

Министерство образования и науки Российской Федерации

Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра маркетинга и коммерции

М.С. Разумова

МАРКЕТИНГ

Методические указания
к выполнению курсовой работы

Рекомендовано к изданию Редакционно-издательским советом
Государственного образовательного учреждения высшего профессионального
образования «Оренбургский государственный университет»

Оренбург
ИПК ГОУ ОГУ
2011

УДК 339.138 (07)
ББК 65.291.3 я 7
Р 17

Рецензент – доцент, кандидат экономических наук Т.Ф. Мельникова

Разумова, М.С.

Р 17 Маркетинг : методические указания к выполнению курсовой работы / М.С. Разумова; Оренбургский гос. ун-т – Оренбург: ОГУ, 2011. - 57 с.

Методические указания содержат тематику, общие требования к построению, изложению и оформлению курсовой работы по маркетингу.

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой высшего профессионального образования и предназначены для выполнения курсовой работы по дисциплине «Маркетинг» для студентов очной формы обучения специальности 032401– Реклама.

УДК 339.138 (07)
ББК 65.291.3 я 7

© Разумова М.С., 2011
© ГОУ ОГУ, 2011

Введение

Курсовая работа является самостоятельной работой студентов, выполняемой в соответствии с рабочей программой дисциплины «Маркетинг».

Данные методические указания предназначены для студентов очной формы обучения по специальности 032401 - «Реклама».

Выполнение курсовой работы имеет следующие цели:

- закрепление и углубление знаний студентов по общепрофессиональным и специальным маркетинговым дисциплинам;
- освоение приемов работы с экономической информацией, научной и справочной литературой, периодическими изданиями;
- овладение методами научных исследований (аналитическими, статистико-экономическими, графическими, экспериментальными и др.) при решении проблем и вопросов по маркетингу.
- развитие необходимых специалисту в области маркетинга навыков практического использования методов решения задач, изученных на лекционных занятиях;
- привлечение и анализ материалов хозяйственной деятельности предприятий;
- подготовка и апробация предложений и практических рекомендаций по изучаемым вопросам применения элементов комплекса маркетинга в деятельности предприятия.
- развитие навыков самостоятельной работы по организации управления маркетинговой деятельностью предприятий.

При выполнении своей курсовой работы студент доказывает, что он умеет: самостоятельно разбираться в экономических понятиях и категориях, овладел навыками работы со статистическим и эмпирическим материалом, знаком с библиографией, может самостоятельно работать с научной, учебной и периодической литературой, умеет анализировать состояние изучаемых

вопросов на предприятиях и может на основе полученных теоретических и практических навыков и умений предлагать рекомендации и мероприятия по совершенствованию применения элементов комплекса маркетинга на действующих предприятиях.