Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: проректор
Дата подписания: 10.12.2024 15:30:08
Уникальный программный ключ:
1800f7d89cf4ea750720...

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ»

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЫ

Методические рекомендации для выполнения курсовой работы по дисциплине «Бренд-менеджмент»

для обучающихся 3 курса образовательной программы бакалавриата
направления подготовки 38.03.02 Менеджмент
(профиль «Управление малым бизнесом»)
очной формы обучения

Утверждено на заседании
кафедры
Протокол от 21.04.2023 г.
№13

Донецк 2023

УДК 339.138:005(076.6)ББК У291.34я81
М54

Рецензент

Е.В. Тарасова - канд. экон. наук, доцент ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС».

М54 Методические рекомендации для выполнения курсовой работы по дисциплине «Бренд-менеджмент» для обучающихся 3 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Управление малым бизнесом») очной формы обучения / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС»; Кафедра менеджмента непроизводственной сферы ; сост. А. О. Жукова. – Донецк : ДОНАУИГС, 2023. – 34 с.

Методические рекомендации составлены в соответствии с рабочей программой дисциплины «Бренд-менеджмент». В методических рекомендациях изложены требования к содержанию и оформлению курсовой работы, приведен материал для оформления таблиц, графиков, формул, а также прописана процедура защиты курсовой работы.

УДК339.138:005(076.6)
ББК У291.34я81

©Жукова А.О., 2023
© ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС», 2023

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения 6
2. Методические рекомендации по подготовке и защите курсовой работы 7
3.Структура и содержание курсовой работы 9
4.Требования к оформлению курсовой работы 15
5. Оценивание курсовой работы 23
6. Примерная тематика курсовых работ 25
7. Список рекомендуемых источников 27
ПРИЛОЖЕНИЯ 29

ВВЕДЕНИЕ

Методические рекомендации по выполнению курсовой работы по дисциплине «Бренд-менеджмент» предназначены для обучающихся 3 курса по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Управление малым бизнесом».

Важным шагом изучения учебной дисциплины «Бренд-менеджмент» является выполнение курсовой работы.

Курсовая работа по дисциплине «Бренд-менеджмент» как один из этапов её освоения ориентирована на приобретение студентами опыта в исследовании актуальных теоретико-прикладных проблем развития бренда компаний.

В методических рекомендациях изложены общие положения, представлены методические рекомендации по подготовке и защите курсовой работы, а также ее структура и содержание, приведены требования к оформлению.

При выполнении курсовой работы, обучающийся должен продемонстрировать следующие способности:

– самостоятельно поставить задачу;

– оценить ее актуальность, собрать и обобщить материал на выбранную тему;

– выработать и аргументировать свой вариант решения поставленной проблемы;

– разработать и логически обосновать выводы и предложения.

Курсовая работа должна соответствовать следующим требованиям:

– быть выполненной на достаточном теоретическом уровне;

– содержать элементы научного исследования и выполняться на актуальную тему;

– иметь четкую структуру и логическую последовательность в изложении материала;

– содержать убедительную аргументацию, для чего в тексте рекомендуется использовать иллюстрационный материал;

– завершаться доказательными выводами.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Курсовая работа – самостоятельное исследование выбранной темы по учебной дисциплине «Бренд-менеджмент», предназначенное для углубления знаний обучающегося в области избранных для исследования проблем, расширения навыков самостоятельной и научно-исследовательской работы. Тематика курсовых работ отвечает задачам учебной дисциплины.

Выполнение курсовой работы является одним из основных видов самостоятельной работы обучающихся и направлено:

на закрепление, углубление и обобщение знаний по изучаемой дисциплине;

развитие профессиональной подготовки;

овладение методами научных исследований;

формирование навыков решений творческих задач в ходе научного исследования;

проектирования по определенной теме.

Целью курсовой работы является: приобретение опыта в применении методических подходов по разработке и реализации концепций брендинга; формирование практических навыков проведения анализа деятельности компаний; формирование способностей выявления факторов и коренных компетенций конкурентного преимущества торговых предприятий; изучение принципов и технологии формирования брендов, понимание роли и предназначения брендов в деятельности компаний.

В процессе выполнения курсовой работы, обучающийся должен продемонстрировать умение:

проводить анализ брендинговой деятельности конкретного предприятия;

разрабатывать рекомендации по совершенствованию брендинговой деятельности предприятия/бренда в выбранной сфере исследования.

Процесс выполнения курсовой работы включает следующие этапы:

выбор темы курсовой работы и закрепление научного руководителя; подготовка курсовой работы; защита курсовой работы.

Курсовая работа выполняется в соответствии с учебным планом и графиком учебного процесса, обучающимся самостоятельно, под руководством научного руководителя курсовой работы, назначаемого кафедрой менеджмента непроизводственной сферы. Преподавателями, осуществляющими руководство работой обучающегося, при необходимости, проводятся консультации, на которых обучающиеся могут задать вопросы по структуре и ходу выполнения работы. Курсовая работа должна быть аккуратно оформлена. Она должна быть подписана обучающимся с указанием даты ее исполнения. Кафедра менеджмента непроизводственной сферы информирует обучающихся о сроках выполнения и сдачи курсовой работы, порядке ее представления для регистрации и процедуре защиты.

Курсовая работа, не соответствующая требованиям по качеству и оформлению, не содержащая материалов по конкретному исследованию, обоснованных предложений, – к защите не допускается.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ И ЗАЩИТЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа должна представлять собой завершенное исследование, в котором анализируются проблемы в исследуемой области и раскрывается содержание и технологии разрешения этих проблем не только в теоретическом, но и в практическом плане. Работа должна носить творческий характер, отвечать требованиям логичного и четкого изложения материала, доказательности и достоверности фактов, отражать умения обучающегося пользоваться рациональными приемами поиска, отбора, обработки и систематизации информации и содержать теоретические выводы и практические рекомендации.

Тема курсовой работы выбирается обучающимся самостоятельно из

предложенной тематики с учетом личного практического опыта на основе конкретных проблем, существующих на предприятиях и организациях. Тема конкретизируется, формулируется и согласовывается с научным руководителем. После выбора темы следует ознакомиться со всеми вопросами, связанными с ней и изучить литературу, рекомендованную рабочей программой учебной дисциплины. Результатом этой работы должен стать предварительный вариант содержания курсовой работы по выбранной теме. Затем предстоит самостоятельно расширить круг литературных источников, подобрать фактический материал и составить окончательный вариант содержания курсовой работы.

Содержание курсовой работы определяется ее темой и отображается в плане, разработанном с помощью научного руководителя.

Выполненная курсовая работа не позднее, чем за 10 дней до защиты предоставляется на кафедру менеджмента непроизводственной сферы для регистрации.

Если курсовая работа выполнена неправильно, с серьёзными недостатками, то она возвращается для полной или частичной доработки в соответствии с указаниями научного руководителя.

Защита курсовой работы происходит перед комиссией до начала экзаменационной сессии.

Перед процедурой защиты курсовой работы обучающийся должен подготовить доклад и согласовать его текст (при необходимости информационно-аналитические материалы) с научным руководителем.

Доклад должен быть кратким, содержательным и точным. Формулировки обоснованными и логичными, содержать выводы и предложения/рекомендации по совершенствованию деятельности организации. Выступление не должно превышать по времени 5–7 минут. Основная цель доклада – в краткой форме изложить основные результаты проделанной научно-исследовательской работы.

Обучающийся, не предоставивший в установленный срок курсовую

работу или не защитивший её по неуважительной причине, считается имеющим академическую задолженность.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Выполнение курсовой работы состоит из нескольких этапов: библиографирование и изучение литературы по выбранной теме, составление плана работы, накопление и обработка фактического материала, написание и оформление работы, защита курсовой работы.

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

титульный лист (Приложение А);

содержание (Приложение Б);

введение;

основную часть, состоящую из двух глав и выводы по каждой главе;

заключение;

список использованных источников (Приложение В);

приложения (при необходимости);

протокол проверки текст на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (с результатом не менее 50% авторского текста).

Выполненную курсовую работу необходимо подать на кафедру «Менеджмент непроизводственной сферы» для регистрации за 10 дней до начала зачетно-экзаменационной сессии.

При положительном отзыве научного руководителя и итоговой оценке оригинальности текста курсовой работы не ниже 50% курсовая работа допускается к защите.

Если курсовая работа выполнена неправильно, с серьезными недостатками, то она возвращается для полной или частичной доработки, в соответствии с указаниями руководителя.

Общий объем курсовой работы – 30–40 страниц компьютерного текста. ***Введение*** (2 – 3 страницы) должно быть кратким и сжатым изложением основных идей работы. В нем не допускаются лишние подробности,

связанные с замыслом работы или личными переживаниями исследователя. Во введении должны быть отражены:

1. **Актуальность исследования.** В данном случае необходимо ответить на вопрос: «Почему проблему необходимо изучать в настоящее время?».

2. **Степень разработанности проблемы**, т.е. нужно указать исследователей, занимавшихся интересующим вас вопросом**.** Необходимо указать как отечественных, так и зарубежных авторов.

3. Далее определяются **объект и предмет исследования.**

Объект исследования – это процесс или явление, которое порождает проблемную ситуацию. Объект исследования, в отличие от предмета, более широкое явление, имеющее несколько граней для исследования. Определяя объект исследования, следует дать ответ на вопрос «Что рассматривается?»

Предмет исследования – конкретный аспект проблемы. В качестве предмета выступает та область знаний, которая заключена в границах объекта. Предмет исследования зачастую очень близок с выбранной обучающимся темой курсовой работы или полностью с ней совпадает.

4. **Цель исследования** представляет собой модель предполагаемого результата, указывает направление исследовательской деятельности. Она должна носить критериальный характер, т.е. быть диагностичной и сформулирована как исследовательское действие (разработать, выявить, определить, обосновать и т.д.). Цель и задачи не должны носить учебный характер, т.е. нельзя ставить цель – изучить какой–либо вопрос. Формулировка цели может включить в себя термины: исследовать, обосновать, определить, показать и т. п.

Например:

выявление условий…….

поиск оптимальных форм, методов и средств……

разработка теоретической модели……

5. **Задачи исследования** показывают пути достижения

исследовательской цели и представляют собой звено, шаг, этап, приводящие к реализации исследовательской цели. Это означает, что задачи должен будет решить сам обучающийся в процессе выполнения курсовой работы.

Формулировка задач начинается с глагола, который показывает, что нужно сделать:

выявить……

разработать…..

проверить….

провести анализ….

определить….

раскрыть….

обобщить….

охарактеризовать…

обосновать…..

уточнить…..

систематизировать……. и т. д.

Среди значительного количества задач, подлежащих решению, желательно выделить основные. Первая задача связана с выявлением, уточнением, обоснованием сущности и структуры изучаемого объекта.

Вторая – с анализом реального состояния предмета исследования, динамики его развития.

Третья – с направлениями преобразования, моделирования, экспериментальной проверки.

Четвертая – с выявлением путей и средств повышения эффективности совершенствования исследуемого процесса.

6. Методы исследования. Во введении необходимо также указать методологию выполнения работы, методы и способы решения сформулированных задач. В работе могут использоваться любые методы из арсенала средств исследования систем управления: экономические методы, аналитические, методы статистической обработки информации, графические

методы, методы системного или ситуационного анализа.

Основная часть самая объемная и составляет около 2/3 от всей работы. Основная часть работы строится в соответствии с целью и задачами. В зависимости от этого содержание работы структурируется на главы и параграфы.

Основная часть курсовой работы должна содержать не менее двух глав, которые разделяются на параграфы (рекомендуемое число параграфов 2-3). При этом необходимо стремиться к пропорциональному (по объему) распределению материала между главами в внутри них. Объем одного параграфа курсовой работы должен быть не менее 5 страниц.

Главы курсовой работы должны быть взаимосвязаны. Каждая глава должна заканчиваться выводами, позволяющими логически перейти к изложению следующего материала.

Каждый элемент основной части должен представлять собой законченный в смысловом отношении фрагмент курсовой работы.

В основной части курсовой работы описывается сущность предмета исследования, его современное состояние и тенденции развития. На основе обзора учебной и специальной научной литературы оценивается степень изученности исследуемой проблемы. Сопоставляются различные мнения, высказывается собственная точка зрения по дискуссионным (по-разному освещаемым в научной литературе) и нерешенным вопросам. Содержание этой части должно показать степень ознакомления обучающегося с поставленной проблемой и современным научно-теоретическим уровнем исследований в данной области, а также умение работать с фактическим материалом, сжато и аргументировано формулировать задачи и результаты исследований и давать обоснованные рекомендации по решению выявленных проблем.

Основные теоретические положения и выводы следует иллюстрировать цифровыми и статистическими данными из статистических справочников, монографий, журнальных статей и других источников.

Цифровой материал приводится, как правило, в виде таблиц. Для наглядности рекомендуется включать иллюстративные материалы (графики, диаграммы, схемы и др.). Все иллюстративные материалы и таблицы следует нумеровать (рекомендуется сквозная нумерация).

В *первой главе* курсовой работы определяются теоретические аспекты темы (содержание понятий, их классификации, принципы, формы и методы организации и т. д.), дается характеристика нормативных правовых актов. Содержание теоретической части раскрывается по публикациям в экономической литературе (включая научную и учебную литературу, а также публикации в периодических изданиях). Здесь излагается теоретическая сущность решаемой задачи, рассматриваются различные подходы к решению, дается их оценка, обосновывается и излагается собственная точка зрения. Важны логическая последовательность изложения и отсутствие диспропорций между отдельными параграфами.

Во *второй (аналитической) главе* проводится анализ существующего предприятия, изучается его бренд, определяются этапы развития бренда; выявляются факторы конкурентного преимущества предприятия; дается оценка действующей стратегии брендинга, разрабатываются рекомендации и предложения по формированию новой стратегии развития бренда организации с учетом ее отраслевой специфики.

Студенты должны показать умение сбора, обработки и анализа маркетинговой информации на примере конкретного предприятия/бренда по выбранной теме.

На основе анализа выявленных проблем брендинговой деятельности предприятия в выбранной области исследования студенты разрабатывают рекомендации по их решению и совершенствованию брендинговой деятельности предприятия/бренда.

Каждый параграф курсовой работы рекомендуется заканчивать основным выводом, подведением итогов вышесказанного. Вывод можно начинать с таких слов:

Таким образом, …

Из сказанного можно сделать следующий вывод….

Резюмируя все вышесказанное, можно сделать вывод о том, что…

Заключение, где кратко излагается содержание всей работы, содержат последовательное изложение теоретических и практических выводов. Они должны учитывать поставленные во введении цели и задачи, давать полное представление о содержании и обоснованности проведенного исследования и полученных результатов. Выводы и предложения могут формулироваться в виде кратких тезисов с нумерацией отдельных пунктов и давать полное представление о содержании, значимости, обоснованности и эффективности полученных результатов, свидетельствовать об умении автора работы концентрировать свое внимание на главных направлениях исследования и его практической значимости. В выводах целесообразно использовать следующие стилистические обороты: исследовано, обосновано, показано, предложено, выявлено, установлено и т.д. Введение и заключение, вместе взятые, составляют основу выступления обучающегося в процессе защиты.

Объем заключения составляет примерно 2–3 страницы.

Список использованных источников должен содержать перечень источников информации (как текстовых, так и электронных ресурсов), используемых при выполнении курсовой работы.

Сведения об источниках, занесённых в список, необходимо оформлять в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.100-2018 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».

Список использованных источников должен содержать не менее 15 наименований со сроком издания преимущественно за последние 5 лет.

Приложения. Приложения должны содержать информационные материалы, составляющие базу аналитических исследований в соответствии с выбранной темой. Они являются продолжением курсовой работы, размещаются в порядке появления ссылок на них по тексту.

Кроме того, в Приложения целесообразно включать вспомогательный материал, необходимый для полноты восприятия работы в соответствии с направлением подготовки: рекламные материалы; таблицы вспомогательных цифровых данных (приводятся в приложениях, если по объему превышают одну страницу); иллюстрации вспомогательного характера.

4. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Основная часть.

Техническое оформление курсовой работы должно соответствовать принятым стандартам оформления научных исследований. При этом материалы работы должны излагаться четко, ясно, последовательно, с соблюдением логичности перехода от одной главы к другой и от одного параграфа к другому.

Следует использовать принятую научную терминологию, избегать повторений общеизвестных положений, имеющихся в учебниках и учебных пособиях. Уточнять необходимо только понятия малоизвестные или противоречивые, делая ссылку на авторов, высказывающих разные мнения по одному и тому же вопросу.

Стиль написания – безличный монолог, т.е. изложение материала должно быть представлено от третьего лица без употребления форм первого и второго лица, местоимений единственного числа. Во всей работе должно быть обеспечено единообразие терминов, обозначений и условных сокращений.

Язык работы – русский, стиль – научный, четкий, без орфографических и синтаксических ошибок; последовательность изложения процесса достижения целей курсовой работы – логическая. Непосредственное переписывание в работе материалов из источников недопустимо (за исключением случаев прямого цитирования).

Курсовая работа должна быть напечатана с помощью текстового редактора на одной стороне страницы стандартного белого листа бумаги формата А4 (210х297 мм); шрифт – Times New Roman; кегль – 14; межстрочный интервал – 1,5 (до тридцати строк на странице); с соблюдением размеров полей: верхнее, нижнее – 20 мм, слева – 30 мм, справа – 15 мм; абзац – 1,25 см.

Параметры страницы выставляются в Меню Файл/Параметры страницы и должны соответствовать указанным на рисунке 4.1.

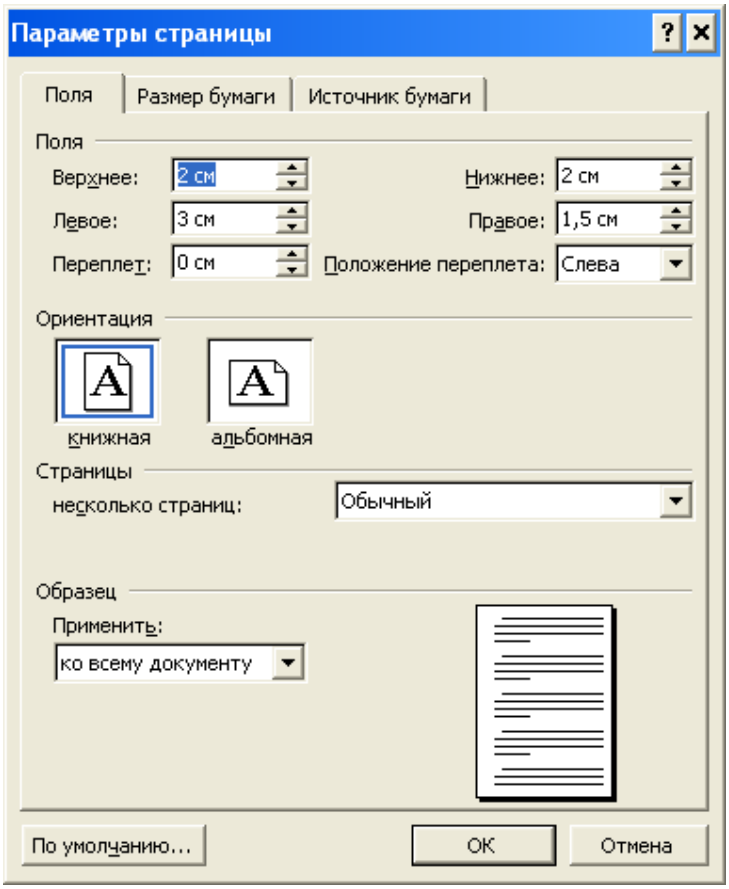

Рис. 4.1. Параметры страницы

Печать должна быть четкой, черного цвета, средней жирности. Все структурные части курсовой работы требуют оформления соответствующим образом.

Параметры основного текста выставляются в меню Формат/Абзац и должны соответствовать значениям на рисунке 4.2.

Допускается выделение основных фраз, идей, ключевых слов или иного текстового материала жирным шрифтом, позволяющее обращать на

них внимание руководителя работы.

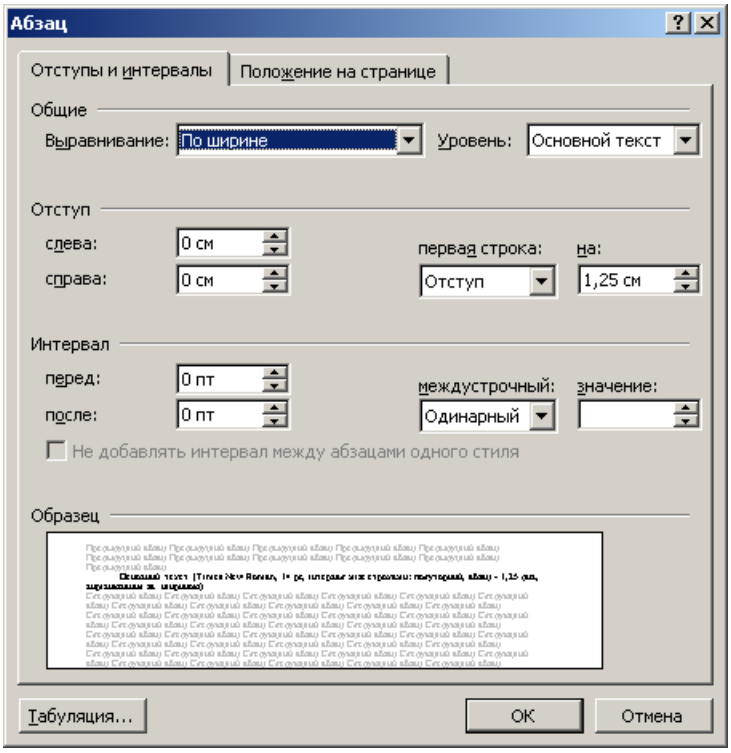

Рис. 4.2. Параметры основного текста

Содержание включает наименование и номера начальных страниц всех глав и параграфов работы. В содержание необходимо включать все заголовки, которые есть в работе, начиная с введения и заканчивая приложениями.

Текст основной части работы делится на главы и параграфы. Каждая глава заканчивается выводами, которые размещаются через один интервал текста после окончания последнего параграфа каждой главы.

Заголовки структурных частей работы «СОДЕРЖАНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «НАЗВАНИЕ ГЛАВЫ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ», «ПРИЛОЖЕНИЯ печатаются заглавными буквами по центру страницы и выделяются жирным шрифтом.

Заголовки параграфов печатаются маленькими буквами (кроме первой заглавной) с абзаца, выравниваются по ширине и выделяются **жирным шрифтом**. Точка в конце заголовка не ставится. Если заголовок состоит из двух или более предложений, их разделяют точками.

Расстояние между заголовком структурных частей работы и текстом, а также между заголовком параграфа и текстом должно составлять 2 интервала основного текста. Пример оформления заголовков приведен на рисунке 4.3.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ БРЕНДА

1.1. Роль и сущность понятия «бренд»

Начало основного текста.....

Рис. 4.3. Пример оформления заголовков в курсовой работе

Каждую новую главу следует начинать с новой страницы.

Нумерация

Номера страниц проставляют в середине верхнего поля листа арабскими цифрами при соблюдении сквозной нумерации по всему тексту работы. Точка в номере страницы не ставится. Нумерация страниц, глав, параграфов, рисунков, таблиц, формул изображается арабскими цифрами без знака №.

Титульный лист и содержание включаются в общую нумерацию страниц, но номер страницы на них не проставляется. Нумерация начинается с 3-й страницы (или 4-й, если содержание занимает 2 страницы) – «Введение».

Нумерация глав и параграфов осуществляется по порядку в пределах всей работы и обозначается арабскими цифрами, отделяемыми точкой.

Параграфы нумеруются арабскими цифрами в пределах каждой главы. Номерпараграфа состоит из номера главы и порядкового номера параграфа в пределах главы, разделенных точкой, например: 1.3 номер третьего параграфа в первой главе.

СОДЕРЖАНИЕ, ВВЕДЕНИЕ, ЗАКЛЮЧЕНИЕ, СПИСОК

ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ, ПРИЛОЖЕНИЯ не нумеруют как главы.

Иллюстрации и таблицы

Содержание иллюстраций должно дополнять текст работы, раскрывать суть явления, наглядно иллюстрировать размышления обучающегося, поэтому в тексте на каждую из них должна быть ссылка с соответствующим комментарием.

Иллюстрации (схемы, графики и т.п.) и таблицы следует подавать в работе непосредственно после текста, где они упомянуты впервые, или на следующей странице. Если они содержатся на отдельных страницах курсовой работы, их включают в общую нумерацию страниц. Иллюстративные или табличные материалы, размеры которых превышают формат А4, размещают в приложениях. На все иллюстрации должны быть ссылки в тексте.

Иллюстрации обозначают словом (рис.) и нумеруют последовательно в пределах главы, за исключением иллюстраций в приложениях. Номер иллюстрации должен состоять из номера главы и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой: например, Рис. 1.2 – второй рисунок первой главы. Номер иллюстрации, ее название и пояснительные подписи размещают последовательно под иллюстрацией по центру (рис. 4.4).

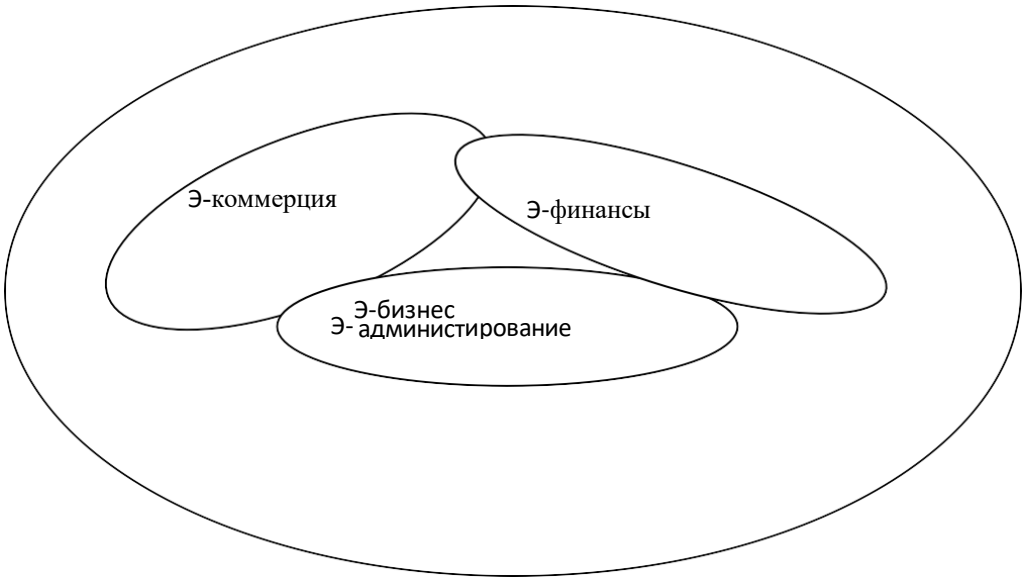

Рис.1.2. Взаимосвязи в электронном бизнесе

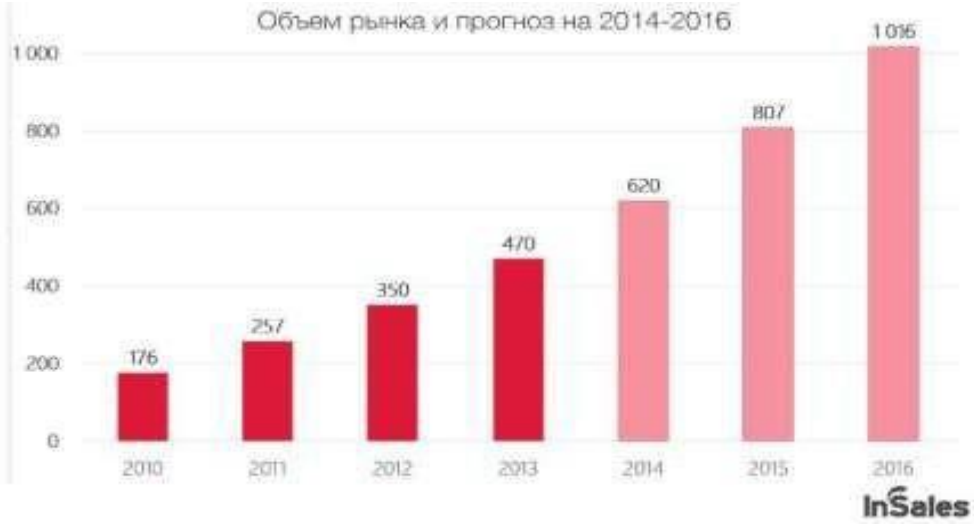

Рис. 2.3. Прогнозы объемов оборотов интернет-магазинов по торговле физическими товарами

Рис. 4.4. Примеры оформления рисунков

Таблицы нумеруют последовательно (за исключением тех, что размещены в Приложениях) в пределах глав. В правом верхнем углу размещают надпись Таблица с указанием ее номера, который состоит из номера раздела и порядкового номера таблицы, разделенных точкой:

например, Таблица 2.3 (третья таблица второй главы). Название таблицы находится ниже, по центру страницы (рис. 4.5).

Таблица 2.3

Вертикальный и горизонтальный анализ структуры пассивов ООО «Астра» за 2021-2022 гг.

Название статей	Код	2021	2022	Абсол. откл.	Относ. откл.	Темпы рост.
1	2	3	4	5	6	7
Пассив						
III. Капитал и резервы						
Уставный капитал	1310	705 97	1 440 39	734 42	14,33	204,03
Добавочный капитал	1350	7 06	7 55	49	-0,14	106,82
Нераспределенная прибыль	1370	683 88	773 68	8980	-11,21	113,13

Рис. 4.5. Пример оформления таблицы

При переносе таблицы на другую страницу в правом верхнем углу над последующими частями пишут, например, Продолжение табл. 2.3. (рис. 4.6).

Таблица 2.3

Вертикальный и горизонтальный анализ структуры пассивов ООО «Астра» за 2021-2022 гг.

Название статей	Код	2021	2022	Абсол. откл.	Относ. откл.	Темпы рост.
1	2	3	4	5	6	7
Уставный капитал	1310	705 97	1 440 39	734 42	14,33	204,03

Продолжение табл. 2.3.

1	2	3	4	5	6	7
Добавочный капитал	1350	7 06	7 55	49	-0,14	106,82
…						

Рис. 4.6. Пример оформления таблицы с «Продолжением»

В таблицах необходимо обязательно указывать единицу измерения. Если все единицы измерения одинаковы для всех показателей таблицы, они приводятся в заголовке. Единицы измерения должны приводиться в соответствии со стандартами. Числовые величины в таблице надо указывать с одинаковым количеством десятичных знаков. Заголовки колонок таблиц начинаются с большой буквы.

При ссылке в тексте слово «таблица» пишут сокращенно: например, в табл. 1.2. В повторных ссылках на таблицы и иллюстрации необходимо применять сокращенное слово «смотри»: например, см. табл. 1.2.

Формулы, ссылки

Формулы в работе нумеруются в пределах главы. Номер формулы состоит из номера главы и порядкового номера формулы в главе, разделенных точкой. Номера формул пишут у правого поля страницы на

уровне формулы в круглых скобках, например, (2.1) – первая формула второй главы. Пояснение значений символов, числовых коэффициентов в формулах предоставляется непосредственно после формулы в той последовательности, в которой они представлены в формуле, и каждое – с новой строки.

Первую строку пояснения начинают со слова «где» без двоеточия.

В тексте формулы выделяются строками, т.е. выше и ниже каждой формулы нужно оставлять одну свободную строку. Если уравнение не вмещается в одну строку, его следует перенести после знака равенства (=) или после знаков плюс (+), минус (-), умножения (х) и деления (:) (рис. 4.7).

$$K = \frac{P_1}{P_0} \times 100\%, \qquad (2.1)$$

где Р1, Р0 – фактические и плановые расходы по смете.

Рис. 4.7. Пример оформления формул

Простые внутристрочные и однострочные формулы должны быть набраны символами без использования специальных редакторов (допускается использование специальных символов из шрифтов Symbol, Greek Math Symbols, Math-PS, Math A, Mathematica BTT). Сложные и многострочные формулы должны быть целиком набраны в редакторе формул Microsoft Equation 2.0, 3.0.

Ссылки в тексте на источники информации следует отмечать порядковым номером ссылок, выделенным двумя квадратными скобками, например, – в работах таких ученых: Иванова А.А., Петрова А.О., Сидорова С.П. [1-3] или [1; 3; 6]. При цитировании одного источника необходимо указывать конкретную страницу [1, с. 223].

Ссылки в тексте на приложения необходимо оформлять в следующем виде: (Приложение А).

Материал в списке использованных литературных источников

рекомендуется располагать, выбрав один из двух вариантов: в алфавитном порядке, раздельно в русском и латинском алфавите; в порядке их использования по тексту курсовой работы.

Приложения

Приложения оформляются как продолжение курсовой работы и размещаются в порядке появления ссылок в тексте.

После списка использованных источников с новой страницы посередине листа располагается слово «ПРИЛОЖЕНИЯ». Номер страницы, на котором размещено слово «ПРИЛОЖЕНИЯ» отображается в содержании работы.

Далее каждое приложение располагается с новой страницы, причем сами приложения не нумеруются и не отображаются в содержании.

В правом верхнем углу с первой большой буквы печатается слово «Приложение» и рядом – большая буква, обозначающая приложение, например, Приложение А.

Приложения последовательно обозначаются заглавными буквами русского алфавита, за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ь, Ы, Ъ. На каждое приложение должна быть ссылка в тексте.

Единственное приложение обозначается как Приложение А. Иллюстрации, таблицы и формулы, размещенные в приложениях, нумеруют в пределах каждого приложения, например: «рис. Д 2.» (второй рисунок Приложения Д); «формула (А 1)» (первая формула Приложения А).

5. ОЦЕНИВАНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

По результатам выполнения курсовой работы научный руководитель готовит отзыв, в котором производит предварительную оценку курсовой работы: соответствие содержания курсовой работы теме, актуальность темы курсовой работы, логичность плана и структуры работы, полноту раскрытия

содержания темы и др. (Приложение Г). Положительный отзыв руководителя является допуском курсовой работы к защите.

В решении вопроса об оценивании курсовой работы после её защиты принимается во внимание уровень выполнения работы, умение обучающегося связывать теоретические знания с практикой, содержательность ответов на поставленные вопросы.

Курсовая работа оценивается дифференцированной оценкой: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Для оценивания курсовой работы используются критерии, приведенные в таблице 5.1.

Таблица 5.1

Критерии оценивания курсовой работы **и распределение баллов по ним**

Критерии и основные требования к выполнению	Количество баллов		
	«отлично»	«хорошо»	«удовлетворительно»
Полнота изложения материала и степеньраскрытия проблемы	40-37	37-32	32-29
Исследовательские навыки	10-9	9-7	7-4
Аналитические навыки и критическое мышление	20-17	17-13	13-9
Оригинальность выводов и рекомендаций	15-13	13-11	11-8
Соблюдение требований к оформлению	5	5-4	4-3
Защита работы	10-9	8	7
Всего баллов	100-90 (A)	89-75 (B, C)	74-60 (D, E)

Результаты учебной деятельности оцениваются по государственной шкале, балльной шкале и шкале ECTS.

Оценку «отлично» получают работы, в которых содержатся элементы научного творчества, делаются самостоятельные выводы, даётся аргументированная критика и самостоятельный анализ фактического

материала на основе глубоких знаний специальной литературы по данной теме.

Оценка «хорошо» ставится тогда, когда в работе, выполненной на достаточном теоретическом уровне, полно и всесторонне освещаются вопросы темы, но нет должной степени творчества.

Оценку «удовлетворительно» имеют работы, в которых правильно освещены основные вопросы темы, но не проявилось умение логически стройного их изложения, самостоятельного анализа источников, содержатся отдельные ошибочные положения.

Оценку «неудовлетворительно» получают работы в случае, когда студент не может ответить на замечания рецензента, не владеет материалом работы, не в состоянии дать объяснения выводам и теоретическим положениям данной проблемы.

Оценка за курсовую работу является самостоятельной и не имеет непосредственной связи с итогами текущего контроля знаний обучающегося по дисциплине.

6. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

1. Разработка и продвижение индивидуального товарного потребительского бренда.
2. Разработка и продвижение корпоративных брендов, брендов коммерческих и некоммерческих организаций.
3. Разработка и продвижение территориального бренда.
4. Разработка и продвижение бренда предприятия торговли, услуг.
5. Разработка бренда мероприятия, события.
6. Разработка и продвижение бренда социального или политического проекта.
7. Практика ребрендинга.
8. Стратегическое и оперативное управление брендовым портфелем компании.

9. Интегрированные и бренд-коммуникационные кампании по продвижению бренда.

10. Стратегии ко-брендинга.

11. Нейминг: теория и практика.

12. Организационные формы бренд-менеджмента.

13. Упаковка как атрибут бренда.

14. Логотип как ключевой атрибут бренда.

15. Правовое обеспечение российской и международной практики брендинга.

16. Марочный капитал и стоимость брендов.

17. Тенденции брендинга XXI века.

18. Условия и особенности развития брендинга в России.

19. Индивидуальность бренда и ее характеристики.

20. Проблема защиты от подделок и имитаций брендов.

21. Бренд как объект мифотворчества.

22. Разработка имени бренда: трудности и возможности.

23. Механизмы и практики измерения лояльности к бренду.

24. Особенности формирования национального бренда в России.

25. Коммуникационное управление брендом.

26. Имидж бренда: способы привлечения внимания и удержания потребителя.

27. Использование психологических особенностей в управлении брендами.

28. Особенности создания бренд-лидеров.

29. Формирование бренда в торговле. Взаимосвязь товарных и торговых брендов.

30. Правовые гарантии сохранности бренда.

31. Этические аспекты брендинга.

32. Развитие архитектуры бренда во времени.

33. Общероссийский конкурс «Бренд года»: показатель общественного

признания.

34. Специфика корпоративного брендинга.

35. Сущность товарного брендинга.

36. Глобализация брендов: современное состояние и перспективы.

37. Межкультурный анализ и его возможности для брендинга.

38. Миссия бренда и его имидж: общее и особенное.

39. Визуальные системы корпоративных и товарных брендов

40. Роль геобрендинга в развитии территории.

7. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. И. Ю. Беганская, Л. В. Черная, М. В. Трощина Системное управление брендами : учебник Донецк : ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2021 – 345 с.

2. Старов, С. А. Управление брендами: учебник Санкт-Петербург : СПбГУ, 2021. - 557 с.

3. Баранова, С. А. Основы брендинга: курс лекций и тестовыезадания : учебное пособие Москва : ФЛИНТА, 2021. - 98 с.

4. Кевин Д. Секреты сильного бренда: Как добиться коммерческой уникальности: Альпина Бизнес Букс, 2019. – 292 с.

5. Семенчук, В. 101 способ раскрутки личного бренда: Как сделать себе имя. Альпина Паблишер, 2019 - 253 с.

6. Очковская, М. С. Потребление товаров люксовых брендов и их. Москва : ФЛИНТА, 2021

7. Ободец Я. В. Бренд менеджмент:: конспект лекций для обучающихся 4 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Менеджмент непроизводственной сферы») очной/заочной форм обучения: Донецк, ГОУ ВПО ДОНАУИГС, 2022. - 259 с.

8. Ободец Я. В. Бренд менеджмент: Методические рекомендации для проведения семинарских занятий для обучающихся 4 курса

образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Менеджмент непроизводственной сферы») очной/заочной форм обучения: Донецк, ГОУ ВПО ДОНАУИГС, 2022. - 79 с.

9. Ободец Я. В. Бренд менеджмент: Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся 4 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Менеджмент непроизводственной сферы») очной/заочной форм обучения : Донецк, ГОУ ВПО ДОНАУИГС, 2022. - 47 с.

Электронные ресурсы:

1. ОТКРЫТЫЕ БИЗНЕС-МЕТОДИКИ И ТЕХНОЛОГИИ. ПОРТАЛ TRIZ-RI Электронный ресурс. – Режим доступа: https://www.triz-ri.ru/

2. Народный Бренд Менеджер Электронный ресурс. – Режим доступа: http://www.brandmanager.narod.ru/

3. Административно-управленческий портал «Менеджмент имаркетинг в бизнесе» Электронный ресурс. – Режим доступа:http://www.aup.ru

4. Библиотека маркетолога Электронный ресурс. – Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru/

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

Пример заполнения титульного листа

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ»

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЫ

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине «Бренд-менеджмент»

на тему: «_____»

Выполнил обучающийся группы _____
_____
очной формы обучения
Направления подготовки
38.03.02 Менеджмент
(шифр и название)
Профиля «Управление малым бизнесом»
Научный руководитель: _____
_____
(степень, звание, фамилия и инициалы)

К защите допустить
с оценкой_____
_____
(подпись преподавателя)
“____”_____202__ г.

Защищено
с оценкой_____
_____
(подпись преподавателя)
“____”_____202___ г.

Донецк
2023

Приложение Б

Примерное содержание курсовой работы

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ …….

ГЛАВА 1. *(Теоретические аспекты исследуемой темы (проблемы)*

1.1.

1.2.

1.3.

Выводы по главе 1. ……

ГЛАВА 2. *(Анализ деятельности исследуемого объекта. Выявление недостатков и предложения по их устранению)*

2.1.

2.2.

2.3.

Выводы по главе 2…….…….

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ……..

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ ……

ПРИЛОЖЕНИЯ …….

Приложение В

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Книги одного автора:

Афонина, С. В. Электронные деньги: учеб. пособие / С. В. Афонина. – Санкт-Петербург: Герда, 2021. – 120 с.

Книги двух авторов:

Григорьев, С. И. Основы современной социологии: учеб. Пособие / С. И. Григорьев, Ю. И. Растов. – Барнаул: Алтайский государственный университет, 2021. – 252 с.

Книги трех авторов:

Слепов, В. А. Финансовая политика компании: учеб. пособие /В. А. Слепов, Е. И. Громова, И. Т. Кери; под ред. В. А. Слепова. – Москва: Экономистъ, 2019. – 283 с.

Книги четырех и более авторов:

Финансовый менеджмент: учеб. пособие / А. Н. Гаврилова [и др.]. – Москва: КНОРУС, 2019. – 326 с.

Книги не имеющие индивидуальных авторов (книги под редакцией):

Управление факультетом: учебник / под ред. С. Д. Резника. – Москва:ИНФРА-М, 2022. – 695 с. – (Менеджмент в высшей школе).

Автореферат диссертации:

Иванов И.В. Методы эколого-экономического обоснования и стимулирования природоохранной деятельности при комплексном

воздействии природопользователей на окружающую среду: автореф. дис....канд. экон. наук: 08.00.05: защищена 16.12.2021 / Иванов Игорь Владиславович; Центральный эконом.- математ. ин-т. – Москва, 2021. – 18 с.

Статьи из сборника:

Василенко В.И. Управление научно-техническим развитием и интенсификацией жилищно-коммунального комплекса – основа реформирования отрасли / В.И. Василенко // Социальный менеджмент и управление информационными процессами: сборник научных трудов / Донецкий национальный университет. Серия В. – Донецк, 2018. – Т. II, вып. 5. – С. 40 – 44.

Материалы конференций:

Васильев, А. К. Экологические риски в системе управления хозяйствующими объектами / А. К. Васильев // Россия и мир в поисках инновационной стратегии: сб. материалов междунар. науч.-практ. конф. 19-20 апреля 2012г.,г. Архангельск. – Москва, 2022. – Ч. 2. – С. 76-80.

Официальные документы:

Конституция Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]: офиц. текст [принята Верховным Советом Донецкой Народной Республики 14мая 2019 г.]. – Режим доступа: http://dnr-online.ru/konstituciya- dnr/ (датаобращения: …….)

Библиографическое описание электронных ресурсов

Киселева, М. М. Организационное поведение персонала – ключ к повышению эффективности работы предприятия [Электронный ресурс] / М. М. Киселева // Проблемы современной экономики. – 2020. – №4. – С. 113 – 115. – Режим доступа: http://www.m-economy.ru/a (дата обращения).

Приложение Г

Отзыв научного руководителя на курсовую работу

Студента (ки)_____
(ФИО)
____ года обучения образовательной программы_____
на тему:
«_____
_____»

№ п/п	Критерии оценки	Оценка научного руководителя
1.	Соответствие содержания курсовой работы теме	
2.	Актуальность темы курсовой работы	
3.	Логичность плана и структуры работы (степень соотношения разделов и подразделов)	
4.	Степень самостоятельности и инициативности студента, умение пользоваться литературой	
5.	Полнота раскрытия содержания темы	
6.	Степень полноты и самостоятельности выводов	
7.	Соответствие оформления работы, в том числе библиографического списка и сносок, стандартам	
8.	Возможность использования полученных результатов на практике и продолжения работы над темой в рамках выпускной квалификационной работы	
9.	Теоретические и прикладные достоинства работы	
10.	Недостатки работы	
11.	Рекомендация научного руководителя («К защите» или «На доработку»)	
12.	Рекомендуемая оценка руководителя	

Комментарии к оценке:
_____
_____
_____
_____

Научный руководитель _____ _____
(подпись) (ФИО, ученая степень, должность)
«___» _____20__г.