

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Усынин Максим Валерьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 16.09.2025 16:29:22  
Уникальный программный ключ:  
f498e59e83f65dd7c3ce7bb8a25cbbab033e0c36

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»  
(ЧОУВО МИДиС)**

Кафедра экономики и управления

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ  
ПО ВЫПОЛНЕНИЮ И ЗАЩИТЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ**

Специальность: 38.02.08 Торговое дело

Направленность(профиль): Предпринимательство и интернет-маркетинг

Квалификация выпускника: Специалист торгового дела

Уровень базового образования обучающихся: Основное общее образование

Год набора: 2024

Методические рекомендации по выполнению и защите курсовой работы по дисциплине «Интернет-маркетинг» утверждены на заседании кафедры экономики и управления, протокол № 01 от 30 августа 2024.

Автор-составитель: Е.Г. Бодрова, доцент кафедры экономики и управления

Заведующий кафедрой экономики и управления, к.э.н., доцент

Е.Г. Бодрова

Заведующий НМО, к.филол.н

С.А. Кокорин

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения .....	4
2. Требования к подготовке курсовой работы.....	4
3. Требования к оформлению курсовой работы.....	7
4. Порядок процедуры защиты и оценивания курсовой работы .....	11
Приложения .....	13

## **1. Общие положения**

1.1. Методические рекомендации по выполнению и защите курсовой работы по дисциплине «Интернет-маркетинг» для специальности 38.02.08 Торговое дело, направленность (профиль): предпринимательство и интернет-маркетинг (далее – Методические рекомендации) разработаны в соответствии с нормативно-правовыми документами:

- Федеральным законом РФ от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями);
- Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденным приказом Минпросвещения России от 14.11.2023 (далее – ФГОС СПО);
- приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 24.08.2022 № 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- приказом Федерального архивного агентства от 20.12.2019 № 236 «Об утверждении Перечня типовых управленческих архивных документов, образующихся в процессе деятельности государственных органов, органов местного самоуправления и организаций, с указанием сроков их хранения»;
- приказом Федерального архивного агентства от 15.06.2020 № 69 «Об утверждении Типовых функциональных требований к системам электронного документооборота и системам хранения электронных документов в архивах государственных органов»;
- локальными нормативными актами ЧОУВО МИДиС.

1.2. Методические рекомендации определяют порядок подготовки, оформления и процедуры защиты курсовой работы по основной профессиональной образовательной программе среднего профессионального образования – программе подготовки специалистов среднего звена по специальности 38.02.08 Торговое дело, направленность (профиль): Предпринимательство и интернет-маркетинг (далее – ОПОП СПО).

1.3. Курсовая работа обучающегося представляет собой логически завершенное и оформленное в виде текста изложение содержания определенных проблем, задач и методов их решения по дисциплине «Интернет-маркетинг», предусмотренному учебным планом ОПОП СПО.

1.4. Выполнение курсовой работы является одним из видов учебной работы обучающихся в рамках освоения ОПОП СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело позволяющих оценить уровень сформированности компетенций по дисциплине «Интернет-маркетинг».

1.5. Курсовая работа выполняется в сроки, предусмотренные учебным планом и календарным учебным графиком по специальности 38.02.08 Торговое дело, направленность (профиль): Предпринимательство и интернет-маркетинг.

## **2. Требования к подготовке курсовой работы**

2.1. Выполнение курсовой работы предваряется определением или выбором темы курсовой работы.

2.1.1. Тематика курсовых работ по дисциплине «Интернет-маркетинг» разрабатывается, утверждается и ежегодно актуализируется кафедрой экономики и управления, реализующей ОПОП СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело, направленность (профиль): Предпринимательство и интернет-маркетинг. В рамках предлагаемой тематики обучающимся предоставляется право выбора темы. Обучающийся может самостоятельно предложить тему курсовой работы с обоснованием ее целесообразности.

2.1.2. Примерный перечень тем курсовых работ приведен в Приложении А.

2.1.3. Тематика курсовых работ должна:

- соответствовать задачам профессиональной подготовки специалистов среднего звена;
- быть проблемной и актуальной;
- приобщать обучающихся к научно-исследовательским направлениям, разрабатываемым на кафедре экономики и управления;
- учитывать исследовательскую направленность творческой работы над самостоятельно отобранными предметными изучаемыми фактами.

2.2. Курсовая работа по дисциплине «Интернет-маркетинг» должна отвечать требованиям, предъявляемым к оформлению работ студенческих научных работ.

2.3. Выбранная тема курсовой работы по дисциплине «Интернет-маркетинг» закрепляется за обучающимся в начале семестра. Распределение тем курсовых работ отражается в протоколе заседания кафедры экономики и управления.

2.4. Студент выбирает тему курсовой работы из предлагаемого перечня в соответствии с порядковым номером студента в журнале (табл. 1).

Курсовая работа, выполненная не по своему варианту, не проверяется и к защите не допускается.

2.5. Курсовая работа по дисциплине «Интернет-маркетинг» включает в себя практическую часть, где обучающиеся решают задачи Интернет-маркетинга по выбранному объекту. Примерные варианты задач и методические указания по решению задач представлены в Приложение Б.

2.6. Каждый обучающийся выполняет курсовую работу индивидуально.

2.7. Курсовая работа по дисциплине «Интернет-маркетинг» как форма научно-исследовательской работы обучающегося и важное средство контроля самостоятельной работы обучающихся предполагает решение следующих задач:

- формирование общих и профессиональных компетенций, предусмотренных при изучении общепрофессиональной дисциплины, предусматривающей выполнение курсовой работы;
- закрепление, углубление и расширение научных знаний, обучающихся по дисциплине «Интернет-маркетинг»;
- формирование исследовательских умений, обучающихся: формулировка проблемы исследования, анализ различных подходов к решению проблемы; формулировка цели, объекта, предмета и задач работы, сопоставление цели и результатов работы, формулировка выводов и т.д.;
- формирование умений использования различных методов анализа, сравнения, обобщения, классификации.

2.8. В ходе выполнения курсовой работы по дисциплине «Интернет-маркетинг» обучающийся обязан:

- научиться пользоваться библиографическими указателями и грамотно составлять библиографические списки литературы;
- изучить и осмыслить определенный круг научной литературы, на основе анализа которой сделать обстоятельный обзор по избранной проблеме;
- самостоятельно собрать и проанализировать материал по теме, при необходимости провести эксперимент, используя методику научного исследования;
- на основе изучения литературы, проведенного анализа и обобщения практического опыта, сделать выводы и рекомендации для дальнейшей работы над темой.

2.9. В соответствии с поставленными задачами этапы выполнения курсовой работы по дисциплине «Интернет-маркетинг» имеют определенную последовательность:

- выбор темы и разработка плана;
- изучение литературы по теме и написание библиографического обзора;

- сбор материала, проведение анализа собранного материала, обработка его по избранной методике;
- написание основной части курсовой работы;
- подготовка заключения;
- оформление курсовой работы;
- представление завершенной и надлежаще оформленной курсовой работы на кафедру экономики и управления, обеспечивающую руководство курсовой работой;
- получение рецензии руководителя на курсовую работу и устранение указанных в ней замечаний.

2.10. Выполнение обучающимися курсовой работы по дисциплине «Интернет-маркетинг» организуют и контролируют:

- заведующий кафедрой экономики и управления, обеспечивающей руководство курсовой работой;
- руководитель курсовой работы.

2.11. Заведующий кафедрой экономики и управления распределяет педагогическую нагрузку по руководству курсовой работы по дисциплине «Интернет-маркетинг» между преподавателями кафедры экономики и управления.

2.12. Руководитель курсовой работы непосредственно организует и контролирует выполнение курсовой работы. В его обязанности входит:

- проведение консультаций по вопросам методики подготовки, написания и защиты курсовой работы, а также по ее структуре и содержанию;
- контроль выполнения и своевременного представления курсовой работы на кафедру экономики и управления;
- составление письменной рецензии на курсовую работу;
- проведение защиты курсовой работы.

2.13. Руководитель курсовой работы по дисциплине «Интернет-маркетинг» несет ответственность за соответствие представленной к защите курсовой работы установленным требованиям.

2.14. Курсовая работа, независимо от ее конкретного содержания, должна иметь следующую структуру:

- титульный лист (Приложение В),
- содержание;
- Введение. Дается краткое обоснование выбора темы курсовой работы, обосновывается актуальность проблемы исследования, объект и предмет исследования, определяются цель и задачи, методы исследования, теоретическая и практическая значимость, информационная база исследования.

Цель – научные и практические результаты, которые должны быть достигнуты в итоге проведения исследования.

Объект исследования – это то, на что направлен процесс познания.

Предмет исследования – это те наиболее значимые с практической или теоретической точки зрения свойства, стороны, особенности объекта, которые подлежат непосредственному изучению. Как правило, предмет исследования и тема исследования созвучны.

Определение задач – это выбор путей и средств для достижения цели исследования.

– Основная часть: в ней раскрываются основные понятия, сущность проблемы и ее состояние в современной теории и практике. Целесообразно первоначально систематизировать термины и понятия, используемые в работе по теме исследования, а затем рассматривать существо проблемы в зависимости от выбранной темы. Материал должен быть структурирован и представлен в виде схем, таблиц, графиков.

- Практическая часть, включает решение задач по выбранной теме.
- Заключение: содержит общие выводы, практические рекомендации, перспективы

дальнейшего изучения темы;

– Список использованных источников. Список включает названия только тех статей, книг и других источников, на которые есть ссылки в работе. Список использованных источников должен содержать не менее 30 наименований (Приложение Г)

– Приложения – это факультативная часть работы, которая содержит схемы, таблицы, графики, матрицы и т.п.

2.15. План курсовой работы по дисциплине «Интернет-маркетинг» и примерная структура представляется обучающимся руководителю. В соответствии с замечаниями руководителя содержание уточняется и корректируется. Все изменения, внесенные в текст курсовой работы, согласовываются с руководителем.

2.16. Методические рекомендации по выполнению глав и разделов курсовой работы приведены в Приложении Д.

### **3. Требования к оформлению курсовой работы**

#### **3.1. Общие требования к оформлению**

Курсовая работа представляется в электронном виде, за исключением титульного листа. Подписанный руководителем титульный лист представляется на бумажном носителе. Решение кафедры о форме представления курсовой работы оформляется протоколом заседания кафедры и доводится до сведения обучающихся.

Цвет шрифта – черный. Размер шрифта (кегель) – 14. Тип шрифта – Times New Roman. Шрифт печати должен быть прямым, четким, черного цвета, одинаковым по всему объему текста.

При выделении заголовков структурных частей курсовой работы в самой работе используется полужирный шрифт (СОДЕРЖАНИЕ, ВВЕДЕНИЕ, ГЛАВА (НАЗВАНИЕ ГЛАВЫ), ЗАКЛЮЧЕНИЕ, СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ, ПРИЛОЖЕНИЯ).

Текст обязательно выравнивается по ширине.

Размер абзацного отступа – 1,25 см, межстрочный интервал – 1,5.

Поля: левое – 25 мм, правое – 15 мм, верхнее и нижнее 20 мм.

Нумерация страниц работы должна быть сквозной, включая список использованных источников и приложения. Нумерация начинается со страницы 3 (введение), первой страницей является титульный лист, второй – содержание и так далее, последней – первая страница приложения. Номер страницы проставляют арабскими цифрами, шрифт Times New Roman, кегль – 12, расположение в центре нижней части листа без точки. На титульном листе и странице «СОДЕРЖАНИЕ» номер страницы не ставится.

В тексте используется «длинное тире» (его клавиатурное сочетание в MS Word: Ctrl + «минус» на дополнительной клавиатуре). Используются «кавычки-елочки».

Оптимальный объем курсовой работы (без приложений): по ОПОП СПО – 25-30 страниц.

Повреждения листов работы, ошибки не допускаются.

#### **3.2. Оформление заголовков (Приложение Е)**

Заголовки структурных элементов (содержания, введения, глав) работы располагают в середине строки (выравнивание по центру), без точки в конце и печатают заглавными буквами без подчеркивания.

Каждый структурный элемент (СОДЕРЖАНИЕ, ВВЕДЕНИЕ, ГЛАВА (НАЗВАНИЕ ГЛАВЫ), ЗАКЛЮЧЕНИЕ, СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ, ПРИЛОЖЕНИЯ) следует начинать с новой страницы. Шрифт – Times New Roman, 14 кегль, полужирный.

Названия параграфов располагают в середине строки (выравнивание по центру), без точки в конце и печатают строчными буквами без подчеркивания. Шрифт – Times New Roman,

14 кегль, полужирный. Точки после номера параграфа не ставятся. Между названиями структурных элементов курсовой работы – содержания, введения, названия главы – параграфа и текстом пропускается одна строка.

Названия пунктов и подпунктов: располагают по ширине строки, без точки в конце и печатают строчными буквами без подчеркивания. Шрифт – Times New Roman, 14 кегль. Точки после номера пункта и подпункта не ставятся.

Текст работы разбивается на главы, параграфы и пункты, которые должны иметь порядковые номера.

Заголовки глав, соответствующие теме и плану работы, указанному в содержании, печатаются полужирным шрифтом (кегль – 14); выравниваются по центру текста без абзацного отступа, без подчеркивания, без точки в конце, межстрочный интервал полуторный.

Заголовки пунктов и подпунктов печатаются обычным шрифтом (кегль – 14), выравниваются по центру текста без абзацного отступа, без подчеркивания, без точки в конце, межстрочный интервал полуторный.

Если заголовок включает несколько предложений, их разделяют точками. Переносы слов в заголовках не допускаются.

Не разрешается помещать заголовки отдельно от последующего текста. На странице, где приводится заголовок, должно быть не менее двух строк последующего текста.

Все главы, параграфы, пункты нумеруются арабскими цифрами в начале заголовка.

Главы работы должны иметь порядковую нумерацию в пределах основной части работы и обозначаться арабскими цифрами с точкой, например: 1., 2., 3. и т.д.

Параграфы – часть раздела, нумеруются арабскими цифрами в пределах каждой главы двумя цифрами, разделенными точкой. В конце номера подраздела точка не ставится. Первая цифра обозначает номер главы, вторая – номер параграфа (рис.2).

Перечисления – структурный элемент текста работы, содержащий перечисления требований, указаний, положений. Перечисления выделяются цифрами (1, 2, 3 ...), буквами (а, б, в...), маркером «←», абзацными отступлениями (1,25 см).

### 3.3. Оформление содержания (Приложение Ж)

Содержание включает введение, наименование всех глав, параграфов, заключение, список использованных источников, приложения с указанием номеров страниц, с которых начинаются эти элементы работы.

По ГОСТ 2.105-2019, наименования, включенные в Содержание, записывают в соответствии с обозначением в тексте: при указании структурного элемента используются заглавные буквы с применением полужирного начертания к тексту, при указании параграфов, пунктов, подпунктов – строчные без использования полужирного начертания к тексту, начиная с прописной буквы. Выравнивание по ширине строки, без точки в конце. При этом после заголовка каждого из указанных структурных элементов ставят отточие, а затем приводят номер страницы. Содержание должно помещаться на одной странице.

Названия структурных элементов курсовой работы и параграфов в Содержании должны совпадать с названиями структурных элементов курсовой работы и параграфов курсовой работы.

Нумерация и знаки препинания в нумерации в названиях структурных элементов курсовой работы, глав и параграфов в Содержании сохраняются.

Шрифт – Times New Roman, 14 кегль.

### 3.4. Оформление рисунков, иллюстраций (Приложение И)

К рисункам относятся все графические изображения (схемы, графики, фотографии, рисунки). На все рисунки в тексте должны быть даны ссылки. Рисунки должны располагаться непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. Рисунки нумеруются арабскими цифрами, нумерация сквозная. Название пишется под рисунком по центру, как и рисунок, форматирование – как и у обычного текста.



Форматирование: 14 кегль, шрифт – Times New Roman. Слово «Рисунок» пишется полностью. Если рисунок один, то он обозначается «Рисунок 1» (рис. 1).

При ссылках на иллюстрацию следует писать «... в соответствии с рисунком 2», или « ... (рис. 2)».

После слова «Рисунок 2» пишется название. В этом случае подпись должна выглядеть так: «Рисунок 2 – Название». Точка в конце названия не ставится. Если в работе есть приложения, то рисунки каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением впереди обозначение приложения (например: Рисунок А.3).

При упоминании в тексте курсовой работы слова «рисунок» используется его сокращенная форма «рис.» (ГОСТ Р 7.0.12-2011. Сокращение слов и словосочетаний на русском языке).

### 3.5. Оформление таблиц (Приложение К)

Таблицы должны располагаться непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые. Таблицы нумеруются арабскими цифрами, нумерация сквозная.

Название пишется над таблицей по центру. Форматирование названия – как у обычного текста: 14 кегль, шрифт – Times New Roman. Слово «Таблица» пишется полностью. Если таблица одна, то она обозначается «Таблица 1».

При ссылках на таблицу следует писать: «... в соответствии с таблицей 2» или « ... (табл. 2)».

При упоминании в тексте курсовой работы слова «таблица» используется его сокращенная форма «табл.» (ГОСТ Р 7.0.12-2011. Сокращение слов и словосочетаний на русском языке)

Шрифт в таблицах используется меньший, чем в основной части работы (10–12 кегль). Во всех таблицах курсовой работы размер шрифта должен быть одинаковым по размеру.

При переносе нескольких строк таблицы на следующую страницу «Продолжение таблицы» не пишется. Эта функция выполняется автоматически с использованием функционала Word «Повторить строки заголовков».

Графа «№ п/п» в таблицу не включается. При необходимости нумерации показателей, порядковые номера следует указывать в заголовках строк таблицы, непосредственно перед их наименованием.

### 3.6. Оформление формул

В формулах в качестве символов следует применять обозначения, установленные соответствующими государственными стандартами. Кегль формул соответствует кеглю основного текста. Текст формулы выделяется курсивом.

Если в работе приведено более одной формулы, то формулы подвергаются сквозной (единой) нумерации. Все формулы, выносимые в отдельную строку, нумеруются арабскими цифрами в пределах раздела. Номер указывают с правой стороны листа на уровне формулы в круглых скобках. Например:

$$C = \frac{A}{B}, \quad (1)$$

где  $C$  – показатель такой-то, ед. изм.;

$A$  – .....

$B$  – .....

Пояснение обозначений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в какой они даны в формуле, 14 кегль, выделение курсивом не используется. Пояснение каждого символа и числового коэффициента следует давать с новой строки. Пояснения обозначений располагают в столбец, выравнивая относительно знака «тире».

Перенос очень длинной по записи формулы с одной строки на другую осуществляется после знака равенства (=) или после знаков сложения (+), вычитания (-), умножения ( $\times$ ), деления (:). При этом номер формулы ставится на уровне последней строки.

В тексте ссылку на порядковый номер формулы следует начинать со слов «формула, уравнение, выражение» и затем в круглых скобках указывается номер формулы. Например: «В формуле (1) используются...».

### 3.7. Сокращения и единицы измерения

Все слова в курсовой работе (проекте) необходимо писать полностью. Допускаются только общепринятые сокращения, например: и т.п., универсам, ГУМ. Если в работе применяются узкоспециальные сокращения, символы, термины, перечень следует составлять в тех случаях, когда их общее количество – более 20 и каждое повторяется в тексте не менее 3–5 раз. Сокращения, символы и термины можно вынести как отдельное приложение, где в перечне расположить их столбцом, в котором слева приводятся сокращения (символы, специальные термины), а справа – детальную расшифровку.

В качестве единиц измерения должны применяться единицы международной системы СИ. Следующие за числовым значением единицы печатаются без скобок; между последней цифрой и обозначением единицы следует оставлять интервал. Например: торговая площадь – 1000 м<sup>2</sup>.

### 3.8. Оформление списка использованных источников

Список использованных источников отражает перечень источников, которые использовались при написании курсовой работы. В список использованных источников рекомендуется включать для СПО – не менее 30 наименований. Примеры оформления списка приведены в Приложении Г.

При сокращении слов и словосочетаний в Списке использованных источников следует руководствоваться ГОСТ Р 7.0.12-2011 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний на русском языке. Общие требования и правила.

### 3.9. Оформление библиографических ссылок

При оформлении курсовой работы (используются затекстовые библиографические ссылки).

При формулировке общей позиции автора, о которой упоминается в тексте курсовой работы, при ссылке на документ, электронный ресурс используются квадратные скобки с указанием соответствующего порядкового номера данного источника в Списке использованных источников, например: «... [13].».

При формулировке общей позиции нескольких авторов, ссылке на несколько документов или несколько электронных ресурсов используются квадратные скобки с указанием соответствующих порядковых номеров данных источников в Списке использованных источников. Порядковые номера в квадратных скобках перечисляются в таком случае через точку с запятой, например [13; 42].

Если ссылку приводят на конкретный фрагмент текста документа, в отсылке указывают порядковый номер и страницы, на которых помещен объект ссылки. Сведения разделяют запятой, например [13, с. 46]. Библиографические ссылки являются частью предложения, поэтому если предложение заканчивается ссылкой, то точка ставится после этой ссылки.

### 3.10. Оформление приложений

В тексте курсовой работы на все приложения должны быть даны ссылки. Сами приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте.

Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху посередине страницы слова «Приложение» и его обозначения заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ъ, Ы, Ь.

Приложение должно иметь заголовок, который записывают симметрично относительно текста (выравнивание по центру) с прописной буквы отдельной строкой (Приложения А–М). Если в документе одно приложение, оно обозначается «Приложение А».

3.11. Нормативные ссылки для оформления курсовой работы приведены в Приложении М.

#### **4. Порядок процедуры защиты и оценивания курсовой работы**

4.1. Защита курсовой работы является обязательной и проводится за счет объема времени, отведенного на изучение дисциплины

4.2. Готовая курсовая работа по дисциплине «Интернет-маркетинг» за 2 недели до окончания семестра представляется обучающимися на кафедру экономики и управления для рецензирования руководителем (Приложение Л).

4.3. Курсовая работа предварительно оценивается руководителем: в случае положительной оценки - «допускается к защите», а в случае отрицательной оценки - «не допускается к защите».

4.4. Курсовая работа, не допущенного к защите обучающегося, возвращается для доработки и повторного представления. Курсовые работы, получившие положительную оценку, возвращаются обучающемуся для подготовки к защите.

4.5. Защита курсовой работы по дисциплине «Интернет-маркетинг» обучающимся проводится с целью выяснения глубины знаний по избранной теме, умения излагать освоенный материал, формулировать обоснованные выводы грамотным профессиональным языком.

4.6. Защита курсовой работы является обязательной и проводится за счет объема времени, отведенного на изучение общепрофессиональной дисциплины.

4.7. Защиту курсовой работы по дисциплине «Интернет-маркетинг» принимает ее руководитель.

4.8. Защиты курсовой работы осуществляется в учебной группе.

4.9. Защита курсовой работы по дисциплине «Интернет-маркетинг» проходит в присутствии группы обучающихся. Перед публичной защитой обучающийся знакомится с рецензией руководителя и готовит выступление на 5-7 минут, в котором подчеркивает актуальность избранной темы, степень ее научной разработанности, формулирует основные проблемы и излагает выводы, к которым он пришел в процессе исследования, дает пояснения по существу критических замечаний руководителя. После выступления руководитель курсовой работы по дисциплине «Интернет-маркетинг» задает вопросы по существу исследованной темы.

4.10. В исключительных случаях допускается защита курсовой работы в индивидуальном порядке в форме обсуждения курсовой работы с руководителем.

4.11. В процессе защиты и при оценке курсовой работы по дисциплине «Интернет-маркетинг» обращается особое внимание на:

- обоснование выбора темы работы и четкое формулирование ее цели и задач;
- степень соответствия объема и содержания темы курсовой работы ее целям и задачам;
- понимание современного состояния рассматриваемых в работе проблем, глубину их проработки;
- самостоятельность мышления и творческий подход к проблеме;
- логику и четкость изложения;
- обоснованность основных положений, выводов, предложений;
- знание нормативных правовых актов и специальной литературы по разрабатываемой теме;
- соответствие оформления работы установленным требованиям;
- правильность ответов на вопросы в ходе защиты курсовой работы;

– умение отстаивать свою точку зрения.

4.12. Результаты курсовой работы по дисциплине «Интернет-маркетинг» определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»:

– оценку «отлично» заслуживает работа, в которой дано всестороннее и глубокое освещение избранной темы в тесной взаимосвязи с практикой, а её автор показал умение работать с различными видами источников, систематизировать, классифицировать, обобщать материал, формулируя выводы, соответствующие поставленным целям;

– оценкой «хорошо» оценивается работа, отвечающая основным, предъявляемым к ней требованиям. Обучающийся обладает глубокими знаниями по предмету и владеет навыками научного исследования, но при этом имеются незначительные замечания по содержанию работы, по процедуре защиты (обучающийся не может дать аргументировано ответы на вопросы);

– курсовая работа оценивается на «удовлетворительно», если в ней, в основном, соблюдены общие требования, но неполно раскрыты разделы плана, работа носит реферативный характер, отсутствуют аргументированные выводы. Автор курсовой работы посредственно владеет материалом, поверхностно отвечает на вопросы в процессе защиты курсовой работы;

– «неудовлетворительно» оценивается курсовая работа, если установлен акт несамостоятельного выполнения работы, имеются принципиальные замечания по многим параметрам, содержание не соответствует теме, допущены грубые теоретические ошибки.

4.13. Оценка уровня сформированности компетенций приводится в фонде оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Интернет-маркетинг», предусматривающей выполнение курсовой работы. Оценка по курсовой работе по дисциплине «Интернет-маркетинг» заносится в зачетную ведомость по защите курсовых работ, зачетную книжку обучающегося и указывается на титульном листе работы.

4.14. При получении неудовлетворительной оценки, обучающийся обязан повторно выполнить курсовую работу по дисциплине «Интернет-маркетинг» по новой теме, согласованной с заведующим кафедрой экономики и управления, или переработать прежнюю по указанию рецензента.

4.15. Обучающийся, не защитивший в установленный срок курсовую работу по дисциплине «Интернет-маркетинг», считается имеющим академическую задолженность.

4.16. Если обучающийся не смог представить курсовую работу по дисциплине «Интернет-маркетинг» к защите в установленный срок по уважительной причине, то заведующая кафедрой определяет новый срок защиты курсовой работы.

4.17. Защищенная курсовая работа хранится на кафедре экономики и управления в течение срока, установленного номенклатурой дел кафедры. Лучшие курсовые работы могут быть оставлены на кафедре в качестве образцов или методических пособий для студентов.

## Приложение А

### Примерный перечень тем для курсовых работ:

1. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия сферы сервиса (на примере ...).
2. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для производственного предприятия (на примере ...).
3. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия индустрии гостеприимства (на примере ...).
4. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для ИТ-предприятия (на примере ...).
5. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия в сфере образования (на примере ...).
6. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для коммерческого банка (на примере ...).
7. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для коммерческого предприятия (на примере ...).
8. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для отеля (на примере ...).
9. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для санатория (на примере ...).
10. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для HR-агентства (на примере ...).
11. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия общественного питания (на примере ...).
12. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для ресторана (на примере ...).
13. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для транспортной компании (на примере ...).
14. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для интернет-магазина (на примере ...).

15. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для маркетплейса (на примере ...).

16. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для интернет-провайдера (на примере ...).

17. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия, оказывающего медицинские услуги (на примере ...).

18. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для строительной компании (на примере ...).

19. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия ЖКХ (на примере ...).

20. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для консалтинговой компании (на примере ...).

21. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятий модной индустрии (на примере ...).

22. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для ресурсоснабжающей компании (на примере ...).

23. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия пищевой промышленности (на примере ...).

24. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия кондитерского производства (на примере ...).

25. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия пищевой промышленности (на примере ...).

26. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для риелторского агентства (на примере ...).

27. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для IT-компаний (на примере ...).

28. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для сервиса доставки еды (на примере ...).

29. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для туроператоров (на примере ...)

30. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для кофейни (на примере ...)
31. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для финансовых организаций (на примере ...)
32. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятий девелопмента (на примере ...)
33. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия автомобильной промышленности (на примере ...)
34. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для фитнес-центров (на примере ...)
35. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия логистики и транспорта (на примере ...)
36. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия СМИ и медиа (на примере ...)
37. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для некоммерческих организаций (на примере ...)
38. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для страховой компании (на примере ...)
39. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для предприятия музыкальной индустрии (на примере ...)
40. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для вузов (на примере ...)
41. Разработка инструментов Интернет-маркетинга для колледжей (на примере ...)

## Приложение Б

### Примерные варианты задач и методические указания к решению задач

Команде участников по результатам жеребьевки предоставляется объект для анализа и презентации результатов в ходе экзамена.

Для данного объекта команда участников выполняет конкурсное задание и предоставляет его результаты в виде аналитического отчета (презентации) с публичной защитой.

#### **Модуль А. Анализ информационного пространства**

Составить карточку выбранного объекта, которая включает в себя: описание объекта, сводную информацию о сайте, социальных сетях объекта.

1. Составить аналитическую справку, в которой будет проведен анализ присутствия проекта в информационном пространстве за период 2023 года на основе данных из поисковых систем, включая:
  - а) формирование тегов для мониторинга в рамках поставленной темы;
  - б) анализ публикаций по выбранной теме (СМИ, социальные сети, форумы, тематические сайты);
  - в) экспертная оценка полученной информации.

#### **Модуль В. Сравнительный анализ конкурентов**

1. Найти не менее 5 аналогичных проектов, составив аналитическую справку, в которой будет проведен анализ не менее чем по 5 критериям.
2. Составить таблицу сравнительного анализа аналогичных проектов, на основании которой сделать не менее 5 выводов.
3. Выявить страницы/аккаунты этих проектов, провести сравнительный анализ, на основании которого также сделать не менее 5 выводов, на основе которых представить рекомендации заказчику.

#### **Модуль С. Разработка стратегии продвижения**

1. Сегментация целевой аудитории

Выделить 3 сегмента целевой аудитории проекта.

Составить описание каждого сегмента по моделям Котлера и Шеррингтона.

2. Создать стратегию продвижения в социальных сетях, которая будет включать следующие разделы:
  - концепция продвижения;



- цели продвижения по методологии SMART;
- задачи для достижения каждой цели, если их более одной (прирост новых пользователей, органический охват публикаций и т.д.);
- модели поведения аудитории (пользовательский путь) и чем можно на нее влиять;
- основная идея в контенте;
- рубрикатор (предоставить не менее 3 тем для каждой рубрики);
- определить форматы постов и описать требования к ним.

3. Предположить, что проект может продвигаться с использованием контекстной рекламы (Яндекс Директ). Используя сервис Яндекс Вордстат, подобрать не менее 10 ключевых запросов, с частотностью не менее 100 упоминаний в месяц. К каждому из запросов привести необходимые минус-слова.

#### **Модуль D. Разработка контент-плана. Рекламные модули**

1. Написать и оформить тексты для следующих видов постов:

- пост «за кулисами»
- пост-статистика
- пост-цитатник
- пост-конкурс

2. Составить контент-план на 2 недели, учитывая правила разработки таких планов.

Приложение В

Образец титульного листа

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»  
(ЧОУВО МИДиС)  
Кафедра экономики и управления**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

по дисциплине МДК.04.01 «Интернет-маркетинг»

на тему: «\_\_\_\_\_»

Специальность 38.02.08 Торговое дело

Направленность (профиль): предпринимательство и интернет-маркетинг

Руководитель

ученая степень, звание

*И.О. Фамилия*

Автор работы

студент группы

*И.О. Фамилия*

Челябинск 2024

## Приложение Г

### Требования к использованию знаков препинания и оформлению выходных данных в «Списке использованных источников»

Вид источника	Пример оформления	Примечания
<b>ОПИСАНИЕ ОФИЦИАЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ</b>		
<b>Опубликованные</b>	<p>Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года. – М.: Эксмо, 2013.– 63 с.</p> <p>Konstitutsiya Rossii: prinyata vsenarodnym golosovaniyem 12 dekabrya 1993 [The Russian Constitution: adopted by popular vote December 12, 1993.]. Moscow, Ek-mo, 2013. 63 p. (In Russian)</p> <p>Уголовный кодекс Российской Федерации. Официальный текст: текст Кодекса приводится по состоянию на 23 сентября 2013 г. – М.: Омега-Л, 2013. – 193 с.</p> <p>Ugolovnyy kodeks Rossiyskoy Federatsii. Ofitsial'nyy tekst: Kod tekst vosproizvoditsya po sostoyaniyu na 23 sentyabrya 2013 [The Criminal Code of the Russian Federation. Official text: Code text is reproduced as at 23 September 2013]. Moscow, Omega–L, 2013. 193 p. (In Russian)</p> <p>О проведении в Российской Федерации года молодежи: указ Президента Российской Федерации от 18.09.2008 г. № 1383 // Вестник образования России. – 2008.– № 20 (окт.). – С. 13-14.</p> <p><i>On holding in the Russian Federation, the young people: Presidential Decree of 18.09.2008 № 1383. Vestnik obrazovaniya rossii [Russian Journal of Education]. 2008. no.20. pp. 13-14.</i></p>	
<b>Неопубликованные (электронные ресурсы)</b>	<p>Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <a href="http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=2875#0">http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=2875#0</a></p> <p>Konstitutsiya Rossii: prinyata vsenarodnym golosovaniyem 12 dekabrya 1993 [The Russian Constitution: adopted by popular vote December 12, 1993.]. Available at:</p>	Аналогично оформляются электронные издания (книги, монографии, учебные пособия, статьи и т.д.)

	<p><a href="http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=2875#0">http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=2875#0</a></p> <p>Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 19.12.2016) [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/</a></p> <p>Ugolovnyy kodeks Rossiyskoy Federatsii. Ofitsial'nyy tekst: Kod tekst vosproizvoditsya po sostoyaniyu na 23 sentyabrya 2013 [The Criminal Code of the Russian Federation. Official text: Code text is reproduced as at 23 September 2013]. Available at: <a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/</a></p>	
<b>НОРМАТИВНО-ТЕХНИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ</b>		
<b>Опубликованные</b>	<p>ГОСТ 7.9 – 77. Реферат и аннотация. – Москва: Изд-во стандартов, 1981. – 6 с.</p> <p>State Standard 7.9 – 77. System of standards on information, librarianship and publishing. Informative abstract and indicative abstract. General requirements. Moscow, Standartinform Publ., 2007. 10 p. (In Russian)</p> <p>ГОСТ 7.53 – 2001. Издания. Международная стандартная нумерация книг. – Минск: Межгос. Совет по стандартизации, метрологии и сертификации; Москва: Изд-во стандартов, 2002. – 3 с.</p> <p>State Standard 7.53 – 2001. Method of measurement. Measurement of flow rate and volume of liquids and gases by means of orifice devices. Moscow, Standartinform Publ., 2007. 10 p. (In Russian)</p>	
<b>Неопубликованные (электронные ресурсы)</b>	<p>ГОСТ 23118–2012. Конструкции стальные строительные. Общие технические требования [Электронный ресурс] // Система Кодекс-клиент. – Режим доступа: <a href="http://files.stroyinf.ru/data1/6/6549/">http://files.stroyinf.ru/data1/6/6549/</a></p> <p>State Standard 23118–2012. Building steel structures. General specifications. Available at: <a href="http://files.stroyinf.ru/data1/6/6549/">http://files.stroyinf.ru/data1/6/6549/</a> (accessed 5February 2011).</p>	
<b>ОПИСАНИЕ КНИГ, УЧЕБНИКОВ, УЧЕБНЫХ ПОСОБИЙ, МОНОГРАФИЙ</b>		
<b>Книги одного автора</b>	Чалдаева Л.А. Экономика предприятия: учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2013. – 411 с.	

	Nenashev M.F. <i>Posledneepravitel'stvo SSSR</i> [Last government of the USSR]. Moscow, Krom Publ., 1993. 221 p.	
<b>Книги двух авторов</b>	<p>Нехаев Г.А., Захарова И.А. Металлические конструкции в примерах и задачах: учеб. пособие. – М.: Изд-во Ассоциации строительных вузов, 2010. – 144 с.</p> <p>Latyshev V.N., <i>Tribologiyarezaniya. Kn. 1: Friktionnyeprotsessyprirezaniemetallov</i> [Tribology of Cutting, Vol. 1: Frictional Processes in Metal Cutting]. Ivanovo, IvanovskiiGos. Univ., 2009.</p>	
<b>Книги трех авторов</b>	<p>Акимов А.П., Медведев В.И., Чегулов В.В. Работа колес: монография. – Чебоксары: ЧПИ (ф) МГОУ, 2011.–168 с.</p> <p>Zagurenko A.G., Korotovskikh V.A., Kolesnikov A.A., Timonov A.V., Kardymon D.V. <i>Posledneepravitel'stvo SSSR</i> [Last government of the USSR]. Moscow, Krom Publ., 1993. 221 p.</p>	
<b>Книги четырех и более авторов</b>	<p>Информационно-измерительная техника и электроника: учебник / Г. Г. Раннев [и др.]; под ред. Г. Г. Раннева. – М.: Академия, 2009.– 512 с.</p> <p>Rannev G.G. (ed.) <i>Informatsionno-izmeritel'naya tekhnika i elektronika: uchebnik</i> [Information and measuring appliances and electronics: the textbook] / G.G. Rannev [et al.]. Moscow, Akademia, 2009. 512 p.</p>	Указываются под заглавием (названием) книги. После названия книги, за косой чертой пишется фамилия одного автора и вместо следующих фамилий слово – [и др.].
<b>Книги с коллективом авторов или без указания автора</b>	<p>Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебник / под ред. В. Я. Позднякова. – М.: Инфра-М, 2010. – 617 с.</p> <p>Gokhberg L. (ed.) (2002) <i>Dialogos&amp;TmezhduYevropeyskim SoyuzomiRossiyskoyFederatsii</i> [Dialogue on S&amp;T between the European Union and the Russian Federation]. Moscow-Vienna, CSRS-BIT. 617 p.</p>	Указываются под заглавием (названием) книги. За косой чертой пишется фамилия редактора, составителя или другого ответственного го лица.

<b>ОПИСАНИЕ СТАТЬИ ИЗ ЖУРНАЛА</b>		
<b>Статья одного автора</b>	<p>Леденева Г.Л. К вопросу об эволюции в архитектурном творчестве // Промышленное и гражданское строительство. – 2009. – №3. – С.31-33.</p> <p>Zagurenko A.G. Technoeconomic optimization of the design of hydraulic fracturing. <i>Neftyanoekhozyaistvo</i> [Oil Industry], 2008, no.11, pp. 54-57. (in Russian)</p>	При описании статей из журналов указываются автор статьи, ее название, затем, за двумя косыми чертами указывают название журнала, в котором она опубликована, год, номер, страницы, на которых помещена статья.
<b>Статья двух, трех авторов</b>	<p>Шитов В. Н., Цымбалист О. Ф. Комплексный подход к анализу конкурентоспособности предприятия // Экономический анализ: теория и практика. – 2014. – №13. – С.59-63.</p> <p>Sergeev A., Tereshchenko T. Considering the economical nature of investment agreement when deciding practical issues (on example of the lease agreement) <i>Pravo</i> [Law], V. 1, I. 4, pp. 219-223. (in Russian)</p>	
<b>Статья четырех и более авторов:</b>	<p>Опыт применения специальных технологий производства работ по устройству ограждающих конструкций котлованов / С. С. Зуев [и др.] // Промышленное и гражданское строительство.– 2009.– № 3.– С. 49-50.</p> <p>Zagurenko A.G., Korotovskikh V.A., Kolesnikov A.A., Timonov A.V., Kardymon D.V. Technoeconomic optimization of the design of hydraulic fracturing. <i>Neftyanoekhozyaistvo</i> [Oil Industry], 2008, no.11, pp. 54-57. (in Russian)</p>	
<b>Статья из электронного журнала</b>	<p>Краснов И. С. Методологические аспекты здорового образа жизни россиян [Электронный ресурс] // Физическая культура: науч.-метод. журн. – 2013.– №2. – Режим доступа: <a href="http://bmsi.ru/doc/1225d359-5faf-4ea4-8b5e-34eda2c77caf">http://bmsi.ru/doc/1225d359-5faf-4ea4-8b5e-34eda2c77caf</a></p> <p>Swaminathan V., Lepkoswka-White E., Rao B.P. Browsers or buyers in cyberspace? An investigation of electronic factors influencing electronic exchange. <i>Zhurnal komp'yuterno-oposredovannoy kommunikatsii</i> [Journal of Computer-Mediated Communication], 1999, vol. 5, no. 2. Available at: <a href="http://www.ascusc.org/jcmc/vol5/issue2/">http://www.ascusc.org/jcmc/vol5/issue2/</a> (Accessed 28 April 2011).</p>	
<b>ОПИСАНИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ РЕСУРСОВ</b>		
<b>На локальных носителях</b>	Даль В. И. Толковый словарь живого великого языка Владимира Даля [Электронный ресурс]	

	<p>/ В. И. Даль; подгот. по 2-му печ. изд. 1880–1882 гг. – Электрон. дан. – М.: АСТ, 1998. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).</p> <p>Dal V.I. Explanatory Dictionary of the language of the great Vladimir Dal [Computer file] / V.I. Dal. - Computer data. Moscow. AST. 1999. - 1 CD-ROM.</p>	
<b>Сайты</b>	<p>Фундаментальная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <a href="http://resource.ru">http://resource.ru</a></p> <p><b>The Fundamental Digital Library.</b> Available at: <a href="http://resource.ru">http://resource.ru</a></p> <p>Научная электронная библиотека РусАрх [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <a href="http://rusarch.ru">http://rusarch.ru</a></p> <p>Electronic Research Library on the history of ancient architecture. Available at: <a href="http://rusarch.ru">http://rusarch.ru</a></p> <p>Русско-Британский Институт Управления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <a href="http://www.rbiu.ru">http://www.rbiu.ru</a></p> <p>Russian-British Institute of Management. Available at: <a href="http://www.rbiu.ru">http://www.rbiu.ru</a></p>	

### Оформление списка использованных источников

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года. – М.: Эксмо, 2013.– 63 с.
2. О проведении в Российской Федерации года молодежи: указ Президента Российской Федерации от 18.09.2008 г. № 1383 // Вестник образования России. – 2008.– № 20 (окт.). – С. 13-14.
3. ГОСТ 23118–2012. Конструкции стальные строительные. Общие технические требования [Электронный ресурс] // Система Кодекс-клиент. – Режим доступа: <http://files.stroyinf.ru/data1/6/6549/>

4. Акимов А.П., Медведев В.И., Чегулов В.В. Работа колес: монография. – Чебоксары: ЧПИ (ф) МГОУ, 2011.–168 с.
5. Краснов И. С. Методологические аспекты здорового образа жизни россиян [Электронный ресурс] // Физическая культура: науч.-метод. журн. – 2013.– №2. – Режим доступа: <http://bmsi.ru/doc/1225d359-5faf-4ea4-8b5e-34eda2c77caf>
6. Леденева Г.Л. К вопросу об эволюции в архитектурном творчестве // Промышленное и гражданское строительство. – 2009. – №3. – С.31-33.
7. Чалдаева Л.А. Экономика предприятия: учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2013. – 411 с.
8. Uголовnyy kodeks Rossiyskoy Federatsii. Ofitsial'nyy tekst: Kod tekst vosproizvoditsya po sostoyaniyu na 23 sentyabrya 2013 [The Criminal Code of the Russian Federation. Official text: Code text is reproduced as at 23 September 2013]. Moscow, Omega–L, 2013. 193 p. (In Russian)
9. Gokhberg L. (ed.) (2002) DialogoS&Tmezhduevropeyskim SoyuzomiRossiyskoyFederatsii [*Dialogue on S&T between the European Union and the Russian Federation*]. Moscow-Vienna, CSRS-BIT. 617 p.

Сокращения в Списке использованных источников приводятся в соответствии с ГОСТ Р 7.0.12-2011 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний на русском языке. Общие требования и правила.



## Приложение Д

Методические рекомендации по выполнению глав и разделов

### **ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЫБРАННОЙ ТЕМЫ**

**1.1**

**1.2**

**1.3**

Название разделов и количество разделов данной главы можно корректировать.

### **ГЛАВА 2. ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЫБРАННОЙ ТЕМЫ**

Название разделов данной главы можно корректировать.

#### **2.1 Общая характеристика предприятия**

В первом параграфе второй главы необходимо дать общую характеристику предприятия (организации, отрасли), по материалам которого проводится исследование. Нужно указать название, месторасположение организации, организационно-правовую форма предприятия, дату создания, цели и виды деятельности, клиентскую базу, дать характеристику организационной структуры управления, численность персонала предприятия, уровень конкуренции и конкурентные преимущества особенности организации труда и главные факторы, влияющие на предмет исследования.

#### **2.2 Анализ темы исследования по материалам предприятия**

Во втором параграфе главы необходимо провести анализ темы исследования по материалам предприятия (объекта исследования). Выполняется это параграф на основе отчетности предприятия, личных наблюдений, при необходимости проводятся специальные исследования (анкетирование, опрос, тестирование, личная беседа). Также необходимо использовать разработанные и используемые на практике формы, и методы оценки деятельности в сфере подбора и оценки персонала. Выявляются преимущества и недостатки в системе подбора и оценки персонала.

### **2.3 Предложения по исследуемому вопросу**

В последнем параграфе главы следует сделать выводы по состоянию дел на предприятии изучаемой проблемы и внести собственные предложения по исследуемому вопросу. Основой для разработки направлений совершенствования должно быть сравнение теоретической модели с действительным состоянием предприятия, выявленным в процессе анализа.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

## **ПРИЛОЖЕНИЯ**

Приложение Е  
Примеры оформления заголовков

*Вариант 1*

**Глава 1. АНАЛИЗ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ  
БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

**1.1 Анализ научного аппарата бизнес-планирования**

В современном менеджменте планирование – это предвидение будущего предприятия и использование этого предвидения. Процесс планирования позволяет увидеть весь комплекс будущих операций предпринимательской деятельности и предотвратить негативные последствия для развития бизнеса. Поэтому особенно важно планирование в коммерческой деятельности, где требуются предвидение в долгосрочной перспективе [32, 31].

*Вариант 2*

**Глава 4. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ЗАГОЛОВКОВ**

**4.1 Название параграфа**

Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.  
Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.

Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.

**4.1.1 Название подпункта**

Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.  
Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.

Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.

#### 4.1.2 Название подпункта

Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.

Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.

Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.

### **4.2 Название параграфа**

Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.

Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.

Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.

## Приложение Ж

### Пример оформления содержания

#### СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>3</b>
<b>ГЛАВА 1. АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ.....</b>	<b>6</b>
1.1 Техничко-экономическая характеристика предметной области.....	6
1.2 Анализ существующих программных решений .....	10
1.3 Анализ существующих инструментов разработки .....	15
1.4 Обоснование выбора технологий проектирования и разработки .....	17
<b>ГЛАВА 2. ПРОЕКТНАЯ ЧАСТЬ .....</b>	<b>20</b>
2.1 Выписка из технического задания на разработку .....	20
2.2 Моделирование предметной области.....	22
2.3 Проектирование программного решения .....	25
2.4 Краткое руководство пользователя по эксплуатации системы.....	34
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....</b>	<b>36</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .....</b>	<b>38</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЯ.....</b>	<b>40</b>

## Приложение И

### Пример оформления рисунков



Рисунок 1 – Классификация средств измерения

## Приложение К

### Пример оформления таблиц

Таблица 4 – Финансовые показатели ООО «N» за 20\_ -20\_ гг.

Показатели	20_	20_	Абсолютные изменения	Относительные изменения
Выручка тыс. руб.	23 567	19 879	- 3 688	0,84
Себестоимость тыс. руб.	9 898	8 796	1 102	0,89
Процент производственных затрат от выручки, %	65	44	- 21	0,68
Прибыль от продаж тыс. руб.	13 759	11 083	2 676	0,81
Рентабельность продаж, %	58	56	- 2	0,96
Прочие расходы тыс. руб.	- 1 645	- 1 543	102	1,06
Прибыль от финансово-хозяйственной деятельности тыс. руб.	12 114	9 540	- 2 574	0,79
Рентабельность финансово-хозяйственной деятельности, %	51	48	3	0,94
Внереализационные расходы тыс. руб.	-1 532	- 980	552	1,56
Прибыль до налогообложения тыс. руб.	10 582	8 560	2 022	0,81
Налог на прибыль тыс. руб.	2 116	1 712	- 404	0,81
Чистая прибыль тыс. руб.	8 466	6 848	- 1 618	0,81

Приложение Л.

Форма рецензии руководителя  
на курсовую работу

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»  
(ЧОУВО МИДиС)**

Кафедра экономики и управления

**РЕЦЕНЗИЯ  
на курсовую работу**

\_\_\_\_\_  
(ФИО студента)

Группа \_\_\_\_\_

Учебная дисциплина: \_\_\_\_\_

Тема \_\_\_\_\_

Тема актуальна; обзор состояния проблем темы полный (не полный, недостаточно полный).

Во введении определены цель, задачи, предмет и объект исследования (зачеркнутое не определено)

2. В качестве теоретической части автором рассмотрены:

\_\_\_\_\_

3. В курсовой работе практическая часть имеется (отсутствует, представлена в неполном объеме).

Автором анализируется: \_\_\_\_\_

4. Оценка соответствия содержания курсовой работы курсу учебной дисциплины

Требования	Соответст. (имеется)	В основном соответст. (имеется)	Не соответствует (не имеется)
1. Знание и использование основных понятий и терминов			
2. Умение применять теоретические знания для решения практических задач			
3. Способность решать нестандартные задачи, требующие аналитического и креативного подхода			
4. Ясность, четкость, последовательность и обоснованность изложения			
5. Практическая ценность			
6. Степень комплексности работы, применение в ней знаний, умений и навыков, сформированности компетенций			

Достоинства:

\_\_\_\_\_



Недостатки:

---

Общий вывод руководителя

1. Курсовая работа по содержанию и оформлению соответствует (не соответствует) требованиям.

2. К защите допускаю (НЕ допускаю) и прошу устранить указание замечания и недостатки.

3. Обязываю подготовить к защите доклад с изложением основных положений курсовой работы.

4. Прошу изучить дополнительно:

Примечание: Листы с доработкой помещаются за рецензией. Превысивший текст курсовой работы не убирается.

5. Рекомендуемая оценка: \_\_\_\_\_

Руководитель:

\_\_\_\_\_  
(расшифровка подписи)

\_\_\_\_\_  
(дата)

## Приложение М.

### **Нормативные ссылки для оформления курсовой работы**

1. ГОСТ 7.32-2001 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе;
2. ГОСТ 2.105-95 Единая система конструкторской документации. Общие требования к текстовым документам (введен в действие постановлением Госстандарта РФ от 8 августа 1995 г. N426);
3. ГОСТ 7.1-2003 Библиографическая запись. Библиографическое описание;
4. ГОСТ 7.82-2001 Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов;
5. ГОСТ Р 7.0.12-2011 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний на русском языке. Общие требования и правила.