

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет»

О.И. Антамошкина

ЭВОЛЮЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ МЫСЛИ

*Методические указания
по выполнению контрольной работы*

Электронное издание

Красноярск 2018

ББК 65.291.3

A72

Рецензент

*В.К. Шадрин, канд. экон. наук, доц. каф. экономики и агробизнеса
Института управления и экономики АПК Красноярского ГАУ*

A72 Антамошкина, О.И.

Эволюция маркетинговой мысли: метод. указания по выполнению контрольной работы [Электронный ресурс] / О.И. Антамошкина; Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2018. – 12 с.

Представлены требования, предъявляемые к содержанию и оформлению контрольной работы бакалавра. Уделено внимание описанию структурных элементов работы, правильности изложения и процедуре защиты.

Предназначено для студентов заочного отделения, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг в АПК».

ББК 65.291.3

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Красноярского государственного аграрного университета

© Антамошкина О.И., 2018

© ФГБОУ ВО «Красноярский государственный
аграрный университет», 2018

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Методические указания подготовлены в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования и разработаны с целью оказания помощи студентам заочного отделения, обучающимся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг в АПК», в организации внеаудиторной учебной деятельности по написанию и оформлению контрольной работы по дисциплине «Эволюция маркетинговой мысли».

Контрольная работа является одним из наиболее эффективных средств овладения знаниями и навыками аналитической и исследовательской работы по дисциплине и представляет собой систематическое, достаточно полное исследование конкретной проблемы в рамках программы изучаемой дисциплины.

Контрольная работа выступает одним из видов контроля, а ее выполнение служит допуском к сдаче экзамена по дисциплине «Защита прав потребителей». При ее выполнении автор должен продемонстрировать умение использовать и анализировать материал, полученный из разных источников, а также показать собственное понимание сущности проблемы.

Выполнение контрольной работы по дисциплине «Эволюция маркетинговой мысли» способствует приобретению студентами умения самостоятельной работы с учебной, научной и специальной литературой, нормативными правовыми актами, источниками среды Интернет, а также обобщения и логичного изложения изученного материала.

Контрольная работа выполняется в сроки, предусмотренные учебным планом и графиком учебного процесса.

Проверку (рецензирование) контрольной работы по дисциплине «Эволюция маркетинговой мысли» осуществляет преподаватель кафедры управления и маркетинга в АПК, на которого возложено проведение учебных занятий по данной учебной дисциплине.

Задания по выполнению контрольной работы составляются кафедрой, обсуждаются на заседании кафедры и утверждаются заведующим кафедрой. Тематика контрольной работы должна быть актуальной, соответствовать современному состоянию и перспективам развития науки и практики, а также периодически обновляться.

Задания к контрольной работе по дисциплине «Эволюция маркетинговой мысли» составлены в виде написания реферата.

Выбор варианта задания студентами устанавливается в соответствии с последней цифрой зачетной книжки студента.

Сроки и порядок хранения контрольных работ определяются в соответствии с номенклатурой дел кафедры. По истечении нормативного срока хранения контрольные работы могут быть уничтожены в установленном порядке.

2 ТРЕБОВАНИЯ К НАПИСАНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Основные требования к написанию текста контрольной работы: логичность и цельность изложения текста работы (от общего к частному); соблюдение правил оформления работы.

Контрольная работа выполняется в форме реферата.

Тема контрольной работы определяется по последней цифре зачетной книжки студента (см. табл.).

Темы для контрольных работ

Тема контрольной работы	Последняя цифра зачетной книжки студента
Эволюция концепций маркетинга	0
Производственная концепция	1
Товарная концепция	2
Сбытовая концепция	3
Маркетинговая концепция	4
Концепция социально-этического маркетинга	5
Маркетинг взаимодействия	6
Понятие маркетинга и история его зарождения	7
Развитие маркетинга в России	8
Основные цели, задачи и принципы маркетинга	9

Структура реферата определяется следующими требованиями:

1. Мысли автора по проблеме излагаются в форме кратких **тезисов (Т)**.

2. Мысль должна быть подкреплена доказательствами, поэтому за тезисом следуют **аргументы (А)**.

Аргументы – это факты, явления общественной жизни, события, жизненные ситуации и жизненный опыт, научные доказательства, ссылки на мнение ученых и др. Лучше приводить два аргумента в пользу каждого тезиса: один аргумент кажется неубедительным, три аргумента могут «перегрузить» изложение, выполненное в жанре, ориентированном на краткость и образность.

Таким образом реферат приобретает кольцевую структуру (количество тезисов и аргументов зависит от темы, избранного плана, логики развития мысли):

- вступление;
- тезис, аргументы;
- тезис, аргументы;
- тезис, аргументы;
- заключение.

В ходе написания реферата необходимо провести сравнительный анализ мнений по теме работы.

При написании реферата важно учитывать следующие моменты:

1. Вступление и заключение должны фокусировать внимание на проблеме (во вступлении она ставится, в заключении – резюмируется мнение автора).

2. Необходимо выделение абзацев, красных строк, установление логической связи абзацев: так достигается целостность работы.

При необходимости контрольная работа может быть дополнена приложениями. В приложениях помещается иллюстративный материал, на который в тексте работы имеются ссылки и который детализирует или поясняет текст работы, помогает раскрыть сущность проблемы. Приложения к контрольной работе могут быть представлены в виде таблиц, схем, графиков и т. п. Каждый документ располагается на отдельном листе.

Список литературы является обязательной составной частью контрольной работы.

Контрольная работа должна быть структурно четко выстроена, демонстрировать логическую последовательность излагаемого материала, краткость и четкость формулировок. Она должна отразить собственное понимание студентом существа вопроса, способность самостоятельно использовать источники, умение формулировать и обосновывать выводы.

Требования к оформлению: текстовые документы располагают на одной стороне листа белой (писчей) бумаги формата А4 (210×297 мм) через 1,5 интервала.

Шрифт – черный, кегль – 14, Times New Roman. Поля: слева, сверху, снизу – 25 мм, справа – 15 мм. Отступ – 15 мм.

Стиль основной: шрифт (по умолчанию) Times New Roman, 14 пт. Отступ: первая строка 1,5 см. Выравнивание по ширине.

Межстрочный интервал – 1,5 (устанавливается в выкладке стили для всего документа за исключением таблиц).

Нумерация страниц сквозная и включает титульный лист и приложения. Страницы нумеруются арабскими цифрами в центре нижней части страницы без точки. На титульном листе номер страницы не указывается, но учитывается при подсчете страниц.

Перед каждым перечислением следует ставить дефис или строчную букву (за исключением ё, з, о, ч, ь, й, ы, ь), после которой ставится скобка.

Например:

а) _____

б) _____

1) _____

2) _____.

Перечисления могут состоять как из законченных, так и незаконченных фраз.

Незаконченные фразы пишутся со строчных букв и обозначаются арабскими цифрами или строчными буквами с полукруглой закрывающей скобкой.

Законченные фразы пишутся с абзацными отступами, начинаются с прописных букв и отделяются друг от друга точкой.

Основную вводную фразу нельзя обрывать на предлогах или союзах (на, из, от, то, что, как и т. п.).

Сокращения слов не допускаются. Исключения – общепринятые сокращения.

При ссылках на использованные источники указывают порядковый номер по списку источников в скобках. Например: [5].

Текст цитаты заключается в кавычки с сохранением особенностей авторского написания. Научные термины, предложенные другими авторами, не заключаются в кавычки, исключая случаи полемики. В этих случаях употребляется выражение «так называемый». При цитировании каждая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник, библиографическое описание которого должно приводиться в соответствии с требованиями библиографических стандартов.

В текстовых документах применяют следующие виды иллюстраций: чертежи, графики, схемы, диаграммы, фотоснимки, ленты с записью самопишущего прибора, при этом указываются в тексте как рисунки. На все иллюстрации должны быть даны ссылки в

тексте. Иллюстрации располагают непосредственно после первого упоминания или на следующей странице. Все иллюстрации нумеруют арабскими цифрами сквозной нумерацией.

При ссылках на иллюстрации следует писать «... в соответствии с рисунком 2».

Ссылки на ранее упомянутые иллюстрации дают с сокращенным словом «смотри», например: (см. рисунок 3).

Подрисуночные подписи оформляются следующим образом:

Рисунок 2 – Динамика заработной платы маркетолога-аналитика.

Построение таблиц. Цифровой материал, как правило, оформляют в виде таблиц. Допускается приводить в таблицах текстовый материал. Таблицы, за исключением таблиц приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. В таблицах рекомендуется использовать 12-й шрифт, интервал – 1.

Допускается нумеровать таблицы в пределах раздела. На все таблицы документа должны быть приведены ссылки следующим образом: «...в таблице 1». Над левым верхним углом таблицы с абзацного отступа помещают надпись «Таблица» с указанием номера таблицы.

Заголовки граф таблицы начинают с прописных букв, а подзаголовки – со строчных, если они составляют одно предложение с заголовком.

Заголовки граф, как правило, записывают параллельно строкам таблицы. При необходимости допускается перпендикулярное расположение заголовков граф.

Если строки или графы таблицы выходят за формат страницы, ее делят на части, помещая одну часть под другой или рядом, при этом в каждой части таблицы повторяют ее головку и боковик. При делении таблицы на части допускается ее головку или боковик заменять соответственно номером граф и строк. При этом нумеруют арабскими цифрами графы и (или) строки первой части таблицы.

При переносе части таблицы на ту же или другие страницы название таблицы помещают только над первой частью.

Слово «Таблица» указывают один раз слева над первой частью таблицы, над другими частями пишут слова «Продолжение таблицы» с указанием ее номера (обозначения).

Если в конце страницы таблица прерывается и ее продолжение будет на следующей странице, в первой части таблицы нижнюю горизонтальную линию, ограничивающую таблицу, не проводят.

Допускается помещать таблицу вдоль длинной стороны листа документа (альбомная ориентация страницы).

Графу «№ п/п» в таблицу не включают. При необходимости нумерации показателей или других данных порядковые номера указывают арабскими цифрами в боковике таблицы перед их наименованием.

Если цифровые или иные данные в таблице не приводят, то в графе ставят прочерк (тире). При наличии в документе небольшого по объему цифрового материала его нецелесообразно оформлять таблицей, а следует давать текстом, располагая цифровые данные в виде колонок.

Приложениями могут быть: графический материал, таблицы большого формата, расчеты, описания аппаратуры и приборов, копии подлинных документов, выдержки из отчетных материалов, производственные планы и протоколы, отдельные положения из инструкций и правил, ранее неопубликованные тексты, переписка и т. п. По форме они могут представлять собой текст, таблицы, графики, карты и т. д.

3 ПРЕДСТАВЛЕНИЕ И ПРОВЕРКА КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Контрольная работа, подготовленная и оформленная в соответствии с требованиями, изложенными в разделе 2 настоящих рекомендаций, представляется на кафедру управления и маркетинга в АПК. На титульном листе проставляется номер и дата представления работы (при условии соответствия варианта представленной работы варианту, закрепленному за студентом), после чего работа передается для проверки преподавателю.

Преподаватель проверяет работу в течение двух дней с момента ее получения на кафедре.

Студент допускается к экзамену только при условии получения положительной оценки за контрольную работу.

Контрольная работа, признанная не отвечающей предъявляемым требованиям, возвращается студенту для доработки, при этом указываются ее недостатки и даются рекомендации для их устранения. Студенту предлагается с учетом замечаний преподавателя вторично представить контрольную работу по тому же варианту до даты проведения экзамена вместе с первой работой.

Контрольная работа может быть не зачтена в следующих случаях:

- содержание темы не раскрыто в требуемом объеме;
- работа выполнена не самостоятельно;
- работа выполнена без привлечения необходимых источников (например, на базе одного источника);
- работа написана неразборчиво или оформлена небрежно, наспех.

Контрольная работа возвращается студенту без проверки, если она выполнена не по утвержденным кафедрой заданиям.

Студент, не представивший в установленный срок контрольную работу, не допускается к экзамену по дисциплине.

Если студент не смог представить контрольную работу в установленный срок по уважительной причине, то на основании решения кафедры ему определяется конкретный срок сдачи контрольной работы.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Образец оформления титульного листа

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Департамент научно-технологической политики и образования
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет»

Институт экономики и управления АПК
Кафедра управления и маркетинга в АПК

Контрольная работа по дисциплине
«Эволюция маркетинговой мысли»

Выполнил: _____
(ФИО студента)

Направление: 38.03.02 «Менеджмент»,
профиль «Маркетинг в АПК»

Курс 1, группа _____

Подпись _____ Дата _____

Проверил: _____
(ученая степень, должность, ФИО преподавателя)

Красноярск 20__

ОГЛАВЛЕНИЕ

1 Общие положения	3
2 Требования к написанию контрольной работы	5
3 Представление и проверка контрольной работы	10
Приложение	11

ЭВОЛЮЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ МЫСЛИ

*Методические указания
по выполнению контрольной работы*

Антамошкина Ольга Игоревна

Электронное издание

Редактор Л.Ю. Беликова

Подписано в свет 30.05.2018. Регистрационный номер 79.
Редакционно-издательский центр Красноярского государственного аграрного университета
660017, Красноярск, ул. Ленина, 117
e-mail: rio@kgau.ru