.
25. Пути достижения конкурентного преимущества предприятия на рынке.
26. Оценка конкурентоспособности товара.
27. Определение потребности и спроса (на товары потребительского назначения, на товары производственного назначения).
28. Совершенствование товарной политики с.-х. предприятия.
29. Эффективность товародвижения.
30. Совершенствование логистической деятельности на с.-х. предприятии.
31. Ресурсосберегающие технологии и комплексное использование сырья, материалов, ТЭР.
32. Совершенствование складского и тарного хозяйства на с.-х. предприятии.
33. Коммерческая работа на выставках и ярмарках.
34. Информационное обеспечение маркетинга.
35. Управление маркетингом с использованием компьютерных технологий.
36. Маркетинг как информационная подсистема управления производственным объектом.
37. Маркетинг в системе АПК.
38. Государственное регулирование аграрного рынка.
39. Маркетинг в сфере реализации с.-х. продукции.
40. Маркетинг в инфраструктуре АПК.
41. Совершенствование организации маркетинга на с.-х. предприятии.
42. Государственное регулирование аграрного рынка.
43. Совершенствование управления сбытом продукции на предприятии
44. Стратегия стимулирования сбыта на предприятии

Законченный курсовой проект сдается в сшитом виде на кафедру, где проходит процедуру регистрации. Каждый курсовой проект рецензируется научным руководителем, и в итоге либо допускается к защите, либо отдается автору на доработку (в случае наличия значительных недостатков, не позволяющих выставить предварительно положительную оценку). После устранения указанных недостатков курсовой проект повторно сдается на кафедру с обязательно приложенными к нему прежним вариантом и рецензией.

График защиты определяется в соответствии с учебным планом. Защита курсовых проектов происходит комиссионно с участием преподавателей кафедры. Студент, представивший к защите курсовой проект, кратко характеризует сущность проведенного исследования и обосновывает полученные результаты, а также отвечает на вопросы, возникшие у комиссии.

6. Структура курсового проекта и описание элементов

Курсовой проект состоит из:

- текстовой части (пояснительной записки) – обязательной части курсового проекта;
- дополнительного материала (содержащего решение задач, установленных заданием) – необязательной части курсового проекта.

Дополнительный материал может быть представлен в виде графического материала (чертежи, таблицы, графики, диаграммы и т.д.).

Объем пояснительной записки курсового проекта составляет не менее 50-60 листов без приложения. Пояснительная записка выполняется и представляется на бумажном и электронном носителях (электронный вариант предоставляется по решению кафедры).

Пояснительная записка курсового проекта должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- задание на курсовое проектирование;
- содержание (перечень глав, пунктов и других частей проекта);
- введение;
- глава 1 – теоретические основы исследуемой темы;
- глава 2 – практическая часть, содержащая характеристику объекта исследования и анализ предмета исследования;
- глава 3 - проект, разработанный на основе анализа, включающий план мероприятий, направленных на совершенствование деятельности и повышение экономической эффективности производства;
- заключение;
- библиографический список;
- приложения (в случае необходимости).

Титульный лист курсового проекта. Титульный лист является первым листом курсового проекта. Переносы слов в надписях титульного листа не допускаются.

Содержание. Содержание – структурный элемент курсового проекта, кратко описывающий структуру курсового проекта с номерами и наименованиями разделов, подразделов, а также перечислением всех приложений и указанием соответствующих страниц.

Введение начинается с обоснования актуальности выбранной темы исследования, включающей формулирование степени важности и значимости изучаемой проблемы в современных условиях, а также возможности применения результатов проектирования на практике. Не следует заменять актуальность теоретическими терминами или нечеткими рассуждениями, даже если они касаются исследуемой темы.

Цель курсового проекта формулируется как теоретическое обоснование и разработка проекта совершенствования выбранного предмета исследования. В связи с поставленной целью в курсовом проекте решаются следующие задачи: раскрыть теоретические основы исследуемой проблемы; рассмотреть методические аспекты исследования объекта и предмета; проанализировать практические материалы по исследуемой организации в соответствии с темой; обосновать цели проектирования; разработать проект совершенствования предмета исследования. В зависимости от конкретной темы, формулировки целей и задач могут видоизменяться.

Далее характеризуются объект исследования (социально-экономическая система), предмет исследования (часть объекта, проблема в рамках выбранного объекта, на которую направлено исследование). Во введении указываются методология выполнения проекта, применяемые в проекте методы исследования, характер и объем используемых источников, приводится характеристика структуры проекта, указывается количество содержащихся в нем таблиц и рисунков, а также общий объем проекта.

Первая глава – теоретическая часть называется в соответствии с исследуемой темой, и содержит основные теоретические положения, касающиеся темы исследования. В этом разделе необходимо дать характеристику степени проработанности проблемы в литературных источниках (монографиях, журнальных и газетных статьях, материалах конференций и т.п.), а также уровня её реализации в практике работы организаций. Наметить пути решения проблемы; определить сущность исследуемой проблемы, обобщить опыт (как положительный, так и негативный) реализации рассматриваемой проблемы в деятельности отечественных и зарубежных организаций.

В теоретической части следует представить глубокий анализ проблемы с точки зрения теории и методологии, описание методик анализа и проектирования, применяемых в последующих главах, анализ современного состояния и опыта решения данной проблемы в практике российских и зарубежных организаций. Также здесь могут быть обозначены возможные пути решения поставленной проблемы с указанием оценки эффекта от их применения.

Методологические аспекты исследования и проектирования также излагаются в данной части проекта, и включают в себя описание основных подходов к анализу, методик маркетингового анализа, проведения маркетинговых исследований, описание применяемых формул, методов анализа маркетинговой среды организации, рынка, методов, используемых при проектировании.

Обязательным требованием для первой главы является наличие научной дискуссии, выражение собственного мнения автора по изучаемой проблеме. При этом следует либо присоединиться к мнению одного или нескольких ученых, либо выразить свою, альтернативную точку зрения. После каждой цитаты из какого-либо источника приводится ссылка на его номер в библиографическом списке с указанием номера страницы, на которой расположено высказывание.

При работе над первой главой особое внимание должно быть уделено публикациям в научных журналах, монографиям по теме исследования.

Вторая глава – аналитическая часть носит название в соответствии с темой исследования. Здесь проводится организационная характеристика объекта исследования, рассматриваются основные показатели его деятельности, анализируются факторы внешней среды. Дается характеристика размера производства, специализации объекта исследования, характеристика выпускаемой продукции, оказываемых услуг, уровня интенсивности производства и эффективности работы организации.

В зависимости от выбранной темы исследования вторая глава может продолжаться оценкой маркетинговой деятельности объекта исследования, управления маркетингом, оценкой элементов комплекса маркетинга в организации, анализом маркетинговой среды организации, оценкой конкурентной среды и конкурентоспособности объекта исследования, а также производимой продукции, оценкой рыночных перспектив,

характеристикой и анализом логистической деятельности организации, исследованием покупательского поведения потребителей, анализом целевых сегментов рынка.

Особое внимание при этом уделяется особенностям формирования комплекса маркетинга: оценке товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политики; а также проведению маркетинговых исследований, методам сбора маркетинговой информации.

Во второй главе широко используются таблицы, схемы, диаграммы, графики, содержащие информацию об исследуемых объектах и процессах. В главе следует избегать обобщенно-теоретических материалов, а также материалов, не связанных с выбранным объектом и предметом исследования.

После каждой таблицы или рисунка необходимо размещать анализ материалов и показателей, содержащихся в них. Таблицы и рисунки не должны следовать друг за другом без анализа и выводов относительно результатов, в них содержащихся.

Особое внимание при проведении анализа следует уделить недостаткам в деятельности объекта исследования, выявить наиболее существенные из них, и, таким образом, подготовить базу для планирования развития объекта исследования.

Итогом анализа предмета исследования должно быть выявление обоснование необходимости принятия решений, в том числе относительно будущего развития организации или отдельных направлений ее деятельности. Также следует показать, что перспективные планы будут обеспечены необходимыми ресурсами (трудовыми, материальными и т.д.).

Третья глава – проектная часть представляет взаимосвязанный комплекс мероприятий, состав которых определяется темой исследования, результатами проведенного анализа состояния маркетинговой деятельности.

Предлагаемые мероприятия должны вытекать, прежде всего, из результатов анализа и быть направлены на устранение недостатков, выявленных в аналитической части работы. Проекту необходимо всестороннее обоснование, он должен быть подтвержден расчетами и необходимыми пояснениями.

Мероприятия должны соответствовать теме исследования и быть логически взаимосвязанными с результатами анализа. При необходимости разрабатываются и предоставляются проектные документы. Проводится оценка экономического и других видов эффекта от реализации проекта. Экономическая эффективность проекта определяется путем сравнения затрат на его разработку и внедрение, и эффекта, полученного в результате реализации проекта. Оценку экономической эффективности также желательно выполнить в виде таблицы, в которой были бы отражены основные экономические показатели деятельности организации до и после внедрения проекта.

В заключении кратко и логически последовательно излагаются выводы о результатах исследования, оценки и практические рекомендации. В заключении не допускаются общие рассуждения, не относящиеся к результатам, полученным лично студентом, и к сущности разработанных им проектных решений. Заключение подводит итоги решения задач, которые были поставлены и сформулированы во введении, и указывает перспективы дальнейшей разработки темы.

На последней странице заключения студент проставляет дату окончания работы и подпись.

Материалы курсового проекта должны излагаться четко, ясно, последовательно, соблюдая логичность перехода от одной главы к другой и от одного параграфа к другому.

В тексте работы необходимо выделять законченную мысль в самостоятельный абзац, применяя для этого «красную строку». Следует использовать принятую научную терминологию, избегать повторений общеизвестных положений, имеющих в учебниках и учебных пособиях.

Библиографический список включает в себя все использованные при проведении исследования литературные источники. Он должен содержать не менее 30 источников. Обязательным является наличие в списке нормативных документов, статей из периодических изданий в количестве не менее 30 % от общего количества источников, интернет-ресурсов. Все упомянутые в курсовом проекте авторы (при использовании научной дискуссии и т.д.) должны обязательно присутствовать в библиографическом списке. Особое внимание следует уделить времени издания и использовать в первую очередь литературу последних пяти лет. Не менее 25 % источников должны быть выпущены за последний год. Библиографический список должен быть оформлен в соответствии с принятыми стандартами.

Приложения. Некоторый материал курсового проекта допускается размещать в приложениях. В приложениях приводятся расчётные материалы (при значительном объёме вычислительных работ по проекту); формы документов, отражающих анализ производства и маркетинга; рабочая проектная документация, а также другие материалы, использование которых в тексте курсового проекта перегружает его и нарушает логическую стройность изложения.

7 Оформление курсового проекта

Курсовой проект по дисциплине «Маркетинг» оформляется в соответствии с существующими требованиями.

Все виды письменных работ оформляются на стандартных листах бумаги А4 (210х297 мм) с одной стороны. Текст письменных работ (проектов) должен быть набран на персональном компьютере и распечатан на принтере, шрифт 14 пт (Times New Roman Cyr), с межстрочным интервалом – 1,5. При этом соблюдаются следующие размеры полей: левое – 25 мм, правое – 10 мм, верхнее и нижнее – 20 мм. Абзацный отступ составляет 1,25 см. Текст выравнивается по ширине.

Содержание работы структурируется по главам и параграфам. Главы и параграфы должны иметь заголовки. Заголовки глав и приложений выравнивают посередине строки, заголовки параграфов – имеют абзацный отступ. Расстояние между заголовком главы и заголовком параграфа должно быть больше расстояния между заголовком параграфа и текстом. В содержании (оглавлении) и по тексту заголовки глав печатаются прописными буквами, шрифт 16 пт (Times New Roman Cyr), полужирный; заголовки параграфов – строчными буквами (первая буква – прописная), заголовки не подчеркиваются, выделяются полужирным шрифтом, в конце заголовков точки не ставятся.

В содержании (оглавлении) и по тексту заголовки глав и параграфов нумеруются арабскими цифрами. Номер параграфа состоит из номера главы и параграфа, разделенных точкой. Трехуровневое дробление заголовков на подпараграфы в работе (проекте) не рекомендуется и допускается только в виде обоснованного исключения. Каждый заголовок может состоять из одного предложения, если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. Образец содержания (оглавления) приведен в ПРИЛОЖЕНИИ Д.

Страницы текста работы (проекта) нумеруются. Номер страницы ставится в центре верхней части листа. Титульный лист включают в общую нумерацию страниц, но номер на нем не проставляется. Затем следуют: СОДЕРЖАНИЕ, ВВЕДЕНИЕ, ГЛАВЫ, ЗАКЛЮЧЕНИЕ, БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК, ПРИЛОЖЕНИЕ А, ПРИЛОЖЕНИЕ Б и т.д.

Каждая глава начинается с новой страницы. В работе не должно быть неструктурированных частей (все разделы и подразделы должны иметь заголовки). Глава не может содержать менее двух параграфов. Максимальное число параграфов – четыре.

В тексте работы (проекта) могут быть перечисления. Перед каждой позицией перечисления ставится дефис или, при необходимости ссылки в тексте документа на одно из перечислений, строчную букву (за исключением ё, з, й, о, ч, ь, ы, ь), после которой ставится скобка, числовые обозначения позиций при перечислении внутри текста не рекомендуются. Исключением может быть обозначение позиций посредством числовых обозначений с круглыми скобками. Все перечисления следует записывать с абзацного отступа.

Формулы должны быть оформлены в редакторе формул Equation Editor и вставлены в документ как объект. Формулы располагают на отдельных строках, выравнивают по центру и нумеруют в пределах главы (в этом случае номер формулы состоит из номера главы и порядкового номера формулы, разделенных точкой), которые записывают на уровне формулы в крайнем правом положении на строке в круглых скобках.

Выше и ниже каждой формулы или уравнения должно быть оставлено не менее одной свободной строки (с межстрочным интервалом – 1,5). Если уравнение не умещается в одну строку, то оно должно быть перенесено после знака равенства (=) или после знаков плюс (+), минус (-), умножения (x), деления (:), или других математических знаков, причем знак в начале следующей строки повторяют.

Непосредственно под формулой приводится расшифровка символов и числовых коэффициентов, если они не были пояснены в тексте. В этом случае сразу после формулы (до ее номера) ставится запятая, а первая строка расшифровки (выравнивание по левому краю) начинается словом «где» без двоеточия после него. Все позиции перечисления при расшифровке делаются с абзацным отступом с межстрочным интервалом 1,0 и в той последовательности, в какой они приведены в формуле.

Размеры шрифта для формул:

- обычный – 14 пт.;
- крупный индекс – 10 пт.;
- мелкий индекс - 8 пт.;
- крупный символ – 20 пт.;
- мелкий символ – 14 пт.

Формулы и расшифровки допускается выполнять 12 шрифтом.

Ссылки на источники по формулам необходимо делать только по тексту. На строках, где расположены формулы и расшифровки, ссылки размещать не следует.

Пример записи формулы:

$$A=a:b, \tag{1.1}$$

где a – (расшифровка);

b – (расшифровка)

В работе (проекте) допускается выполнение формул и уравнений рукописным способом черными чернилами.

Иллюстрации по тексту работы (проекта) (рисунки, графики, диаграммы, схемы и др.) следует нумеровать арабскими цифрами в пределах текста. Нумерация рисунков может быть как сквозной (например: Рисунок 1), так и индексационной (по главам, например: Рисунок 1.2).

Иллюстрации должны иметь наименования и пояснительные данные (подрисуночный текст). Иллюстрации могут быть в компьютерном исполнении, в том числе и цветные. Фотоснимки размером меньше формата А4 должны быть наклеены на стандартные листы белой бумаги. Надписи на иллюстрациях выполняются шрифтом 14 и 12 пт., а наименования и подрисуночный текст – 14 пт., и выравниваются по центру. В подрисуночном тексте применяют одинарный интервал между строк. После наименования рисунка точка не ставится. Выше и ниже каждой иллюстрации следует оставить не менее одной свободной строки (межстрочный интервал – 1,5). Перенос части иллюстрации на другую страницу не допускается. На все иллюстрации в тексте должны быть ссылки и разъяснения. Пример оформления рисунка приведен в ПРИЛОЖЕНИИ Е. При ссылках на иллюстрации в тексте следует писать «...в соответствии с рис. 1» при сквозной нумерации и «...в соответствии с рис. 1.2» при нумерации в пределах раздела.

Цифровой материал в работе (проекте), как правило, оформляют в виде таблиц. Таблицы нумеруются по главам, в этом случае номер таблицы состоит из номера главы и порядкового номера таблицы. Например: Таблица 2.4 (глава 2, таблица 4).

Название таблицы следует помещать над таблицей по центру, без абзацного отступа в одну строку с ее номером через тире (например: Таблица 2.1 – Размер и структура товарной продукции за 2011-2015 гг.), затем через одну свободную строку (межстрочный интервал -1,5) начинается таблица. Номер таблицы, название и все заполнение выполняется шрифтом 14 пт., при этом, в случае необходимости, внутри таблицы можно применять и более мелкий шрифт (12 пт.), интервал между строк – минимальный (1,0). Столбцы таблицы должны быть пронумерованы.

Заголовки столбцов и строк таблицы следует писать с прописной буквы в единственном числе, а подзаголовки столбцов – со строчной буквы, если они составляют одно предложение с заголовком, или с прописной буквы, если они имеют самостоятельное значение. В конце заголовков и подзаголовков столбцов и строк точки не ставят.

Разделять заголовки и подзаголовки боковых столбцов диагональными линиями не допускается. Заголовки столбцов, как правило, записывают параллельно строкам таблицы, но при необходимости допускается их перпендикулярное расположение.

Горизонтальные и вертикальные линии, разграничивающие строки таблицы, допускается не проводить, если их отсутствие не затрудняет пользование таблицей. Но заголовки столбцов и строк таблицы должны быть отделены линией от остальной части таблицы.

При заимствовании таблиц из какого-либо источника после нее оформляется сноска на источник в соответствии с требованиями к оформлению сносок.

Перед таблицей и после таблицы необходимо оставить не менее чем по одной свободной строке (межстрочный интервал – 1,5). Если таблица имеет размеры, не

превышающие размер страницы, перенос части таблицы на другую страницу не допускается. Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другой лист (страницу). При переносе части таблицы на другой лист (страницу) слева над первой частью таблицы пишут слово “Продолжение” и указывают номер таблицы, например: “Продолжение таблицы 1.1” (название таблицы при переносе не повторяется). Далее через один межстрочный интервал повторяются заголовки граф. Ссылки по тексту на таблицы следует давать в полном виде, например: «Данные приведены в таблице 4.5» или в виде заключенного в круглые скобки текста «таблица» с указанием ее номера. Допускается помещать таблицу вдоль длинной стороны листа (альбомный вариант). Пример оформления таблицы приведен в ПРИЛОЖЕНИИ Ж.

В письменных работах в словообразовании часто встречаются сокращения. Сокращение - это усечение слова, а также часть слова или целое слово, образованное путем такого усечения. Такая сокращенная запись слов используется с целью сокращения объема текста, что обусловлено стремлением в его минимальном объеме дать максимум информации. При сокращенной записи слов используются три основных способа:

- 1) оставляется только первая (начальная) буква слова (год – г.);
- 2) оставляется часть слова, отбрасывается окончание и суффикс (советский - сов.);
- 3) пропускается несколько букв в середине слова, вместо которых ставится дефис (университет – ун-т).

Делая сокращение, нужно иметь в виду, что сокращение не должно оканчиваться на гласную, на букву «й», на мягкий и твердый знак.

В научном тексте встречаются следующие виды сокращений:

1) Буквенные аббревиатуры составляются из первых (начальных) букв полных наименований. В научных текстах, кроме общепринятых буквенных аббревиатур, используются вводимые их авторами буквенные аббревиатуры, сокращенно обозначающие какие-либо понятия из соответствующих областей знания. При этом первое упоминание таких аббревиатур указывается в круглых скобках после полного наименования, в дальнейшем они употребляются в тексте без расшифровки.

2) Сложносокращенные слова, которые состояются из сочетания усеченных слов и полных слов (профсоюз - профессиональный союз); одних усеченных слов (колхоз - коллективное хозяйство). В научных текстах, кроме общепринятых сложносокращенных слов, употребляются также сложносокращенные слова, рассчитанные на узкий круг специалистов.

3) Условные графические сокращения по начальным буквам (н.м.т. - нижняя мертвая точка) - применяются чаще всего в технических текстах. От буквенных аббревиатур они отличаются тем, что читаются полностью, сокращаются только на письме и пишутся с точками на месте сокращения.

4) Условные графические сокращения по частям и начальным буквам слов. Они разделяются на общепринятые условные сокращения и условные сокращения, принятые в специальной литературе, в том числе в библиографии. Перечень допускаемых сокращений слов установлен в ГОСТ 7.12-93 . Укажем общепринятые условные сокращения, которые делаются:

- после перечисления: т.е. (то есть), и т.д. (и так далее), и т.п. (и тому подобное), и др. (и другие), и пр. (и прочие).
- при ссылках: см. (смотри), ср. (сравни).

- при обозначении цифрами веков и годов: в. (век), вв. (века), г. (год), гг. (годы).
- при обозначении других понятий: т. (том), н.ст. (новый стиль), ст.ст. (старый стиль), н.э. (нашей эры), г. (город), обл. (область), гр. (гражданин), с. (страницы при цифрах), акад. (академик), доц. (доцент), проф. (профессор).

Слова «и другие», «и тому подобное», «и прочие» внутри предложения не сокращают. Не допускаются сокращения слов «так называемый» (т.н.), «так как» (т.к.), «например» (напр.), «около» (ок.), «формула» (ф-ла), «уравнение» (ур-ние), «диаметр» (диам.).

В научных текстах и формулах очень распространены буквенные обозначения. Такие обозначения должны соответствовать утвержденным стандартам и другим имеющимся нормативным документам. В идеальном случае в каждой работе должна быть создана такая система, в которой каждой букве соответствует одна величина, и наоборот, каждая величина представляется одной буквой. Иными словами, идеальная система не должна содержать многозначных и синонимических буквенных обозначений.

Если в работе принята особая система сокращения слов или наименований, то в ней должен быть приведен перечень принятых сокращений, который помещают в конце перед перечнем терминов. Список использованных сокращений приводится в алфавитном порядке. В него включаются все использованные в тексте работе аббревиатуры и сокращения. Условные буквенные обозначения, изображения или знаки должны соответствовать принятым в действующем законодательстве и государственных стандартах. В тексте перед обозначением параметра дают его пояснение. При необходимости применения условных обозначений, изображений или знаков, не установленных действующими стандартами, их следует пояснять в тексте или в перечне обозначений.

Примечания приводят, если необходимы пояснения или справочные данные к содержанию текста, таблиц или графического материала. Примечания не должны содержать требований. Примечания следует помещать непосредственно после текстового, графического материала или таблицы, к которым относятся эти примечания, и печатать с прописной буквы с абзацного отступа. Если примечание одно, то после слова «Примечание» ставится тире и примечание печатается тоже с прописной буквы. Одно примечание не нумеруют. Несколько примечаний нумеруют по порядку арабскими цифрами. Примечание к таблице помещают в конце таблицы под линией, обозначающей окончание таблицы.

Ссылки на используемые источники следует указывать порядковым номером. В тексте выпускной квалификационной работы (проекта) производится ссылка, которая заключается в квадратные скобки – []. Нумерация ссылок ведется арабскими цифрами в порядке приведения ссылок в тексте независимо от деления на главы.

Ссылка может содержать:

- порядковой номер библиографического описания источника в списке использованных источников;
- имя автора (авторов);
- название документа;
- год издания;
- обозначение и номер тома;
- указание страниц.

Сведения в ссылке разделяются запятой.

Ссылки оформляются единообразно по всему документу.

Ссылка оформляется следующим образом: [10, с. 37], при наличии нескольких авторов – [Карасик, Дмитриева, 2005, с. 6–8].

Если в ссылке содержатся сведения о нескольких ссылках, то группы сведений разделяются точкой с запятой: [13; 26], [74, с. 16–17; 82, с. 26]

Если текст цитируется не по первоисточнику, а по другому документу, то в начале отсылки приводят слова «Цит. по:», например, [Цит. по: 132, с. 14].

Количество ссылок на учебники и учебные пособия не должно превышать четвертой части общего списка.

При ссылках на стандарты и технические условия указывают только их обозначение, при этом допускается не указывать год их утверждения при условии полного описания стандарта и технических условий в списке использованных источников в соответствии с ГОСТ 7.0.5 – 2008.

Смысловое содержание введения и заключения не предполагают наличия ссылок: эти разделы являются продуктом собственных мыслей студента. Эпиграфы к работе (проекту) не применяются.

При написании основной части работы (проекта) следует использовать лапидарный стиль изложения материала, где дословные цитаты применяются крайне редко. Изложение заимствованных материалов следует сопровождать такими словами как, например: «см. [3, с.152]», «ср. [14, с.15]», «Г. Саймон [33, с. 56] считает, что ...» и т. п. Заимствованные материалы должны быть органично связаны с содержанием работы и собственными рассуждениями студента. Следует избегать цитирования общеобразовательных, учебных изданий, заимствования цитат из чужих произведений (вторичное цитирование), если первоисточник недоступен.

В качестве использованных источников должны преобладать научные издания: монографии, статьи из научных журналов, диссертации, научные отчеты и т. п. Допускаются ссылки на авторизированные источники из Интернета, если сайты, на которых они размещены, признаются научной общественностью.

Приложение оформляют как продолжение данного документа на последующих его листах. Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху посередине страницы прописными буквами слова «ПРИЛОЖЕНИЕ» и его обозначения, шрифт 16 пт., полужирный. В содержании заголовков ПРИЛОЖЕНИЕ пишется также прописными буквами. Приложение должно иметь заголовок, который записывают симметрично относительно текста с прописной буквы отдельной строкой. Приложения обозначают заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв Ё, З, И, О, Ч, Ъ, Ы, Ь. После слова “ПРИЛОЖЕНИЕ” следует буква, обозначающая его последовательность. Если в приложениях размещаются таблицы, то они обозначаются отдельной от текста работы нумерацией арабскими цифрами (например: Таблица 2 –Название). Ссылки на приложения с таблицами по тексту работы должны быть оформлены (например: ПРИЛОЖЕНИЕ А, табл.1)

Допускается обозначение приложений буквами латинского алфавита, за исключением букв I и O. В случае полного использования букв русского и латинского алфавитов допускается обозначать приложения арабскими цифрами.

Приложения должны иметь общую с остальной частью документа сквозную нумерацию страниц. Текст заголовков, состоящих из нескольких строк, набирается с межстрочным интервалом – 1,0.

Важной составной частью работы (проекта) является библиографический список. Он размещается в конце работы после заключения и составляется в соответствии с определенными библиографическими правилами. При этом студенты должны обратить особое внимание, что с 01.01.2009 введен новый стандарт библиографического описания ГОСТ 7.0.5-2008 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления». Полный текст ГОСТа размещен на сайте Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии: <http://protect.gost.ru>

Библиографическая ссылка – совокупность библиографических сведений о цитируемом, рассматриваемом или упоминаемом в тексте документе, необходимых и достаточных для общей характеристики, идентификации и поиска документа.

В библиографическом списке сначала указываются опубликованные (литература), а затем неопубликованные источники. Если в списке имеются источники на иностранном языке, они размещаются в алфавитном порядке (по алфавиту иностранного языка) в пределах списка опубликованных источников после перечисления отечественных изданий.

Вначале библиографического списка располагаются описания официальных материалов в определенном порядке:

1. Международные нормативные акты;
2. Конституция;
3. Федеральные конституционные законы;
4. Постановления Конституционного Суда;
5. Кодексы;
6. Федеральные законы;
7. Законы;
8. Указы Президента;
9. Акты Правительства;
- а) постановления;
- б) распоряжения;
10. Акты Верховного и Высшего Арбитражного Судов;
11. Нормативные акты министерств и ведомств;
- а) постановления;
- б) приказы;
- в) распоряжения;
- г) письма
12. Региональные нормативные акты (в том же порядке, как и российские);
13. ГОСТы;
14. СНИПы, СП, ЕНИРы, ВНИРы и др.

Затем приводятся библиографические описания книг, статей из сборников, справочной и иной литературы, статей из периодических изданий, которые располагаются в алфавитном порядке.

Сведения о нормативных актах должны включать их наименования, виды, дату вступления в силу, номера в источнике официальной публикации. Сведения о книгах должны содержать заголовок издания (фамилию, инициалы автора), заглавие книги (по титульному листу), издательство, место и год издания, количество страниц. Если источником является не книга, а статья в сборнике или журнале, то после фамилии автора приводится полное название статьи, а затем название сборника (журнала), издательство, место и год издания, а также номера начальной и конечной страниц статьи по тексту (образец библиографического списка представлен в ПРИЛОЖЕНИИ И).

Схема описания книг:

Заголовок описания (Ф. И. О. автора). Основное заглавие [Общее обозначение материала] : сведения, относящиеся к заглавию (сб. ст., учебник, учеб. Пособие, справочник и др.) / сведения об ответственности (авторы, составители, редакторы и др.). – Сведения об издании (2-е изд., перераб. И доп.). – Место издания (город) : Издательство, год издания. – Объем (количество страниц). – (Серия ; номер выпуска серии).

Книги 1 автора

Кириков, Б. М. Архитектура петербургского модерна / Борис Кириков. – 3-е изд., с изм. – СПб. : Коло, 2008. – 573 с. : ил.

Книги 2 авторов

Чекмарев, А. А. Справочник по черчению : учеб. Пособие / А. А. Чекмарев, В. К. Осипов. – 4-е изд., стер. – М. : Академия, 2008. – 330 с. : ил.

Книги 3 авторов

Чалова, Л. Д. Санитария и гигиена парикмахерских услуг : учебник / Л. Д. Чалова, С. А. Галиева, А. В. Уколова. – М. : Академия, 2006. – 156 с. : ил.

Книги 4 авторов и более (коллективные монографии)

Культурная традиция и современный танец в образовательном хореографическом пространстве Сибирского региона / Е. Б. Овчаренко [и др.] ; Алт. Гос. Акад. Культуры и искусств. – Барнаул : Изд-во Алт. Гос. Акад. Культуры и искусства, 2006. – 227 с.

Многотомные издания

Генри, О. Собрание сочинений : в 5 т. / О. Генри ; сост. С. Валов ; вступит. Ст. В. Вербицкого ; примеч. А. Старцева. – М. : Престиж кн. [и др.], 2005.

Дойль, А. К. Собрание сочинений : в 12 т. : пер. англ. / Артур Конан Дойль ; сост. Б. Акимов ; вступ. Ст. Ю. Кагарлицкого. – М. : При. : Престиж кн. [и др.], 2005.

Отдельные тома многотомных изданий

Большакова, Н. В. Аргуновские мастера : в 2 ч. Ч. 1 / Н. В. Большакова. – М. : Компания Спутник+, 2006. – 259 с.

Толкиен, Д. Р. Р. Властелин Колец : трилогия. Кн. 1 : Хранители кольца / Д. Толкиен ; [пер. с англ. А. В. Немировой]. – М. ; Кызыл : АСТ ; Харьков : Фолио, 2006. – 478 с.

Сборники произведений разных авторов

Антология детективного рассказа / сост. Х. Л. Борхес, А. Биой Касарес. – СПб. : Амфора, 2005. – 414 с.

Звездный портал : сборник / сост. Г. Панченко, В. Владимирский ; предисл. Г. Панченко. – СПб. : Азбука-классика, 2005. – 356 с.

Сборники статей трудов с тематическим названием

Проблемы и методы современной лингвистики : сб. науч. Тр. / Рос. Акад. Наук, Ин-т языкознания ; отв. Ред. Е. Р. Иоанесян. – М. : ИЯЗ, 2005. – 258 с.

Культура, язык, словесность : сб. науч. Работ молодых ученых / Пед. Ин-т Саратов. Гос. Ун-та им. Н. Г. Чернышевского ; редкол.: А. П. Романенко [и др.]. – Саратов : Изд-во Саратов. Ун-та, 2004. – 159 с.

Культурный ландшафт как объект наследия : сб. ст. / Рос. Акад. Наук, Рос. Науч.-исслед. Ин-т культурного и природного наследия им. Д. С. Лихачева ; науч. Ред. Ю. А. Веденин, М. Е Кулешова. – М. ; СПб. : Дмитрий Булавин, 2004. – 617 с.

Учебно-методические издания

Пушечников, И. Ф. Искусство игры на гобое: история, теория, методика, педагогика : учеб.-метод. Пособие. / И. Ф. Пушечников ; Моск. Гос. Ин-т музыки им. А. Г. Шнитке. – СПб. : Композитор, 2005. – 308 с. : ил.

Малявина, Т. П. Практикум по орфографии : учеб. Пособие / Т. П. Малявина ; Мордов. Гос. Ун-т им. Н. П. Огарева. – Саранск : Красный Октябрь, 2005. – 66 с.

Материалы конференций

Лингвистика и межкультурная коммуникация : материалы регион. Науч. Конф. Поволжья и Северо-Кавказского региона, Волгоград, 19-21 апр. 2004 г. / М-во образования науки РФ, Волгоград. Гос. Ун-т ; сост. Л. Г. Фимиченко, Е. А. Пелих. – Волгоград : Волгоград. Науч. Изд-во, 2004. – 490 с.

Модернизация дирижерско-хоровой подготовки учителя музыки в системе профессионального образования : материалы II междунар. Науч.-практ. Конф., 24-25 сент. 2005 г. / Таганрог. Гос. Пед. Ин-т ; под. Ред. М. В. Кревсун. – Таганрог : Изд-во Таганрог. Гос. Пед. Ин-та, 2005. – 265 с.

Библиографическое описание статей:

Заголовок (Ф. И. О. автора). Основное заглавие : сведения, относящиеся к заглавию / сведения об ответственности (другие авторы) // Название источника (журнал, газета, сборник.). – Год издания. – Номер источника. – Страницы.

Если том включает более мелкие деления, их приводят через запятую

Логинов, Б. В. Метод ложных возмущений в обобщенных задачах на собственные значения / Б. В. Логинов, О. В. Макеева // Доклады Академии наук / Рос. Акад. Наук. – 2008. – Т. 419, № 2. – С. 160-163.

Дольников, В. Л. О теоремах Р. Радо и Д. Уотсона / В. Л. Дольников // Моделирование и анализ информационных систем. – 2007. – Т. 14, № 4. – С. 36-41.

Межуев В. М. Россия и Европа: возможен диалог? / В. М. Межуев // Личность. Культура. Общество. – 2008. – Т. 10, вып. 1. – С. 90-110.

Сдвоенный номер приводят через косую черту

Зевин, Л. Эволюция постсоветского экономического пространства / Л. Зевин // Общество и экономика. – 2008. – № 3/4. – С. 197-215.

Описание изданий, статей в изданиях имеющие серии

Селиванова, И. В. Фразеологизмы с личными именами в современном немецком языке / И. В. Селиванова // Вестник Московского университета. Серия 19, Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2007. – № 2. – С. 132-136.

Желтов, А. Ю. Некоторые проблемы типологии посессивности: на материале посессивных конструкций в языке суахили / А. Ю. Желтов // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9, Филология, востоковедение, журналистика. – 2007. – Вып. 4, ч. 1. – С. 54-62.

Описание части, опубликованной под общим названием

Бурева, Т. А. Философско-культурологический подход к анализу феномена книги / Т. А. Бурева // Созидательная миссия культуры : сб. науч. Ст. / Моск. Гос. Ун-т культуры и искусств. – М., 2007. – С. 130-135.

Государственные стандарты

Аппаратура радиоэлектронная бытовая. Входные и выходные параметры и типы соединений. Технические требования : ГОСТ Р 517721-2001. – Введ. 2002.01.01. – М. : Изд-во стандартов, 2001. – 27 с. : ил.

Средства индивидуальной защиты рук. Перчатки камерные. Общие технические требования: ГОСТ Р 12.4.204 (ИСО 11933-2-87). – Введ. 01.01.03. – М.: Изд-во стандартов, 2001. – 7 с. – (Система стандартов безопасности труда).

Схема описания электронного ресурса локального доступа (CD)

Автор. Основное заглавие [Общее обозначение материала] : сведения, относящиеся к заглавию / сведения об ответственности. – Сведения об издании. – Вид и объем ресурса. – Место издания : издательство, дата издания. – Объем. – Физическая характеристика. – (Серия ; номер выпуска серии). – Примечания.

Даль, В. И. Толковый словарь живого великорусского языка Владимира Даля [Электронный ресурс] : подгот. По 2-му печ. Изд. 1880-1882 гг. – Электрон. Дан. – М. : АСТ [и др.], 1998. – 1 электрон. Опт. Диск (CD-ROM). – Систем. Требования: IBM PC с процессором 486; операц. Система Windows ; CD-ROM дисковод.

Энциклопедия этикета Кирилла и Мефодия [Электронный ресурс]. – М. : Кирилл и Мефодий, 2003. – 1 on-line : комбин. – (Современная универсальная российская энциклопедия). – Сист. Треб. : MS Windows 98 и выше, процессор Pentium, 32 Мбайт ОЗУ, 80 Мбайт своб. Места на жестком диске, 4-скор. CD-ROM, SVGA-видеокарта (800x600,

65536 цветов), 16-бит. Звук. Карта, MS Windows совместимая мышь, MS Internet Explorer 5.0.

Схема описания электронного ресурса удаленного доступа (Интернет)

Автор. Заглавие страницы [Общее обозначение материала]. – Режим доступа: электронный адрес (URL). – Дата обращения.

Web – страница

Мелентьева, Ю. Библиотечное обслуживание в школьной библиотеке: специфика форм и методов. Лекция 3. Библиотечное общение в процессе библиотечного обслуживания [Электронный ресурс] / Юлия Мелентьева // Режим доступа: <http://lib.1september.ru/2004/19/19.htm>. - Загл. с экрана. – (Дата обращения: 21.11.2015).

Электронный журнал

Исследовано в России [Электронные ресурсы] : научный журнал / Московский физико-технический институт. – Электрон. Журн. – Долгопрудный : МФТИ, 1998. – Режим доступа: <http://zhurnal.mipt.rssi.ru>. – Систем. Требования: IBM PC ; Windows 3.xx/95 ; Acrobat Reader 3.0. – Загл. С экрана.

Статья из электронного журнала

Белоус, Н. А. Прагматическая реализация коммуникативных стратегий в конфликтном дискурсе / Н. А. Белоус // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2006. – № 4 [Электронный ресурс]. – Систем. Требования: Adobe Acrobat Reader. – Режим доступа: http://www.tverlingua.by.ru/archive/005/5_3_1.htm. - (Дата обращения: 15.12.2007).

Сайт

Российская государственная библиотека [Электронный ресурс] / Центр информ. Технологий РГБ ; ред. Т. В. Власенко ; Web-мастер Н. В. Козлова. – Электрон. Дан. – М. : Рос. Гос. Б-ка, 1997. – Режим доступа : <http://www.rsl.ru>. – Загл. С экрана.

Электронная книга

История книги [Электронный ресурс] : учебник для вузов / ред. А. А. Говоров, Т. Г. Куприянова ; Московский гос. Ун-т печати, Лаборатория компьютеризации ФИДиКТ. – Электрон. Текстовые дан. – М. : Издательство МГУП «Мир книги», 1998. – 348 с. : цв. – Режим доступа: <http://www.hi-edu.ru/e-books/HB/>, свободный. – Электрон. версия печ. публикации.

Базы данных

Электронный каталог ГПНТБ России [Электронный ресурс] : база данных содержит сведения о всех видах, литературы, поступающей в фонд ГПНТБ России. – Электрон. Дан. – М., [199-]. – Режим доступа: <http://www.gpntb.ru/win/search/help/el-cat.html>. – Загл. С экрана.

Библиографическое описание официальных изданий

Генеральная Ассамблея ООН. Всеобщая декларация прав человека : утверждена резолюцией 217А(III) от 10 декабря 1948 г. // Российская газета. – 1998. – 10 декабря.

Российская Федерация. Президент (2008– ; Д. А. Медведев). О мерах по противодействию коррупции : указ Президента Российской Федерации от 19 мая 2008 г. № 815 // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2008. – № 21. – Ст. 24-29.

8 Критерии выставления оценок

Защита курсовых проектов происходит комиссионно с участием преподавателей кафедры. Студент, представивший к защите курсовой проект, кратко характеризует сущность проведенного исследования и обосновывает полученные результаты, а также отвечает на вопросы, возникшие у комиссии.

Оценка курсового проекта происходит по пятибалльной шкале. При этом «отлично» выставляется за курсовой проект, выполненный на актуальную тему, всесторонне обоснованный с точки зрения теории, вторая глава которого полностью раскрывает поставленные проблемы, а третья глава содержит всесторонне обоснованные мероприятия по совершенствованию предмета исследования. В проекте ясно прослеживается связь между его частями на основе темы исследования. Цель и задачи исследования достигнуты. Структурно проект соответствует требованиям, оформление выполнено в соответствии с требованиями ГОСТ. Курсовой проект имеет положительный отзыв рецензента. Студент четко и однозначно отвечает на вопросы комиссии, показывая полное владение материалом по теме исследования.

Оценка «хорошо» выставляется за курсовой проект, выполненный на актуальную тему, в целом обоснованный с точки зрения теории и практики, имеющий рациональную структуру. При этом возможны отдельные недостатки в теоретической части (не совсем последовательное изложение материалов, недостаточно выражена научная дискуссия, не хватает ссылок на источники и т.д.), в аналитической части (анализ не совсем раскрывает проблемы по теме исследования, выводы по данной части не вполне обоснованы), в третьей главе (недостаточное обоснование предлагаемых мероприятий). Курсовой проект имеет положительный отзыв рецензента. Оформление проекта выполнено без существенных недостатков. Студент без особых затруднений отвечает на поставленные вопросы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется за курсовой проект, выполненную на сравнительно актуальную тему, выполненный на основе теоретических и обобщенно-практических материалов, без серьезных нарушений в структуре. Однако в содержании проекта присутствуют значительные недостатки, такие как неточность формулировок цели и задач исследования, отсутствие научной дискуссии, бессистемность изложения, поверхностный анализ без выявления недостатков и с отклонениями от темы, отсутствие необходимого обоснования предлагаемых мероприятий, слабая связь между частями проекта. Оформление выполнено с нарушениями. В рецензии указаны существенные недостатки. Студент слабо ориентируется в материале, отвечает на вопросы со значительными затруднениями.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется за курсовой проект без необходимого обоснования темы исследования, с неверно сформулированными целью и задачами исследования. Теоретическая часть выполнена бессистемно, со значительными отклонениями от темы, на основе единственного литературного источника. Практическая часть не содержит необходимого анализа объекта и предмета исследования, не носит исследовательского характера. Третья глава не содержит обоснованных предложений

автора. В проекте нарушена структура, не соблюдаются требования оформления. Рецензент указал на значительные недостатки в курсовом проекте. На защите студент затрудняется отвечать на поставленные вопросы.

По итогам защиты курсового проекта и с учетом качества его выполнения комиссией принимается решение о выставлении соответствующей оценки

ПРИЛОЖЕНИЕ А

РЕЦЕНЗИЯ
на курсовую работу (проект)

по дисциплине _____
выполненную студентом _____ курса _____ группы

Тема курсовой работы _____

Рецензент _____

Критерии оценки	Баллы
1. Правильность постановки целей и задач	2, 3, 4, 5
2. Оценка методов исследования	2, 3, 4, 5
3. Оценка структуры работы	2, 3, 4, 5
4. Использование научной литературы, нормативных актов	2, 3, 4, 5
5. Умение вести научную дискуссию	2, 3, 4, 5
6. Использование эмпирического материала	2, 3, 4, 5
7. Стиль изложения и качество оформления работы	2, 3, 4, 5
8. Аргументированность и конкретность выводов и предложений	2, 3, 4, 5
9. Полнота раскрытия вопроса	2, 3, 4, 5
10. Предварительная оценка	2, 3, 4, 5

Основные замечания по работе _____

Допущен к защите да, нет « ____ » _____ 20

Преподаватель _____

Замечания по защите _____

Курсовая работа защищена « ____ » _____ 20

Оценка _____

Преподаватели _____

ПРИЛОЖЕНИЕ В

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОМ ПРОДУКЦИИ.....	5
1.1. Понятие и сущность организации управления сбытом продукции.....	5
1.2. Пути и методологические подходы к решению проблемы управления сбытом.....	9
ГЛАВА 2. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОМ В ЗАО «КАЛУГА-МОЛОКО» Г. КАЛУГИ.....	14
2.1. Организационно-экономическая характеристика организации.....	14
2.2. Анализ современного состояния управления сбытом в организации.....	18
ГЛАВА 3. ПРОЕКТ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОМ В ЗАО «КАЛУГА-МОЛОКО» Г. КАЛУГИ.....	23
3.1. Основные направления совершенствования управления сбытом.....	23
3.2. Внедрение предложений по совершенствованию управления сбытом.....	28
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	33
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	35
ПРИЛОЖЕНИЕ А.....	36
ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....	37

ПРИЛОЖЕНИЕ Г**ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ РИСУНКОВ**

Рисунок 1.1 – Функции маркетинга

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ ТАБЛИЦ

Таблица 2.2 - Размеры сельскохозяйственного производства

Показатели	20__ г.	20__ г.	20__ г.	20__ г.	20__ г.	20__ г. в % к	
						20__ г.	20__ г.
1	2	3	4	5	6	7	8
Стоимость валовой продукции по фактической себестоимости (или в ценах фактической реализации), тыс. руб.							
Произведено, т: - молоко - прирост живой массы - мясо в убойном весе - зерно							
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.							
Среднегодовая численность работников, чел.							
Площадь сельскохозяйственных угодий, га в т. ч. пашня							
Среднегодовое поголовье животных, гол.: крупный рогатый скот – всего в т.ч. коров							