


Департамент образования города Москвы
Государственное бюджетное образовательное учреждение
города Москвы
«Колледж малого бизнеса № 4»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ
по ПМ.04. Оценка конкурентоспособности товаров и услуг**

для студентов специальности 38.02.05 «Товароведение и
экспертиза качества потребительских товаров»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО
Метапредметной комиссией
Профессионального цикла
Протокол № 1 от «31» 08 2017г.
Председатель
 /Уварова И.А./
подпись Ф.И.О.

Разработана на основе Федерального
государственного образовательного
стандарта по специальности среднего
профессионального образования
38.02.05 «Товароведение и
экспертиза качества потребительских
товаров»

УТВЕРЖДАЮ:
Начальник отдела качества
образования
 Василенко Т.А.
подпись Ф.И.О.
« 31 » августа 2017 г.

Составитель: Уварова Ирина Анатольевна, преподаватель высшей
квалификационной категории ГБПОУ «Колледж малого бизнеса №4»

Содержание

Введение.....	3 стр.
Тематика курсовых работ.....	4 стр.
Структура курсовых работ.....	6 стр.
Сбор материала для выполнения курсовой работы.....	8 стр.
Рекомендации по оформлению курсовой работы.....	9 стр.
Защита курсовой работы и её оценка.....	11 стр.
Список рекомендуемой литературы.....	14 стр.
Приложения.....	15 стр.

Введение

Курсовая работа представляет собой:

- изложение результатов исследования с учетом вопросов теории и практики в пределах выбранной темы;
- авторский труд, самостоятельное творчество студента, формирование его личной позиции и практического подхода к выбранной теме;
- проявление и показ студентом умения логично, аргументировано, ясно, последовательно и кратко излагать свои мысли.

Выполнение курсовой работы является ответственным этапом учебного процесса.

Содержание работы показывает знание студентом общих теоретических положений по маркетинговым исследованиям и продвижению товаров и услуг, и его умение применять их на практике. Выполняя курсовую работу, студент должен научиться самостоятельно собирать, обрабатывать и анализировать практические материалы предприятия, делать выводы и разрабатывать предложения по улучшению конкурентоспособности товаров и услуг.

Курсовая работа должна выполняться на практических материалах конкретного предприятия за последние два года. На основе глубокого изучения теоретических вопросов, относящихся к теме курсовой работы, всестороннего анализа работы предприятия, студент обязан выявить и показать прогрессивные методы работы, пути их достижения, выявить недостатки, имеющиеся в работе предприятия, внести практически приемлемые, экономически обоснованные предложения по их устранению. Работы, написанные только на основе литературных источников, не могут быть признаны удовлетворительными и подлежат возврату.

Основная цель курсовой работы в том, чтобы содействовать более глубокому усвоению студентами курса по оценке конкурентоспособности товаров и услуг, выявить их общую теоретическую подготовку и полученные специальные знания. Курсовая работа должна также способствовать развитию у студентов навыков к исследованиям экономико-организационных проблем и показать их умение самостоятельно и последовательно излагать результаты по изучаемым вопросам.

Написание курсовой работы - процесс, включающий в себя ряд взаимосвязанных этапов:

- » выбор темы;
- » разработка рабочего плана;
- » сбор, анализ и обобщение материалов исследования;
- » оформление курсовой работы и её представление для проверки и получения отзыва;

» защита курсовой работы (внешняя рецензия).

Тематика курсовых работ

Тематика курсовых работ должна соответствовать требованиям программы курса "Оценка конкурентоспособности товаров и услуг" и охватывать все основные вопросы, представляющие теоретический и практический интерес. По мере необходимости тематика курсовых работ обновляется и уточняется.

При разработке тематики предусматривается, чтобы курсовая работа могла быть выполнена студентом в установленный срок и на высоком теоретическом уровне при достаточно глубоком использовании конкретного практического материала торговых организаций.

Для обеспечения высокого качества курсовых работ студенты должны выполнять их в течение учебного семестра на заключительном этапе изучения курса " Оценка конкурентоспособности товаров и услуг ". Выбор тем и их закрепление должны быть осуществлены заранее и согласованы с преподавателем, ведущим лекционный курс.

Одновременно с закреплением темы определяется предприятие, на материалах которого будет выполняться работа. Такими объектами могут быть торговые предприятия, оптово-посреднические предприятия, крупные магазины, торговые центры.

Студент может предложить в качестве темы курсовой работы свою тему, не вошедшую в перечень. При достаточной обоснованности такое предложение может быть принято преподавателем, ведущим лекционный курс, а тема работы закреплена за студентом.

Допускается выполнение студентами одноименных тем при условии, что объекты исследования и анализа будут разными.

Тематика курсовых работ должна быть актуальной, соответствовать современному состоянию и перспективам развития торговли, рынка товаров и услуг.

Примерная тематика курсовых работ

1. Наблюдение как метод сбора маркетинговой информации.
2. Эксперимент как метод сбора маркетинговой информации.
3. Качественные методы опроса.
4. Количественные методы опроса.
5. Кабинетные исследования как метод сбора информации.
6. Конъюнктурный анализ рынка.
7. Стратегический анализ рынка.

8. Маркетинговые исследования потребительского рынка.
9. Исследование емкости конкурентной среды потребительского рынка.
10. Сегментация потребительского рынка.
11. Исследование процесса принятия решения о покупке.
12. Исследование отношения индивидуальных потребителей к фирме.
13. Банковские маркетинговые исследования.
14. Экспертные методы получения маркетинговой информации.
15. Конкурентный анализ рынка.
16. Оценка собственного потенциала фирмы и ее конкурентоспособности.
17. Анализ поведения покупателей на рынке товаров.
18. Анализ реакции рынка на изменение ситуации.
19. Изучение и прогнозирование покупательского спроса.
20. Анализ влияния макросреды на маркетинг фирмы и рыночную ситуацию в целом.
21. Анализ масштаба и потенциала рынка.
22. Анализ сбалансированности рынка.
23. Оценка и анализ цикличности и сезонности рынка.
24. Определение системы оценочных ориентиров, характеризующих деятельность фирмы, и их важности для потребителей.
25. Определение товарных, географических границ рынка и состава производителей.
26. Фокус-группы в маркетинговом исследовании.
27. Анализ ассортиментной структуры предложения.
28. Медиаисследования в маркетинге.
29. Маркетинговое изучение рекламы.
30. Маркетинговый аудит.
31. Маркетинговые исследования бренда.
32. Изучение жизненного цикла товара.
33. Маркетинговые исследования потребителей корпоративного рынка.
34. Исследование макросреды и микросреды бизнеса.

Структура курсовой работы

Курсовая работа выполняется в соответствии с планом и состоит из ряда разделов. План курсовой работы разрабатывается применительно к закреплённой теме с учётом специфики предприятия, на примере которого выполняется работа. **Рабочий план составляется в произвольной форме, представляется руководителю и с учетом сделанных им замечаний и предложений корректируется и уточняется.**

Работа должна начинаться с краткого *введения*. Во введении, в котором дается обоснование актуальности выбранной темы, определяются цель и задачи, предмет, объект, методы и задачи исследования, указывается значимость полученных теоретических и практических разработок.

Первый раздел включает анализ научной литературы по избранной теме. Предметом анализа могут быть новые идеи или проблемы в области оценки конкурентоспособности товаров и услуг, возможные методологические подходы к их изучению и решению, данные экономического характера. В этом разделе должно быть полно и системно изложено состояние проблемы с использованием большого количества литературных источников.

Во втором разделе работы целесообразно дать краткую организационно-техническую характеристику предприятия, на материалах которого выполняется курсовая работа. Студентам необходимо проанализировать месторасположение, зону деятельности, контингент населения, подчиненность объекта исследования, организационно-правовую форму предприятия, виды торговой деятельности, организационно-управленческую структуру, тип и специализацию, материально-техническую базу предприятия. Так же необходимо дать анализ основных экономических показателей объекта исследования: объема и структуры товарооборота, товарных запасов, издержек обращения, валового дохода, прибыли и рентабельности, использования основных и оборотных средств, показателей по труду. Однако не следует излишне увлекаться анализом экономических показателей в ущерб освещению основных вопросов по организации коммерческой деятельности.

В третьем разделе работы даются предложения по совершенствованию процессов коммерческой деятельности торговых фирм в условиях рыночных отношений, формулируются основные недостатки в работе объекта исследования, отмеченные студентом в соответствии с темой его курсовой работы, предложения по устранению отмеченных недостатков в конкретной форме.

Выводы и предложения должны включать обобщенные, четко и конкретно изложенные результаты теоретических, методологических и практических исследований.

Список литературы составляется по правилам библиографии и должен включать не менее 10 источников. Литература приводится в общепринятом порядке с последовательной нумерацией источников. Важным условием успешного выполнения курсовой работы является правильный подбор и изучение студентом литературных источников, раскрывающих теоретические положения вопросов избранной темы.

В приложениях приводится вспомогательный материал: промежуточные математические расчеты, таблицы вспомогательных данных, анкеты, инструкции, копии договоров и других коммерческих документов. Приложения необходимо располагать в порядке появления ссылок в тексте курсовой работы.

Общепринятая структура курсовой работы:

1. Титульный лист (приложение 1)
2. Оглавление с указанием страниц
3. Введение
4. Основная часть
5. Заключение
6. Список использованной литературы
7. Приложения

Сбор материала для выполнения курсовой работы

Сбор материала, необходимого для выполнения курсовой работы, ведется в соответствии с планом. Материал условно можно разделить на теоретический и практический. К теоретическому материалу относится учебная, научная и методическая литература по вопросам оценки конкурентоспособности товаров и услуг.

Студент должен изучить подобранную литературу и законспектировать отдельные положения с тем, чтобы в дальнейшем на основании сделанных записей, самостоятельно изложить теоретическую часть работы. При этом недопустимо дословное списывание текста из учебников, учебных пособий, журнальных статей, инструкций и т.д. В случае заимствования из литературных источников цитат или цифрового материала, необходимо делать ссылку на источник.

Сбор практического материала осуществляется на предприятии, на примере которого выполняется курсовая работа.

Студент должен хорошо представлять себе организационную структуру данной торговой организации и функции отдельных её подразделений.

Эта информация может содержаться в статистической, бухгалтерской и оперативной отчетности, а также в конъюнктурных обзорах, в договорах поставки и прилагаемых к ним спецификациях, в различных справках, докладных записках, актах ревизий и обследований. Анализируются данные за последние два-три года.

Рекомендации по оформлению курсовой работы

Оформление курсовой работы студентом должно осуществляться в соответствии со следующими правилами и требованиями.

Печатать следует на одной стороне листе формата А4 (210 x 297 мм). Текст работы излагается машинописным способом на стандартных листах формата А4 (210 X 297мм) на одной стороне листа 12 шрифтом с полуторным интервалом, шрифт: Times New Roman.

Все страницы работы нумеруются по порядку. По всем сторонам листа оставляются поля. Размер верхнего поля должен быть не менее 20 мм, нижнего – не менее 20 мм, левого – не менее 25 мм, правого – не менее 10 мм. Каждую страницу надо использовать полностью.

Каждый раздел начинается с новой страницы и выделяется соответствующим заголовком, который необходимо оформить следующим образом:

- **название глав 16 жирным шрифтом, всеми заглавными буквами, шрифт: TimesNew Roman;**

- **название разделов глав 14 жирным шрифтом, прописными буквами, шрифт: Times New Roman;**

Заголовки пунктов содержания основной части работы должны иметь порядковую нумерацию и обозначаться арабскими цифрами. Введение и заключение не нумеруются.

Страницы должны иметь сквозную нумерацию (внизу страницы справа), исключая приложения (они подписываются в верхнем правом углу по порядку, например, приложение 1), при этом титульный лист считается первой страницей, содержание – второй, введение – третьей и так далее. Номер страницы на титульном листе не проставляется.

Текст должен быть разделен на абзацы, каждый из которых включает самостоятельную мысль, состоящую из нескольких предложений. Абзац начинается с красной строки.

В тексте следует избегать повторений, сложных и громоздких предложений. Материал рекомендуется излагать от первого лица множественного числа (по нашему мнению). В работе можно применять общепринятые условные сокращения. Цитаты, статистические данные и другие материалы, приведенные из литературных источников, должны сопровождаться ссылками.

Цифровой материал представляется в виде таблиц, диаграмм, графиков и т.д. Они помещаются по ходу изложения текста. Таблицы, схемы и другие графические материалы должны иметь свою нумерацию, краткие заголовки и обязательную ссылку на данную таблицу (рисунок) в тексте.

Объем курсовой работы должен составлять 25-30 страниц машинописного текста.

Титульный лист должен быть оформлен в соответствии с приложением. После титульного листа приводится план работы под заголовком "Содержание". Все страницы курсовой работы нумеруются сквозной нумерацией. Курсовая работа должна быть подшита в легкую папку.

Защита курсовой работы и ее оценка

Курсовая работа в завершённом виде должна быть представлена руководителю (преподавателю) не позднее, чем за неделю до установленного срока защиты курсовой работы.

Не допускаются к защите и возвращаются для повторного написания:

- курсовые работы, полностью или в значительной степени выполненные не самостоятельно (путем сканирования, ксерокопирования или механического переписывания материала из источников информации без использования цитирования), и (или) курсовые работы, объем цитированного текста которых составляет более 50%;
- работы, в которых выявлены существенные ошибки (например, использование утративших силу нормативных правовых актов, комментариев к ним и т. п.), недостатки, свидетельствующие о том, что основные вопросы темы не усвоены;
- работы, характеризующиеся низким уровнем грамотности и небрежным оформлением.

К числу основных недостатков, которые следует учесть каждому студенту, можно отнести:

1. Отсутствие убедительных доказательств, обоснований, выводов и рекомендаций.
2. Нарушение последовательности изложения, частые повторения, нечеткие формулировки, оговорки, грамматические ошибки.
3. Отсутствие четкости в определении основного содержания курсовой работы.
4. Излагаемые по тексту примеры не подкрепляются смысловым содержанием, размышлениями автора.
5. Курсовая работа пишется как набор цитат, фраз и выдержек из книг, брошюр и других источников, пересказ одной-двух журнальных статей.
6. При анализе конкретных социальных явлений в рамках исследуемой проблемы используются лишь крайне полярные оценки, нет серьезной аргументации и логики рассуждений, наложения взглядов автора.

Поэтому каждому студенту при выполнении курсовой работы настоятельно рекомендуется тщательно изучить методические рекомендации и советы для того, чтобы избежать повторения названных выше недостатков.

Защита курсовых работ, в том числе повторная, должна происходить до начала экзаменационной сессии. Студенты, не представившие курсовую работу в установленный срок или не защитившие ее, не допускаются к сдаче семестрового экзамена (зачета) по дисциплине, по которой выполняется курсовая работа.

При защите курсовой работы студент должен подготовить выступление, в котором необходимо кратко изложить её основное содержание, охарактеризовать использованные источники, сформулировать основные выводы и предложения, ответить на вопросы руководителя и других присутствующих на защите лиц. Своё выступление студент поддерживает с помощью компьютерной презентации, в которой должны быть отражены основные моменты курсовой работы.

Курсовая работа оценивается с учётом качества её написания и результатов защиты: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

При определении оценки курсовой работы учитываются:

- а) степень разработки темы;
- б) полнота охвата научной литературы;
- в) использование нормативных актов, юридической практики;
- г) творческий подход к написанию курсовой работы;
- д) правильность и научная обоснованность выводов;
- е) стиль изложения;
- ж) аккуратное оформление курсовой работы.

Возможные критерии оценки:

- «отлично» выставляется студенту, показавшему глубокие знания, применённые им при самостоятельном исследовании избранной темы, способному обобщить практический материал и сделать на основе анализа выводы;
- «хорошо» выставляется студенту, показавшему в работе и при её защите полное знание материала, всесторонне осветившему вопросы темы, но не в полной мере проявившему самостоятельность в исследовании;
- «удовлетворительно» выставляется студенту, раскрывшему в работе основные вопросы избранной темы, но не проявившему самостоятельности в анализе или допустившему отдельные неточности в содержании работы;
- «неудовлетворительно» выставляется студенту, не раскрывшему основные положения избранной темы и допустившему грубые ошибки в содержании работы, а также допустившему плагиат.

При получении неудовлетворительной оценки работа должна быть переработана с учетом высказанных замечаний и представлена на защиту в сроки, установленные руководителем. Оценка за курсовую работу выставляется преподавателем, под руководством которого была выполнена курсовая работа, после защиты на титульном листе работы, в зачётную книжку и в ведомость, которая сдается в учебную часть техникума.

После защиты курсовые работы сдаются преподавателю, хранятся в течение двух лет, а затем могут быть уничтожены по акту.

Защищенные курсовые работы студентам не возвращаются и хранятся в архивном фонде техникума. Студенты, не сдавшие курсовые работы или получившие на защите неудовлетворительные оценки, не допускаются к очередным экзаменам.

Список рекомендуемой литературы

1. Артемьева, О.А. Финансовый маркетинг: Теория и практика: Учебник для магистров / О.А. Артемьева; Под общ.ред. С.В. Карпова. - М.: Юрайт, 2013. - 424 с.
2. Васильев, Г.А. Рекламный маркетинг: Учебное пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 276 с.
3. Голова, А.Г. Управление продажами: учеб.для студ. экон. вузов, обуч. по направлению "Экономика" и спец. "Маркетинг", "Реклама" / А.Г. Голова. - М.: Дашков и К, 2013. - 277 с.
4. Данько, Т.П. Менеджмент и маркетинг, ориентированный на стоимость: Учебник / Т.П. Данько, М.П. Голубев. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 416 с.
5. Ильичева, И. В. Маркетинговые технологии: учебно-методическое пособие / И. В. Ильичева. - Ульяновск :УлГТУ, 2012. – 158 с.
6. Котлер, Ф. Основы маркетинга. 5-е европейское изд / Ф. Котлер, А. Гари. - М.: Вильямс, 2015. - 853 с.
7. Котлер, Ф. Основы маркетинга. 5-е изд. / Ф. Котлер, А. Гари. - М.: Вильямс, 2016. - 752 с.
8. Котлер, Филип. Основы маркетинга: профессиональное издание: / Филип Котлер, Гари Армстронг; пер. с англ. под ред. А.В.Назаренко. - 12-е изд. - М; СПб; Киев: ИД Вильямс, 2012. - 1067 с.
9. Кузнецова, Л.В. Основы маркетинга: Учебное пособие / Л.В. Кузнецова, Ю.Ю. Черкасова. - М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2013. - 139 с.
10. Мазилкина, Е.И. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие / Е.И. Мазилкина. - М.: Дашков и К, 2012. - 256 с.
11. Мазилкина, Е.И. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие / Е.И. Мазилкина. - М.: Дашков и К, 2012. - 106 с.
12. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга: Учебное пособие / Ю.В. Морозов. - М.: Дашков и К, 2013. - 95 с.
13. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга: Учебное пособие, 8-е изд / Ю.В. Морозов. - М.: Дашков и К, 2016. - 237 с.
14. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга: Учебное пособие, 8-е изд.(изд:8) / Ю.В. Морозов. - М.: ИТК Дашков и К, 2016. - 321 с.
15. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга: Учебное пособие, 8-е изд., испр. и доп.(изд:8) / Ю.В. Морозов. - М.: ИТК Дашков и К, 2013. - 350 с.

16. Музыкант, В.Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 216 с.
17. Пичурин, И.И. Основы маркетинга. Теория и практика. Учеб.пособие. Гриф УМЦ "Профессиональный учебник". / И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д Эриашвили. - М.: ЮНИТИ, 2013. - 383 с.
18. Реброва, Н.П. Основы маркетинга.учебник и практикум для спо / Н.П. Реброва. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 277 с.
19. https://studme.org/49875/marketing/klassifikatsiya_metodov_marketingovyh_issledovaniy
20. http://www.marketing.spb.ru/lib-research/all_methods.htm

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОДА МОСКВЫ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ГОРОДА МОСКВЫ
«КОЛЛЕДЖ МАЛОГО БИЗНЕСА №4»

КУРСОВАЯ РАБОТА

по ПМ.04. Оценка конкурентоспособности товаров и услуг
МДК 04.01. Маркетинговые исследования

Тема: Методы проведения маркетинговых исследований на примере
торгового предприятия «Подружка»

Специальность: 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества
потребительских товаров

Выполнила:

Студентка IV курса
группа ТО-41

(Ф.И.О.)

(подпись)

Руководитель работы:

Преподаватель

(Ф.И.О.)

(подпись)

Москва 2017