**1.ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

Курсовая работа по дисциплине "Управление взаимоотношениями с потребителями" выполняется студентами направления 38.03.01 «Экономика», профиля «Экономика предприятий и организаций» всех форм обучения.

Целью написания данной курсовой работы является закрепление знаний, полученных в ходе изучения данного курса.

Задачи курсовой работы:

-углубленное изучение студентом при написании работы одного или нескольких взаимосвязанных в рамках решаемой проблемы тео­ретических вопросов;

-самостоятельное составление плана исследования, подбора (или раз­работки) методики, выбора методов сбора и обработки информации для решения конкретной практической задачи;

-представление обоснованных выводов (заключений, предложений, прогнозов, проектов и т.д.) по теме исследования.

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

Конкретное содержание курсовой работы определяется выбранной темой. При выполнении курсовой работы используются вторичные и первичные источники информации. Работы должны выполняться с использованием данных конкретных маркетинговых исследований, проведенных самим автором.

Тема курсовой работы выбирается студентом самостоятельно и согласовывается с преподавателем. Руководство выполнением курсовой работы осуществляется преподавателями кафедры, читающим данную дисциплину.

Как правило, курсовая работа должна включать:

* титульный лист
* содержание,
* введение,
* три главы,
* заключение,
* список использованных источников.

*Титульный лист* – макет приведен в Приложении А.

*Содержание* включает перечень всех разделов, глав, параграфов работы с указанием номера страницы начала каждой позиции.

*Введение* к курсовой работе должно содержать:

1) Обоснование актуальности темы курсовой paботы на основе выявления (постановки) проблемы исследования. Постановка проблемы включает:

а) описание проблемы. При этом необходимо учесть, что пробле­ма исследования и тема работы не идентичны. Тема работы определяет предмет исследования, а проблема исследования должна отражать не­соответствие (разрыв) между желаемым и действительным состоянием предмета. Необходимо также проводить четкое разграничение между проблемой реальной практики бизнеса и исследовательской пробле­мой. Проблема бизнеса характеризует конечный результат внедрения разработки (предложений, выводов и т.д.). Проблема исследования способствует логическому поиску этого результата. Описание проблемы раскрывает ее суть, значимость, рамки данной проблемы, разработанность в литературе и на практике. Выдвигаются возможные гипотезы, связанные с возможными истоками проблемы.

Для данной курсовой работы проблема определяется как рыночная составляющая в проблеме магистерской диссертации ;

2) Постановка цели данной курсовой работы по решению выявленной проблемы. Цель работы конкретизируется в постановке задач исследования;

3) Определение предмета, объекта исследования и обоснование методов, применяемых для решения задач;

4) Описание общей структуры работы.

*Первая глава* носит теоретический характер. Цель написа­ния данной главы - оценка суммы знаний по рассматриваемой теме. Для этого студенту необходимо произвести аналитический обзор лите­ратурных источников по теме исследования, т.е. определить общую теоретическую базу проблемы, сравнить точки зрения различных авто­ров, выявить имеющиеся среди них разногласия и выбрать наиболее привлекательную для себя позицию по рассматриваемому вопросу. Отдельный параграф главы посвящается изложению (обобщение, выбор, описание, сравнение) методов или методик проведения исследования по изучаемой проблеме. Цель: на основе анализа имеющихся методиче­ских разработок предложить свой подход, применимый для опреде­ленного исследования на конкретном объекте. ( Например, методика анализа конъюнктуры какого-либо товарного рынка, методика оценки конкурентоспособности какого-либо пред­приятия, методика обоснования стратегии маркетинга на предприятии и т.д.).

Такое теоретическое исследова­ние создаст основу для выполнения аналитической части работы.

**Рекомендуемая структура 1 главы**:

1. Теоретические аспекты …….
   1. Сущность, содержание …..
   2. Этапы ( процессы) …..
   3. Методические основы анализа …..

*Вторая глава* носит аналитический характер (в зависимости oт цели и задач, поставленных автором при выполнении работы). Осуществляется анализ фактического состояния изучаемого вопроса. Для этого проводится анализ (направления, показатели и т.д.), собранного материала по состоянию внешней и внутренней среды объекта (обзоры рынка, исследования различных маркетинговых фирм, экспер­тов, документы предприятия, первичные данные и т д.) и делаются за­ключения аналитического характера (о состоянии, структуре, динамике и т.д.). **Рекомендуемая структура 2 главы:**

1. Анализ (оценка) ……. (на примере …)
   1. Общая организационно-экономическая характеристика организации (предприятия)
   2. Анализ потребителей и конкурентов на рынке …

2.3. Анализ (оценка) …. ( в зависимости от темы)

2.4. Анализ факторов макросреды и SWOT-анализ

*Третья глава* носит рекомендательный и оце­ночный характер.

В работах разрабатываются пути решения рассматриваемой проблемы на практике, предлагаются кон­кретные мероприятия по совершенствованию какого-либо процесса, делаются прогнозы по развитию какой-либо ситуации и т.д. **После характеристики предложений - таблица:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Задача** | **Мероприятия** | **Затраты (можно указать только виды)** | **Результаты (можно указать только показатели для оценки)** | **Риски** |
|  |  |  |  |  |

*В заключении* курсовой работы должны содержаться основные выводы по всем главам.

*Список использованных источников* должен содержать библиографическое описание источников, которые были использованы в работе.

*Приложения****–*** дополнительные, первичные, справочные и т.д. материалы***.***

Структура конкретной курсовой работы может быть согласована с руководителем.

Общий объем курсовой работы – 40-45 страниц. Она должна содержать проименованные и пронумерованные рисунки (номер и название внизу) и таблицы (номер и название вверху). В тексте должны быть ссылки на иллюстративный материал. Обязательно оформляются ссылки на литературные источники ( внизу страницы ( 1) или после цитаты ( [ № ] )). Страницы нумеруются внизу от центра. Курсовая работа должна быть выполнена грамотно и аккуратно. Требования к оформлению общие для всех письменных работ.[[1]](#footnote-2)

*Рекомендации по выполнению теоретической части курсовой работы*

Теоретическая часть является обязательной при написании курсовой работы. Изучение литературы по выбранной теме должно позволить студенту определиться с понятийным аппаратом проблемы, выявить связи в рассматриваемых явлениях, сопоставить имеющиеся подходы к решению конкретных задач. При обработке ли­тературных источников могут быть использованы методы: логического анализа, аналогий, морфологического, структурного анализа и т.д.

Теоретическая часть курсовой работы должна быть логично изложе­на, достаточно аргументирована. Точки зрения и формулировки авто­ров должны быть корректно оформлены в виде цитат или ссылок на литературные источники.

Теоретическая проработка проблемы должна быть такой, чтобы по­зволить студенту определиться с методическим построением дальней­шей работы: методикой исследования фактического состояния объекта исследования или методикой решения поставленной проблемы иссле­дования.

*Рекомендации по выполнению практической части курсовой работы*

**Практическая часть курсовой работы должна содержать**:

1. Общую организационно- экономическую характеристику объекта исследования;
2. Анализ товарного рынка, на котором работает данное предприятие (организация).Участников, взаимоотношения.
3. Результаты проведения исследования по теме работы с объяснением полученных выводов, анализом выявленных фактов, с точки зрения влияющих фак­торов, тенденций, структуры и т.д.

При проведении исследования обязательно изучаются факторы микро и макросреды деятельности фирмы, которые влияют на изучаемую проблему бизнеса анализ потребителей с сегментацией рынка, анализ конкуренции, макросреды) с использованием соответствующих источников информации.

При выполнении практической части работы могут быть использо­ваны различные методы маркетинговых исследований.

Метод опроса (в виде интервью, анкетирования или экспертных оценок). Например:

- опрос покупателей о совершенных покупках конкретного товара с целью выяснения отношения к его качествам, удовлетворен­ности покупкой, интенсивности использования, значимости рыночного сегмента, изучения процессов разработки товара для конкретного рын­ка, определения емкости рынка и т.д. •

- опрос специалистов по различным вопросам маркетинга, посредни­ков и т.д., с целью выработки или, напротив, подтверждения какой-либо гипотезы (конъюнктура рынка, набор услуг, свойства товара и тд.), обоснованного выбора конкретного маркетингового решения.

Количественные методы: статистические и математические (группи­ровок, сравнений, регрессионного, корреляционного и факторного анализа, экстраполяции и т.д.). Использование этих методов позволяет сделать значимые качественные выводы и фактах и явлениях. Могут быть использованы и многие другие методы, рассматриваемые в лекционном курсе и в литературе. Выбор осуществляется студентом и руководителем.

1. **ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ**

|  |
| --- |
| 19 Формирование имиджа клиентоориентированной фирмы |
|  |
| 21 Организация прямого маркетинга клиентоориентированной фирмы |
|  |
| 23 Разработка концепции и тестирование упаковки товара клиентоориентированной фирмы |
| 27 Кадровое обеспечение маркетинговой деятельности клиентоориентированной фирмы |

1. **КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***№*** | ***Критерии оценки*** | ***Количество баллов*** |
|  | Качество выполнения теоретической части курсовой работы: актуальность, теоретическая проработка и изученность методических основ | 0,3,4,5 |
|  | Качество выполнения практической части курсовой работы: методическая грамотность исследования, умение осуществлять поиск и обработку информации, обоснованность выводов, обоснованность предложений | 0,3,4,5 |
|  | Качество оформления курсовой работы: соответствия оформления требованиям | 0,3,4,5 |
|  | Качество защиты курсовой работы: качество доклада, презентации, ответов на вопросы | 0,3,4,5 |

**Итоговая оценка в % от максимальной суммы баллов**:

0-50 % – неудовлетворительно

51-69 % – удовлетворительно

70-84 % – хорошо

85-100 % - отлично

Шкала оценивания по критериям

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Критерии оценки | Неудовл. 0 баллов | Удовл.  3 балла | Хорошо  4 балла | Отлично  5 баллов |
| 1.Обоснование актуальности проблемы исследования | Проблема не содержит обоснования | Обоснование описательное | Обоснование есть, но логика нарушена | Обоснование логичное и экономически убедительное |
| 2. Уровень теоретической проработки | Теоретический материал подготовлен не самостоятельно | Теория изложена без собственных обобщений | Теория содержит обобщения, но нет выводов автора | Теория содержит обобщения и выводы автора |
| 3. Методическая грамотность проведенных исследований | Методики использованы не правильно | Методики и методы описаны, но не применены | Методики и методы описаны, но применены с ошибками | Выбор методов и методик обоснован и они применены верно |
| 4. Достаточность и качество экономического обоснования предлагаемых решений | Отсутствует обоснование | Экономическое обоснование выполнено с использованием ошибочных методов | Экономическое обоснование выполнено адекватными методами, но есть ошибки в расчетах | Экономическое обоснование выполнено по адекватным методикам и верно в расчетах |
| 5. Практическая значимость | Отсутствует | Практическая значимость автором не определена | Практическая значимость описана, но не аргументирована | Практическая значимость обоснована и аргументирована |
| 6. Качество оформления | Не соответствует требованиям | В целом соответствует требованиям, но есть значительные отклонения | В целом соответствует требованиям, но есть отдельные ошибки | Соответствует требованиям |
| 7. Качество выступления на защите | Доклад, ответы на вопросы, презентация не отражают содержание проблемы | Доклад и презентация отражают содержание работы. Ответы на вопросы слабые | Доклад, ответы на вопросы отражают понимание проблемы.  Презентация слабая | Доклад, презентация, ответы на вопросы отражают содержание проблемы и выполненной работы |

1. **Качество выполнения курсовой работы** оценивается по составляющим:
   * *Обоснованность* *актуальности проблемы* исследования – предполагает оценку степени убедительности оснований, побудивших студента выбрать данную проблему для изучения исходя из понимания текущей экономической ситуации;
   * *Уровень теоретической проработки* проблемы предполагает оценку широты и качества изученных литературных источников, логики изложения материала, глубины обобщений и выводов в первой главе, а также теоретического обоснования возможных решений проблемы;
   * *Методическая грамотность проведенных исследований* во второй главе работы предполагает оценку обоснованности применения методик исследования, информационной адекватности и правильности использования конкретных методов и методик анализа;
   * *Достаточность и качество обоснования* предлагаемых решений предполагает оценку адекватности выбранных методов обоснования решений, правильность их применения;
   * *Практическая значимость выполненной работы* предполагает оценку понимания студентом возможности практического применения результатов исследования в деятельности предприятия (организации);
   * *Качество оформления курсовой работы* предполагает оценку на соответствие ПОЛОЖЕНИЮ.
2. **Качество выступления на защите курсовой работы** оценивается по следующим составляющим:

* *Качество доклада* предполагает оценку соответствия доклада содержанию курсовой работы, способности выделить научную и практическую ценность выполненных исследований, умения пользоваться иллюстративным материалом;
* *Качество ответов на вопросы* предполагает оценку правильности, четкости, полноты и обоснованности ответов студента, умения лаконично и точно сформулировать свои мысли, использую при этом необходимую научную терминологию;
* *Качество иллюстраций* к докладу предполагает оценку соответствию подбора иллюстративных материалом содержанию доклада, грамотность их оформления и упоминания в докладе, выразительность использованных средств графического и художественного воплощения.
* *Поведение при защите курсовой работы*  предполагает оценку коммуникационных характеристик докладчика (манера говорить, отстаивать свою точку зрения, привлекать внимание к важным моментам в докладе или ответах на вопросы и т.д.)

1. **РЕКОМЕНДУЕМЫЕ ИСТОЧНИКИ**

|  |
| --- |
| **Основная литература:** |
| 1. Грушенко В. И.. Эволюция восприятия маркетинга. Проектирование маркетинговой стратегии:учебно-практическое пособие : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям подготовки 38.03.01 «Экономика», 38.03.02 «Менеджмент» (квалификация (степень) «бакалавр»). - Москва: ИНФРА-М, 2019. - 360 с. |
|
| 2. Драганчук Л. С.. Поведение потребителей[Электронный ресурс]:учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 "Менеджмент" (квалификация (степень) "бакалавр"). - Москва: ИНФРА-М, 2017. - 192 с. |
| 3. Данько Т. П.. Управление маркетингом[Электронный ресурс]:учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. - Москва: Юрайт, 2018. - 521 с. |
| 4. Орлова Т. С., Потапцева Е. В., Дубровский В. Ж., Кокшарова В. Г., Махинова Н. В., Калабина Е. Г., Зотова Л. Н., Смирных С. Н., Черепанова Т. Г., Арбенина Т. И., Дубровский В. Ж., Орлова Т. С.. Экономика предприятий: инструментарий анализа[Электронный ресурс]:учебное пособие. - Екатеринбург: [Издательство УрГЭУ], 2017. - 281 с. |
|  |
| **Дополнительная литература:** |
| 1. Ламбен Ж.-Ж., Чумпитас Р., Шулинг И., Колчанов В. Б.. Менеджмент, ориентированный на рынок:учебник для слушателей, обучающихся по программе "Мастер делового администрирования". - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2014. - 718 с.  2. Синяева И. М., Земляк С. В., Синяев В. В., Дашков Л. П.. Маркетинг в предпринимательской деятельности[Электронный ресурс]:учебник для студентов экономических вузов, обучающихся по направлению "Экономика". - Москва: Дашков и К°, 2017. - 266 с  3. Ойнер О.К. Удовлетворенность потребителя. Эмпирические исследования и практика измерения[Электронный ресурс]:монография. - Москва: ИНФРА-М, 2013. - 220 с  4. Титова В.А. ., Глебова Д. Л., Титова Т. В.. Управление поведением потребителей [Электронный ресурс]:учебник. - Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2013. - 387 с. **Интернет-ресурсы** www.ivr.ru - Сайт «Инвестиционные возможности России»  www.oecd.org - Официальный сайт Организации экономического сотрудничества и развития  www.worldbank.org - Официальный сайт Мирового банка  www.wto.org - Официальный сайт Всемирной торговой организации  http://www.unctad.org – сайт Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД)  <http://www.unido.org> – сайт Организации объединенных наций по промышленному развитию (ЮНИДО)  www.unctad.org - сайт Конференции ООН по торговле и развитию  <http://www.unstats.un.org/unsd> -сайт Отдела статистики ООН  [www.minfin.ru](http://www.minfin.ru) – Министерство финансов России  <http://www.gks.ru> – Официальный сайт Росстат РФ  <http://www.economy.gov.ru> – Официальный сайт Министерство экономического развития РФ  <http://www.minpromtorg.gov.ru> – Официальный сайт Министерство промышленности и торговли РФ  [www.e-rej.ru](http://www.e-rej.ru) – «Российский экономический Интернет журнал».  [www.ecfor.ru](http://www.ecfor.ru) –Институт народнохозяйственного прогнозирования Российской Академии Наук (ИНП РАН)  http:// [e-disclosure.ru](http://e-disclosure.ru/) - Интерфакс – Центр раскрытия корпоративной информации  http:// [disclosure.1prime.ru](http://disclosure.1prime.ru/) - Агентство экономической информации «ПРАЙМ»  http:// [disclosure.skrin.ru](http://disclosure.skrin.ru/) - Система комплексного раскрытия информации и новостей  http:// [www.disclosure.ru](http://www.disclosure.ru/) - Анализ, Консультации и Маркетинг  http:// [e-disclosure.azipi.ru](http://e-disclosure.azipi.ru/) - Ассоциация защиты информационных прав инвесторов  http://www.midural.ru/ - Официальный сайт Правительства Свердловской области  http://mvs.midural.ru/ - Официальный сайт Министерства международных и внешнеэкономических связей Свердловской области  www.executiveplanet.com – Сайт о деловой культуре разных стран мира  www.e-xecutive.ru – Сайт для менеджеров |
|

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |

1. ПОЛОЖЕНИЕ о требованиях к оформлению рефератов, отчетов по практике, контрольных, курсовых и дипломных работ. Уральский государственный экономический университет, 2016 г [↑](#footnote-ref-2)