

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

Государственное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра менеджмента

**Д. Ю. КАЛМЫКОВА**

# **МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ДОМОВЕДЕНИИ**

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ  
К ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

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

Оренбург 2005

УДК 33 : 640 (07)  
ББК 65.Я7  
К 17

Рецензент

доктор экономических наук, профессор А. П. Тяпухин

**К 17 ОГУ, 2005. – 35 с.**

**Д.Ю.Ка  
лмыко  
ва  
Менед  
жмент  
и  
маркет  
инг в  
домове  
дении  
[Текст]  
:  
методи  
ческие  
указан  
ия к  
выполн  
ению  
курсов  
ой  
работы  
/  
Д.Ю.Ка  
лмыко  
ва –  
Оренбу  
рг:  
ГОУ-**

Методические указания предназначены для выполнения курсовой работы по курсу «Менеджмент и маркетинг в домоведении» для студентов третьего курса специальности 230600 – Домоведение.

ББК 65.Я7

© Калмыкова Д.Ю., 2005

© ГОУ ОГУ, 2005

## Введение

Курсовая работа по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в домоведении» представляет собой самостоятельную учебно-исследовательскую работу студента.

В процессе выполнения курсовой работы на основе изучения теоретических и методических основ рассматриваемой проблемы, анализа и оценки этой проблемы на конкретном объекте исследования (предприятии, учреждении, организации), разрабатываются и экономически обосновываются рекомендации и мероприятия по совершенствованию его работы (по решению выявленных проблем).

Курсовая работа имеет своей целью систематизацию, закрепление и углубление теоретических и практических знаний по специальности и применение этих знаний для решения практических задач, развитие навыков самостоятельной работы и умение аналитически оценить, защитить и обосновать полученные результаты.

Объектами курсовой работы являются: предприятия социальной сферы и реабилитации населения, дошкольные и иные образовательные учреждения, подразделения администраций различных уровней, предприятия и организации и их офисы, высокоорганизованные фермерские хозяйства.

Выполняя курсовую работу, студент должен экономически обосновать принимаемые решения, самостоятельно использовать нормативные и справочно-статистические материалы, применять счетно-вычислительную и компьютерную технику.

Настоящие методические указания разработаны в соответствии с программой курса. Они определяют цели, тематику, объем, структуру и содержание курсовой работы, требования к ней, порядок выполнения, оформления и защиты.

Методические указания составлены исходя из типовых требований (СТП 101-00) к курсовым работам и требований к дальнейшему повышению качества их выполнения.

## 1 Общие положения

Курсовая работа по курсу «Менеджмент и маркетинг в домоведении» является значимым этапом обучения студентов при изучении данной дисциплины. Она выполняется в соответствии с рабочей программой дисциплины и нацелена на достижение следующих задач:

- углубление и закрепление знаний по менеджменту и маркетингу;
- ознакомление с объектом исследования - предприятием (учреждением), организацией, его системой управления, управленческими и иными связями, особенностями его хозяйственной деятельности, характером взаимодействия с потребителем товаров и услуг;
- практическое применение теоретических и методологических вопросов менеджмента и маркетинга, изученных на аудиторных занятиях на конкретном объекте исследования; приобретение навыков самостоятельного решения практических задач в области управления в условиях рыночной экономики;
- развитие навыков самостоятельной работой с научной и справочной литературой, нормативными документами, стандартами, отчетностью предприятия (организации), материалами, опубликованными в периодической печати и др.; приобретение опыта их творческого использования при разработке мероприятий по решению проблем управления предприятием (организацией);
- развитие умения связывать традиционные положения менеджмента и маркетинга с условиями современной практики управления предприятием.

Базой для выполнения курсовой работы является научная литература по избранной теме исследования (см. раздел 10), статистические ежегодники центрального статистического управления (ЦСУ), материалы производственно-хозяйственной и управленческой деятельности предприятий, учреждений, организаций, которые использовали студенты во время работы, прохождения практики и (или) сбора информации для выполнения курсовой работы.

Большую помощь студенту могут оказать статьи, опубликованные в газете «Экономика и жизнь», журналах: «Российский экономический журнал», «Экономист» и «Вопросы экономики», «Проблемы теории и практики управления», «Маркетинг», «Маркетинг в России и за рубежом».

## **2 Порядок представления к защите и защита курсовой работы**

2.1 К защите курсовой работы допускаются студенты, выполнившие все требования учебного плана и программы по дисциплине.

2.2 Подготовленная курсовая работа подписывается студентом и представляется руководителю на проверку в установленные сроки. Проверка курсовых работ руководителем осуществляется в течение недели после их сдачи.

Если в результате проверки обнаружены ошибки, неполный объем или низкое качество оформления работы, она возвращается студенту для доработки или переделки. Замечания руководителя в письменном виде представляются студенту. На титульном листе делается отметка «Доработать» или «Переделать».

При соответствии курсовой работы установленным требованиям руководитель ставит на титульном листе отметку «к защите».

2.3 Защита курсовых работ проводится в назначенный день и час. Для этого обычно заведующий кафедрой назначает комиссию из 2-3 человек для приема курсовых работ, в состав которой обязательно входит руководитель курсового проектирования.

2.4 Защита курсовых работ может проходить в различных формах.

Наиболее целесообразна защита курсовых работ в присутствии группы студентов. При этом автору курсовой работы предоставляется 10-15 минут для доклада основных положений, после чего ему задаются вопросы по существу работы.

Допускается защита курсовой работы в индивидуальном порядке в форме обсуждения проблем темы.

2.5 При подготовке к защите студентам следует обратить особое внимание на вопросы и замечания руководителя, сделанные им при проверке курсовой работы.

2.6 Курсовая работа оценивается по четырех балльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Оценка записывается и в ведомость, и в зачетную книжку за подписью руководителя курсовой работы.

2.7 Студент, не представивший в установленный срок курсовую работу или не защитивший ее по неуважительной причине, считается имеющим академическую задолженность и к экзамену по курсу «Менеджмент и маркетинг в домоведении» не допускается.

2.8 В процессе защиты и при оценке курсовой работы обращается особое внимание на следующие аспекты:

- обоснование актуальности исследуемой темы в работе и четкую постановку ее целей и задач;

- степень соответствия объема и содержания курсовой работы названию темы, ее целям и задачам;

- глубокое понимание современного состояния рассматриваемых в работе проблем;

- самостоятельность мышления и творческий подход к проблеме;
- логику и четкость изложения материала;
- обоснованность основных положений курсовой работы;
- знание литературы по разработанной теме;
- качество оформления работы;
- правильность ответов на вопросы в ходе защиты курсовой работы.

2.9 Курсовые работы, имеющие творческий характер, отличающиеся особой глубиной исследования и качеством оформления могут быть:

- выдвинуты на кафедральный конкурс студенческих курсовых работ;
- рекомендованы к дальнейшей разработке темы при написании научно-исследовательской работы на кафедре «Менеджмент».

Автору может быть предоставлено право выступить с докладом по теме выполненной работы на теоретическом семинаре кафедры; на студенческой научной конференции; на заседании соответствующей секции международной научно-практической конференции «Проблемы менеджмента и рынка», ежегодно проводимой факультетом управления и кафедрой «Менеджмент». В отдельных случаях автору работы может быть предоставлено право опубликования статьи (на основании выполненной работы) в сборнике трудов конференции «Проблемы менеджмента и рынка».

### **3 Общие сведения о содержании курсовой работы**

3.1 Текстовая часть курсовой работы оформляется в виде пояснительной записки. Пояснительная записка должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- задание на курсовую работу;
- аннотацию;
- содержание;
- введение;
- основную часть (3 раздела);
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.



## 4 Оформление текста

(Определяется СТП 101-00)

4.1 Текст выполняется на листах формата А4 (210x297мм) по ГОСТ 2.301. Текст выполняют одним из следующих способов:

- машинописным - через полтора-два интервала. Шрифт пишущей машинки должен быть четким, высотой не менее 2,5 мм, лента только черного цвета (полужирная). Формулы в машинописный текст вносят от руки;
- с применением печатающих и графических устройств вывода ЭВМ (ГОСТ 2.004).

Допускается выполнять текст рукописным способом чертежными шрифтом по ГОСТ 2.304 с высотой букв не менее 2,5 мм, а цифр - 5 мм. Цифры и буквы необходимо выполнять тушью или пастой (чернилами) черного цвета.

4.2 На компьютере текст должен быть оформлен в текстовом редакторе Word for Windows версии не ниже 6.0.

4.2.1 Тип шрифта: Times New Roman Cyr. Шрифт основного текста: обычный, размер 14 пт. Шрифт заголовков разделов: полужирный, размер 16 пт. Шрифт заголовков подразделов: полужирный, размер 14 пт.

4.2.2 Межсимвольный интервал: обычный. Межстрочный интервал одинарный.

4.2.3 Формулы должны быть оформлены в редакторе формул Equation Editor и вставлены в документ как объект.

Размеры шрифта для формул:

- обычный - 14 пт;
- крупный индекс - 10 пт;
- мелкий индекс - 8 пт;
- крупный символ — 20 пт;
- мелкий символ - 14 пт.

4.2.4 Иллюстрации должны быть вставлены в текст:

- либо командами ВСТАВКА-РИСУНОК, которые позволяют вставить рисунки из коллекции, из других программ и файлов, со сканера, созданные кнопками на панели рисования, автофигуры, объекты Word Art, диаграммы (все иллюстрации, вставляемые как рисунок, должны быть преобразованы в формат графических файлов, поддерживаемых Word);

- либо командами ВСТАВКА-ОБЪЕКТ, при этом необходимо, чтобы объект, в котором создана вставляемая иллюстрация, поддерживался редактором Word стандартной конфигурации.

4.3 Страницы следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Номер страницы проставляют в правом верхнем углу без точки в конце.

4.4 Опечатки, описки и графические неточности, обнаруженные в процессе выполнения, допускается исправлять подчисткой или закрашиванием белой краской и нанесением в том же месте исправленного текста машинописным способом или черными чернилами, помарки и следы не полностью удаленного прежнего текста не допускаются. Можно наклеивать рисунки, фотографии.

## **5 Требования к содержанию структурных элементов текстовой части курсовой работы**

### **5.1 Титульный лист**

- 5.1.1 Титульный лист является первым листом курсовой работы.
- Переносы слов в надписях титульного листа не допускаются.

На титульном листе указывают классификационный код (см. раздел 7).

Примеры оформления титульного листа курсовой работы приведены в приложении А.

### **5.2 Задание**

5.2.1 Бланк задания следует помещать после титульного листа. Задание на курсовую работу должно включать наименование кафедры, фамилию и инициалы студента, дату выдачи задания, тему, исходные данные и краткое содержание работы, срок предоставления к защите, фамилию и инициалы руководителя.

Задание составляется и утверждается на кафедре.

Форма бланка задания по курсовой работе приведена в приложении Б.

### **5.3 Аннотация**

5.3.1 Аннотация - это краткая характеристика курсовой работы с точки зрения содержания, назначения и новизны ее результатов.

Аннотация является третьим листом курсовой работы.

Пример оформления аннотации приведен в приложении В.

### **5.4 Содержание**

5.4.1 В структурный элемент "Содержание" следует вносить номера и наименования разделов, подразделов, а также перечислить все приложения с указанием соответствующих страниц. Содержание должно быть развернутым, состоящим из нескольких глав (разделов), которое в свою очередь, включает ряд параграфов.

Пример оформления содержания приведен в приложении Г.

### **5.5 Введение. Заключение**

5.5.1 Во введении обосновывается выбор темы, ее актуальность и значимость в свете выявления проблем, реализации решений по вопросам совершенствования управления предприятием и его структурными подразделениями. Здесь формируется цель и вытекающие из нее задачи курсовой работы

5.5.2 "Введение" не включают в общую нумерацию разделов и размещают на отдельных листах.

Слово "Введение" записывают посередине страницы с первой прописной буквы.

5.5.3 В «Заключении» следует отразить основные выводы и рекомендации, вытекающие из результатов проделанной работы. Объем «Заключения» должен составлять 1-1,5 страницы.

## **5.6. Основная часть**

5.6.1 Текст основной части разделяют на разделы, подразделы, пункты.

Разделы должны иметь порядковые номера в пределах всего текста, обозначенные арабскими цифрами без точки.

Подразделы должны иметь нумерацию в пределах каждого раздела, номера подразделов состоят из номера раздела и подраздела, разделенной точкой. В конце номера подраздела точка не ставится.

Подраздел допускается разбить на пункты, нумерация которых выполняется аналогично.

### ***Пример 1.2.3 - обозначает раздел 1, подраздел 2, пункт 3***

Внутри пунктов или подпунктов могут быть приведены перечисления. Перед каждой позицией перечисления следует ставить дефис или, при необходимости ссылки в тексте на одно из перечислений, строчную букву, после которой ставится скоба. Для дальнейшей детализации перечислений необходимо использовать арабские цифры, после которых ставится скоба, а запись производится с абзацного отступа.

#### ***Пример:***

- a) \_\_\_\_\_
- б) \_\_\_\_\_
  - 1) \_\_\_\_\_
  - 2) \_\_\_\_\_
- в) \_\_\_\_\_

5.6.2 Наименование разделов и подразделов должны быть краткими. Наименование разделов и подразделов записывают с абзацного отступа с первой прописной буквы без точки в конце, не подчеркивая. Переносы слов в заголовках не допускаются.

Расстояние между заголовками и текстом должно быть равно 15 мм. Расстояние между заголовками раздела и подраздела - 8 мм. Расстояние между последней строкой раздела и последующим заголовком подраздела - 15 мм.

Каждый раздел рекомендуется начинать с нового листа.

5.6.3 Текст работы должен сопровождаться схемами, графиками, диаграммами, таблицами, рисунками, расчетными документами и другими иллюстрированным материалом, которые придают тексту ясность и конкретность. Количество иллюстраций определяется содержанием работы.

5.6.4 При раскрытии темы курсовой работы студенты должны:

1) использовать теоретико-методическую базу, позволяющую смоделировать конкретную ситуацию, т.е. желаемые условия функционирования объекта исследований (как должно быть в идеале);

2) использовать эмпирическую базу (фактические условия функционирования объекта исследования);

3) использовать перечень мероприятий, осуществление которых позволит в определенной степени:

а) минимизировать или не допустить возможность неблагоприятной ситуации;

б) совершенствовать имеющиеся место недоработки;

в) сформулировать мероприятия, позволяющие преобразовать слабые стороны деятельности предприятия - в сильные;

г) предложить мероприятия, позволяющие устранить угрозы и максимальным образом использовать имеющиеся возможности.

5.6.5 Рекомендуются придерживаться следующей структуры основной части курсовой работы.

Раздел 1. Теоретические и методические основы рассматриваемой проблемы.

Раздел 2. Анализ и оценка рассматриваемой проблемы на конкретном объекте исследования (предприятии, учреждении, организации).

Раздел 3. Разработка и экономическое обоснование рекомендаций и мероприятий по решению рассматриваемой проблемы на исследуемом объекте.

В курсовой работе рекомендуется следующим образом раскрывать содержание основных ее разделов.

Раздел 1. Теоретические и методические основы рассматриваемой проблемы.

Целесообразно начинать изложение рассматриваемой проблемы с проведения небольшого исторического экскурса, с оценки степени изученности исследуемой проблемы, рассмотреть вопросы, которые к настоящему времени теоретически и практически решены, а также дискуссионные, с различных точек зрения освещаемые в научной литературе. При этом необходимо высказать собственную точку зрения и обосновать ее. Также следует осветить изменения рассматриваемой проблемы в обозримый период с целью выявления основных тенденций и особенностей ее развития.

Большое значение имеет правильная трактовка используемых понятий, их точность и научность. Употребляемые термины должны быть общепринятыми либо приводиться со ссылкой на автора.

В разделе дается обзор зарубежной и современной отечественной литературы по проблеме, формируется концепция, предлагается и обосновывается методика анализа проблемы на объекте исследования (предприятии, учреждении, организации).

В процессе подбора, изучения имеющихся литературных источников по рассматриваемой проблеме необходимо найти сходство и различия точек зрения разных авторов, дать их анализ и обосновать свою позицию по данному вопросу.

При подготовке методической части дипломной работы необходимо подготовить формы сбора первичной информации, а также методики ее обработки и анализа.

Объем данного раздела должен составлять 20-25 % от общего объема курсовой работы.

Раздел 2. Анализ и оценка рассматриваемой проблемы на конкретном объекте исследования (предприятии, учреждении, организации).

Изложение текстовой части раздела целесообразно начать с организационно-экономической характеристики объекта и предмета исследования: организационно-правовая форма, направление (я) деятельности, географическое расположение, занимаемая площадь (га), характеристика деятельности: производство, торговля, строительство и др., характеристика потребителей, поставщиков, конкурентов, организационная структура управления, основные технико-экономические показатели с учетом их динамики (приложение Д).

Далее на основе выбранной методики анализа исследуется состояние проблемы на предприятии (в рамках выбранной темы курсовой работы).

В качестве исходной информации и анализа могут быть использованы различные отчеты и справки структурных подразделений, типовые положения о подразделениях, должностные инструкции работников, организационная структура управления, штатные расписания отделов, схемы документооборота (формы, документы, исходящие и входящие данные), данные финансовой, бухгалтерской, статистической отчетности, анкетный и устный опрос специалистов и другая документация, полученная и использованная студентом во время прохождения экономической, управленческой практик и (или) сбора информации для выполнения курсовой работы.

Исходная информация, используемая для обоснования и анализа, должна быть достаточно полной, достоверной и релевантной с тем, чтобы, опираясь на нее, можно было бы проанализировать и оценить состояние дел, выявить резервы, наметить пути их использования, а также устранить недостатки в работе.

Объем и характер исходной информации зависит от принятой методики исследования. Анализ и оценка состояния дел на объекте исследования (предприятии, учреждении, организации) предполагает обработку статистической информации не менее, чем за последние 3 года.

Используя возможности вуза и собственные, студент может использовать персональный компьютер и соответствующее программное обеспечение для расчета показателей и оформления работы.

Объем данного раздела должен составлять около 30 % от общего объема курсовой работы.

Раздел 3. Разработка и экономическое обоснование рекомендаций и мероприятий по решению рассматриваемой проблемы на объекте исследования.

Результаты анализа, проведенного во втором разделе курсовой работы и выводы по ним, служат основой для разработки и обоснования рекомендаций и мероприятий по решению поставленной проблемы с учетом возможностей организации (предприятия, учреждения).

При подготовке третьего раздела студент должен применять основные принципы: системного подхода (учет всех или большей части взаимообуславливающих задач управления объектом), комплексного подхода (с позиции оперативного, тактического и стратегического управления), принципа гибкости (предполагает регулярную корректировку подготовленных документов в связи с изменениями внешней и внутренней среды объекта исследования, содержания деятельности аппарата управления, а также методов выполнения управленческих работ).

В работе необходимо наметить пути использования выявленных резервов, устранения недостатков в деятельности объекта исследования, осуществить планирование, обоснование и принятие решения, обеспечивающие реализацию цели и задач курсовой работы.

Для осуществления экономического обоснования предложенных мероприятий и рекомендаций следует соотнести возможные результаты, которые мы предполагаем получить в результате внедрения этих мероприятий, и определить затраты на их реализацию. Для расчета экономической эффективности должна быть выбрана соответствующая методика расчетов и дано ее теоретическое обоснование. Можно также обосновать предложенные рекомендации с позиции социальной и экономической значимости.

Объем данного раздела должен составлять не менее 35 % от общего объема курсовой работы.

## **5.7 Изложение текста**

5.7.1 В тексте должны применяться термины, обозначения и определения, установленные соответствующими стандартами или общепринятые в специальной (экономической) литературе.

5.7.2 Условные буквенные обозначения величин, а также условные графические обозначения должны соответствовать требованиям государственных стандартов.

Если в пояснительной записке принята особая система сокращения слов или наименований, то в ней должен быть приведен перечень принятых сокращений, который помещают в конце пояснительной записки.

5.7.3 В тексте, за исключением формул, таблиц и рисунков, не допускается:

- применять математический знак минус (-) перед отрицательными значениями величин (следует писать слово "минус");
- применять без числовых значений математические знаки, например: > (больше), < (меньше), = (равно), > (больше или равно), < (меньше или равно), ≠ (не равно), а также № (номер), % (процент).

5.7.4 В формулах в качестве символов следует применять обозначения, установленные соответствующими государственными стандартами.

Значения символов и числовых коэффициентов, входящих в формулу, должны быть приведены непосредственно под формулой. Значения каждого символа дают с новой строки в той последовательности, в которой они приведены в формуле. Первая строка расшифровки должна начинаться со слова "где" без двоеточия после него.

Формулы нумеруются сквозной нумерацией арабскими цифрами, в пределах записки, которые ставят на уровне формулы справа в круглых скобках. Одну формулу обозначают - (1).

**Пример - Рентабельность продаж  $R$ , %, вычисляют по формуле:**

$$R = \frac{Пр}{В},$$

где  $R$  - рентабельность продаж;

$Пр$  - прибыль (валовая, чистая);

$В$  - выручка от реализации продукции (работ, услуг).

Допускается нумерация формул в пределах раздела. В этом случае номер формулы состоит из номера раздела и порядкового номера формулы, разделенных точкой.

**Пример - В формуле (3.1)**

Ссылки в тексте на номер формул дают в скобках, например, «...в формуле (1)».

После расшифровки формулы, с новой строки в нее подставляют числовые значения входящих параметров и приводят результат вычисления с обязательным указанием единицы измерения.

## 5.8 Оформление иллюстраций

5.8.1 Иллюстрация (рисунки, чертежи, схемы, диаграммы) выполняют на листах формата А4 (210x297 мм) ГОСТ 2.301 черной тушью, либо с помощью печатающих и графических устройств вывода ЭВМ.

Допускается выполнять иллюстрации на листах формата А3 (297x420 мм).

Иллюстрации располагают после первой ссылки на них.

Допускается помещать иллюстрации вдоль длинной стороны текста с поворотом документа по часовой стрелке для чтения.

Все иллюстрации нумеруют арабскими цифрами сквозной нумерацией. Если один рисунок в тексте, то следует указать "Рисунок 1".

Допускается нумеровать иллюстрации в пределах раздела. В этом случае номер иллюстрации состоит из номера раздела и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой.

При ссылках на иллюстрации следует писать: "...в соответствии с рисунком 2" при сквозной нумерации и "...в соответствии с рисунком 1.2" при нумерации в пределах раздела.

Иллюстрации, при необходимости, могут иметь наименование и пояснительные данные (подрисуночный текст). Слово "Рисунок" и наименование помещают после пояснительных данных и располагают следующим образом:

***Рисунок 1 – Комбинированная организационная структура службы сбыта***

Пример оформления иллюстрации приведен в приложении Е.

## **5.9 Построение таблиц**

5.9.1 Цифровой материал оформляют в виде таблиц согласно ГОСТ 2.105.

Таблицы следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Если в тексте одна таблица, она должна быть обозначена «Таблица 1». Допускается нумеровать таблицы в пределах раздела. В этом случае номер таблицы состоит из номера раздела и порядкового номера таблицы, разделенных точкой.

***Пример - Таблица 1.1***

Слово «Таблица» и наименование помещают над таблицей следующим образом:

***Таблица 1 - Динамика технико-экономических показателей предприятия за 2001-2004 гг.***

На все таблицы должны быть ссылки в тексте. При ссылке пишут слово «Таблица» с указанием ее номера.

5.9.2 Таблица должна иметь заголовки и при необходимости подзаголовки. Заголовки граф и строк таблицы следует писать с прописной буквы, а подзаголовки - со строчной буквы, если они составляют одно предложение с заголовком.

5.9.3 Графы таблицы допускается нумеровать для облегчения ссылок в тексте, при делении таблицы на части, а также при переносе части таблицы на следующую страницу.

Графа «Номер по порядку в таблицу не включается. При необходимости нумерацию показателей, параметров или других данных порядковые номера следует указывать в первой графе (боковике) таблицы непосредственно перед их наименованием в соответствии.

5.9.4 Если таблица не размещается на одном листе, допускается делить ее на части. Слово «Таблица» указывается на одном листе, допускается делить ее на части. Слово «Таблица» указывают один раз слева над первой частью таблицы, над другими частями пишут слова «Продолжение таблицы» с указанием номера таблицы.

5.9.5 Если все показатели, приведенные в графах таблицы, выражены в одной и той же единице физической величины, то ее обозначение необходимо помещать над таблицей справа, а при делении таблицы на части - над каждой ее частью.

5.9.6 Повторяющийся в графе текст, состоящий из одного слова, допускается заменять кавычками, если строки в таблице не разделены линиями. Если повторяющийся текст состоит из двух и более слов, то при первом повторении его заменяют словами «то же», а далее кавычками.



Пример оформления таблицы приведен в приложении Ж.

## **5.10 Список использованных источников**

5.10.1 В конце текста приводится список использованной литературы, нормативной, нормативно-технической и другой документации, использованной для характеристики и обоснования исследуемых в работе вопросов.

5.10.2 Литература записывается и нумеруется в порядке ее упоминания в тексте согласно СТП 101-00, ГОСТ 7.1 – 2003.

Ссылки на литературные источники приводятся в тексте и квадратных скобках с указанием страницы источника в порядке их перечисления по списку источников, например, [3, с. 18].

Пример оформления списка использованных источников приведен в приложении К.

## **5.11 Приложения**

5.11.1 Часть материала курсовой работы допускается помещать в приложениях. Приложения формируются с целью соблюдения объема курсовой работы. При этом в основном тексте следует оставлять только тот графический материал, который позволяет непосредственно отобразить сущность и раскрыть содержание излагаемой темы. Материал же, являющийся иллюстрацией к теме, целесообразно выносить в приложение. Это могут быть различного рода ситуации, подробные таблицы, доказательства, варианты схем организационной структуры управления, инструкции, набор отчетных документов предприятия за исследуемый в работе интервал времени, подробные описания различных формул и т.д. Объем приложений, как правило, не ограничивается.

5.11.2 В приложении студенты должны представить матрицу основных понятий и источников подтверждения с указанием страниц. В этой матрице в наглядной форме отражаются определения основных понятий и использованные источники литературы (см. приложение Л).

5.11.3 В приложении может быть также представлена логическая схема исследования проблемы, построение которой должно исходить из формулировки цели исследования. Схема должна отразить пошаговую реализацию поставленной цели. При этом необходимо увязать поставленные задачи, методы и пути их решения, а также полученные результаты.

5.11.4 Каждое приложение должно начинаться с нового листа с указанием наверху посередине страницы слова «Приложение» и его обозначения, а под ним в скобках для обязательного приложения пишут слово «обязательное», а для информативного - «рекомендательное» или «справочное». Приложение должно иметь заголовок, который записывают симметрично относительно текста с прописной буквы отдельной строкой.

Приложения обозначают прописными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением Ё, З, И, О, Ч, Ъ, Ы, Ь.

***Пример - Приложение В***

Если в тексте курсовой работы одно приложение, то оно обозначается «Приложение А». Приложение располагают в порядке ссылок на них в тексте.

## **6 Применение ЭВМ и автоматизированного проектирования при выполнении курсовой работы**

6.1 Применение вычислительной техники и ЭВМ при выполнении курсовой работы является приоритетным.

6.2 Работа с ЭВМ при выполнении курсовой работы может быть двух типов:

- а) создание или совершенствование программ (алгоритм расчета);
- б) использование готовых программ в курсовом проектировании.

6.3 При оформлении материалов, полученных с ЭВМ, необходимо соблюдать

требования единой системы программной документации, а именно: ГОСТ 19.101, ГОСТ 19.201, ГОСТ 19.202, ГОСТ 19.401, ГОСТ 19.402, ГОСТ 19.502, ГОСТ 19.504, ГОСТ 19.701.

## 7 Кодирование документов

7.1 Устанавливается следующая структура обозначения учебной документации:

|   | X | 230600. | 5 | 3 | 05. | 7 | 00 |
|---|---|---------|---|---|-----|---|----|
| <u>Код организации-разработчика (ГОУ ОГУ)</u>   |   |         |   |   |     |   |    |
| <u>Шифр специальности (190600, 060400 и т.д.)</u>   |   |         |   |   |     |   |    |
| <u>Код вида документации:</u><br>Курсовая работа - 5  |   |         |   |   |     |   |    |
| <u>Характеристика тем:</u><br>Исследовательская -3  |   |         |   |   |     |   |    |
| <u>Год издания работы</u><br>Обозначается двумя последними цифрами календарного года, в котором защищается проект (работа, реферат) |   |         |   |   |     |   |    |
| <u>Порядковый номер исполнителя.</u><br>Берется по журналу данной группы, в котором список студентов приведен в алфавитном порядке  |   |         |   |   |     |   |    |
| <u>Шифр документа</u><br>00 - для экономических специальностей  |   |         |   |   |     |   |    |

Пример присвоения классификационного кода представлен на титульном листе курсовой работы (см. приложение А).

## **8 Общие требования к оформлению курсовых работ**

8.1 На выполнение курсовой работы отводится 8 недель.

Выбор, согласование и утверждение темы курсовой работы производится в течение первых двух недель после выдачи задания.

Подбор и анализ литературы, составление плана курсовой работы, его согласование и утверждение - в течение последующих двух недель.

На написание курсовой работы отводится 4 недели.

8.2 Задание, строится по единому принципу и содержит:

а) цель и назначение работы;

б) содержание работы;

в) рекомендации, связанные с теоретическими обобщениями и практическими исследованиями в ходе работы.

8.3 Объем курсовой работы составляет 30-40 страниц рукописного текста, в том числе: введение – 3-5 страниц; основная часть – 30-35 страниц.

Курсовая работа выполняется на писчей бумаге стандартного формата А4 (210x297 мм). Текст и иллюстрации курсовой работы оформляется на одной стороне листа.

8.4 По ходу изложения в тексте выделяются все заголовки, указанные в содержании курсовой работы. Сокращения слов в тексте не допускаются, кроме общепринятых, которые обычно при первом употреблении сопровождаются расшифровкой, например, социально-экономическая система (СЭС), организационная структура управления (ОСУ) и т.д.

## 9 Темы курсовых работ

- 1 Управление организацией в условиях рыночной экономики.
- 2 Собственность и управление: связь и тенденции развития.
- 3 Модель менеджера: возможности и факторы практической реализации.
- 4 Управленческий труд и его специфика.
- 5 Анализ и построение внутренней среды организации.
- 6 Анализ внешней среды организации.
- 7 Опыт менеджмента за рубежом и возможность его использования в России.
- 8 Природа и классификация функций управления.
- 9 Стратегическое и тактическое управление на предприятии.
- 10 Конкурентоспособность предприятия: оценка и пути повышения.
- 11 Стратегические концепции маркетинга.
- 12 Инновационная деятельность предприятия.
- 13 Управление инновационным проектом.
- 14 Организация системы планирования на предприятии.
- 15 Стратегическое планирование развития предприятия
- 16 Мотивация деятельности в менеджменте.
- 17 Совершенствование форм организации и стимулирования труда.
- 18 Организация системы мотивации предприятия.
- 19 Назначение, формы и границы контроля в системе менеджмента.
- 20 Формирование организационной структуры управления предприятием.
- 21 Совершенствование организационной структуры управления.
- 22 Система методов управления в условиях рынка.
- 23 Роль и особенности организационных методов управления предприятием.
- 24 Экономические методы управления предприятием в условиях рыночной экономики.
- 25 Социально-психологические аспекты формирования и развития трудового коллектива предприятия.
- 26 Целеполагание в системе менеджмента.
- 27 Программно-целевое управление: основные черты и особенности.
- 28 Информация в системе менеджмента.
- 29 Информационное обеспечение управления предприятием.
- 30 Коммуникации и развитие организации.
- 31 Управленческое решение как важнейшая характеристика в менеджменте, конечный продукт в системе менеджмента.
- 32 Методы принятия решений.
- 33 Пути повышения эффективности и качества управленческих решений.
- 34 Управление трудовыми ресурсами.
- 35 Конфликты в системе управления персоналом.
- 36 Активизация человеческого фактора как основное направление повышения эффективности управления производством.

37 Обеспечение благоприятного климата в коллективе - важная составляющая эффективного управления предприятием.

38 Эффективные формы сочетания морального и материального стимулирования труда в достижении конкурентного преимущества предприятия.

39 Управление малыми предприятиями.

40 Особенности формирования и развития российского менеджмента.

41 Маркетинговая деятельность предприятия.

42 Управление рекламной деятельностью предприятия.

43 Планирование в системе управления маркетингом.

44 Разработка маркетинговой стратегии предприятия.

45 Контроль в маркетинге

46 Система маркетинговых коммуникаций

47 Организация коммуникативной политики предприятия

48 Контроллинг в системе маркетинга

49 Организация маркетинговой деятельности предприятия.

50 Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.

51 Маркетинговые исследования - основа принятия управленческих решений.

52 Товарная полтика в системе маркетинговых решений.

53 Ценовая политика в маркетинге.

54 Основы принятия маркетинговых решений в сбытовых и логистических системах.

55 Управление маркетингом на предприятии.

56 Система организации и управления запасами на предприятии.

57 Роль управления в обеспечении конкурентоспособности предприятия.

## **10 Литература, рекомендуемая для выполнения курсовой работы**

1 **Алёшина И. В.** Поведение потребителей [Текст] : учебное пособие для вузов / И.В. Алёшина. – М.: ФАИР – ПРЕСС, 1999. – 384 с.

2 **Акбердин Р. З., Кибанов А.Я.** Совершенствование структуры, функций и экономических взаимоотношений управленческих подразделений предприятий при разных формах хозяйствования [Текст] : учебное пособие / Р. З. Акбердин, А. Я. Кибанов. - М. : ГАУ, 1993. - 468 с.

3 **Ансофф И.** Стратегическое управление [Текст] : Пер. с англ. / И. Ансофф.- М. : Прогресс, 1989. – 519 с.

4 **Багиев Г.Л.** Маркетинг [Текст]: учебник для вузов / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн. - М. : Экономика, 1999. – 703 с.

5 **Браверман А.** Маркетинг в российской экономике переходного периода [Текст]: учебник для вузов / А. Браверманн. - М. : Экономика, 1997. – 435 с.

6 Маркетинг [Текст] : учебно-практическое пособие / Под ред. И. К. Белявского. – М. : МЭСИ, 1998. – 177 с.

7 **Веснин В. Р.** Практический менеджмент персонала [Текст] : пособие по кадровой работе / В.Р. Веснин. - М. : Юристъ, 1998. – 496 с.

8 **Виханский О. С., Наумов А. И.** Менеджмент [Текст] : учебник. – 3-е изд. / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – М. : Гардарики, 1999. – 528 с.

9 **Виханский О. С.** Стратегическое управление [Текст] : учебник / О.С. Виханский. - М. : Издательство МГУ, 1995. - 252с.

10 **Виссема Х.** Менеджмент в подразделениях фирмы (предпринимательство и координация в децентрализованной компании) [Текст] : Пер. с англ. / Х. Виссема. - М. : ИНФРА-М, 1996. - 288с.

11 **Герчигова И. Н.** Менеджмент [Текст] : учебник. - 3-е изд., перераб. и доп. / И. Н. Герчигова. - М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997 - 501 с.

12 **Глухов В. В.** Основы менеджмента [Текст] : учебник / В.В. Глухов. - С-Пб. : Экономика, 1991.- 320 с.

13 **Глущенко В.В.** Менеджмент: системные основы [Текст]: учебник / В.В. Глущенко. - Железнодорожный, Моск. обл.: ТОО НПЦ «Крылья», 1996. - 216 с.

14 **Голубков Е.П.** Маркетинговые исследования: теория, методология и практика [Текст]: учебник / Е.П. Голубков. - М.: «Финпресс», 1998. – 416 с.

15 **Голубков Е. П.** Основы маркетинга [Текст] : учебник / Е. П. Голубков. – М. : Финпресс, 1999. – 656 с.

16 **Гончарук В. А.** Маркетинговое консультирование [Текст] : учебник / В.А.Гончарук. – М.: Дело, 1998. – 248 с.

17 **Гончарук В. А.** Развитие предприятия [Текст] : учебник / В.А. Гончарук. – М. : Дело, 2000. – 208 с.

18 **Горфинкель В. Я.** Экономика предприятия [Текст] : учебник для вузов / В.Я. Горфинкель, Е.М. Купряков, В.П. Прасолова и др. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996. –367 с.



- 19 **Дихтиль Е., Хёршген Х.** Практический маркетинг [Текст] : учебное пособие / Пер. с нем А.М. Макарова, под ред. И.С. Минко / Е. Дихтиль, Х. Хёршген. – М. : Высшая школа: ИНФРА-М, 1996. – 255 с.
- 20 **Егоршин А. П.** Управление персоналом [Текст] : учебное пособие / А. П. Егоршин. – Н. Новгород : НИМБ, 1999. – 384 с.
- 21 **Кибанов А. Я.** Управление персоналом [Текст] : учебник / А.Я. Кибанов. - М. : Инфра-М, 1997. – 465 с.
- 22 **Кибанов А. Я.** Управление персоналом [Текст] : учебно-практическое пособие для студентов экономических вузов и факультетов / А. Я. Кибанов, Л. В. Ивановская. – М. : Издательство ПРИОР, 1999. – 352 с.
- 23 **Ковалёв А. И., Войленко В. В.** Маркетинговый анализ [Текст] : учебное пособие / А. И. Ковалёв, В. В. Войленко. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1997. – 176 с.
- 24 **Котлер Ф.** Основы маркетинга [Текст] : учебник / Ф. Котлер. – М. : Роститэр, 1996. - 704 с.
- 25 **Котлер Ф.** Маркетинг менеджмент [Текст] / Пер. с англ. под ред. Л. А.Волковой, Ю. Н. Каптуревского. / Ф. Котлер – СПб : Питер, 2002. – 752 с.
- 26 **Крылов Б.** Маркетинг [Текст] : монография / Б. Крылов. – М. : Высшая школа, 1998. – 192 с.
  - 27 **Лайс Г.** Маркетинг [Текст] : пособие для практиков / Г. Лайс. – М. : Машиностроение, 1992. – 163 с.
- 28 **Лебедев О. Т., Филиппова Т. Ю.** Основы маркетинга [Текст] : учебное пособие. – изд. 2-е, доп. / О.Т. Лебедев, Т. Ю. Филиппова. – СПб. : ИД МиМ, 1997. – 224 с.
- 29 **Маркетинг** [Текст] : учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. / Под ред. Н. Д. Эриашвили. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 623 с.
- 30 **Мескон М. Х.** Основы менеджмента [Текст] : Пер. с англ. / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. - М. : Дело, 1993. - 703 с.
- 31 **Одегов П. В.** Управление персоналом [Текст] : учебник / П. В. Одегов. - М. : Финстатинформ, 1997г.- 427 с.
- 32 **Пешкова Е. П.** Маркетинговый анализ в деятельности фирмы [Текст]: учебное пособие / Е. П. Пешкова. – М. : Ось – 89, 1999. – 80 с.
- 33 **Питерс Т., Уотермен Р.** В поисках эффективного управления (опыт лучших компаний) [Текст] : учебное пособие / Т. Питерс, Р. Уотермен. – М. : Прогресс, 1986. – 284 с.
- 34 **Пугачев В. П.** Руководство персоналом организации. (Серия «Управление персоналом») [Текст] : учебник / В.П. Пугачев. – М. : Аспект Прогресс, 2000. – 328 с.
- 35 **Романов А. Н.** Маркетинг [Текст] : учебник / А. Н. Романов, Ю. Ю. Корлюгов, С. А. Красильников. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996. – 560 с.
- 36 **Румянцева З. П.** Менеджмент организации [Текст] : учебное пособие / З. П. Румянцева, Н. А. Саломатин, Р. З. Акбердин и др. - М. : ИНФРА – М, 1995.- 432 с.

37 **Савицкая Г. В.** Анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст] : учебник. - 2-е изд., перераб. и доп. / Г.В. Савицкая. - М.: ИП Экоперспектива, 1997.- 498 с.

38 **Соловьёв Б. А.** Управление маркетингом : 17-модульная программа для менеджеров Управление развитием организации. Модуль 13. [Текст] : учебное пособие / Б. А. Соловьёв. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 336 с.

39 **Сэндидж Ч.** Реклама. Теория и практика [Текст] : учебное пособие / Ч. Сэндидж. - М. : Прогресс, 1989. - 48 с.

40 **Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж.** Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии [Текст] : учебник для вузов / Пер. с англ. под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой / А.А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. - М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. - 576 с.

41 **Травин В. В., Дятлов В. А.** Основы кадрового менеджмента [Текст] : учебное пособие / В. В. Травин, В. А. Дятлов. – М. : Дело, 1998. – 336 с.

42 **Уткин Э. А.** Маркетинг [Текст] : учебник / Э.А. Уткин. – М. : Экмос, 1999. – 320 с.

43 **Уткин Э. А.** Мотивационный менеджмент [Текст] : учебное пособие / Э. А. Уткин. – М. : Ассоциация авторов и издателей ТАНДЕМ. Издательство ЭКМОС, 1999. – 256 с.

44 **Уткин Э. А.** Бизнес – план: Организация и планирование предпринимательской деятельности [Текст] : учебное пособие / Э.А.Уткин. – М. : Тандем, 1997. – 192 с.

45 **Фатхутдинов Р.А.** Система менеджмента [Текст]: учебно-практическое пособие. - 2-е изд. / Р.А. Фатхутдинов. - М.: ЗАО Бизнес - школа Интел - Синтез, 1997. - 268 с.

46 **Фатхутдинов Р. А.** Разработка управленческого решения [Текст] : учебник для вузов. - 2-е изд., доп. / Р.А. Фатхутдинов. - М. : ЗАО Бизнес-школа Интел - Синтез, 1998. - 272 с.

• 47 **Шапиро Д. В.** Управление проектами [Текст] : учебник / Д.В. Шапиро. – СПб : ДваТрИ, 1996. – 582 с.

48 **Шекшня С. В.** Управление персоналом современной организации [Текст] : учебное пособие / С.В. Шекшня. – М. : ЗАО Бизнес-школа Интел-Синтез, 2000. – 385 с.

**Приложение А**  
**(обязательное)**

**Пример оформления титульного листа курсовой работы**

---

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное агентство по образованию

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и управления

Кафедра менеджмента

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

(16пт)

по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в домоведении»

Организация системы мотивации предприятия

(16пт)

ГОУ ОГУ 230600.5303.7 00

Руководитель работы

\_\_\_\_\_ Калмыкова Д.Ю.

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2005 г.

Исполнитель

Студентка гр. 01 ДОМ

\_\_\_\_\_ Иванова А.Т.

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2005 г.

Оренбург 2005

**Приложение Б**  
**(справочное)**

**Пример оформления бланка на курсовую работу**

---

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное агентство по образованию

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и управления

Кафедра менеджмента

**Задание на курсовую работу**

Организация системы мотивации предприятия.

Исходные данные: Данные о существующих формах и методах мотивации трудовой деятельности на предприятии, нормативные и организационно-методические документы, отражающие механизм реализации мотивационной политики предприятия (коллективный договор, контракт или трудовой договор сотрудника, положение об оплате и стимулировании труда и др.), работы отечественных и зарубежных ученых и практиков, раскрывающих возможные направления совершенствования система мотивации предприятия

Перечень подлежащих разработке вопросов:

- а) раскрыть содержание понятийного аппарата;
- б) дать обзор основных теорий мотиваций;
- в) рассмотреть современные концепции и тенденции мотивационного менеджмента;
- г) .....

Перечень графического материала:

Таблицы, характеризующие количественный и качественный состав, состояние кадров предприятия; графики, диаграммы, рисунки, схемы, отражающие результаты исследования мотивации трудовой деятельности работников.

Дата выдачи задания " \_\_ " \_\_\_\_\_ 200 \_\_ г.

Руководитель

Исполнитель студентка группы 01 ДОМ

Срок защиты работы " \_\_ " \_\_\_\_\_ 200 \_\_ г.

Калмыкова Д.Ю.

Иванова А.Т.

## **Приложение В** **(справочное)**

### **Пример оформления аннотации**

#### **Аннотация**

Работа содержит 52 страницы, в том числе 6 рисунков, 7 таблиц, 20 источников, 3 приложения.

В данной курсовой работе раскрываются все аспекты, касающиеся проблемы мотивации трудовой деятельности работников. Проведен анализ: взглядов ученых и практиков на эту проблему, состояния исследуемого предприятия, существующих форм и методов мотивации трудовой деятельности на предприятии. Предлагаются возможные пути совершенствования системы мотивации персонала предприятия, делаются выводы о социальной и экономической эффективности предлагаемых мероприятий.

**Приложение Г**  
**(справочное)**  
**Пример оформления содержания**

**Содержание**

|  |                |
|--|----------------|
| Введение.....  | 5              |
| 1 Теоретические основы мотивации трудовой деятельности.....                                | 6              |
| 1.1 Мотивация труда: сущность, основные понятия, способы и типы.....                       | 6              |
| 1.2 Обзор основных теорий мотивации.....   | 10             |
| 1.3 Мотивационный менеджмент: современные концепции и тенденции                            | 15             |
| 2 Анализ системы мотивации персонала ОАО «Оренбургэнерго».....                             | 20             |
| 2.1 Анализ хозяйственной деятельности предприятия.....                                     | 20             |
| 2.2 Особенности системы мотивации персонала.....   | 23             |
| 2.2.1 Материальное поощрение сотрудников.....  | 23             |
| 2.2.2 Морально-психологическое стимулирование персонала.....                               | 25             |
| 2.2.3 Корпоративная культура.....  | 27             |
| 2.2.4 Организация рабочего места.....  | 28             |
| 2.2.5 Кадровая политика.....   | 29             |
| 2.2.6 Система оценки и контроля персонала.....   | 31             |
| 2.2.7 Социальная политика.....   | 32             |
| 2.3 Исследования удовлетворенности трудом работников.....                                  | 37             |
| 3 Совершенствование системы мотивации персонала ОАО «Оренбургэнерго».....                  | 42             |
| .....  |                |
| 3.1 Рекомендации по совершенствованию существующей системы мотивации организации.....      | 42<br>45<br>47 |
| 3.2 Социальный и экономический эффект предлагаемых мероприятий.....                        | 48             |
| Заключение.....  |                |
| Список использованных источников.....  | 49             |
| Приложение А (обязательное) Методы формирования мотивов к труду.....                       | 50             |
| .....  |                |
| Приложение Б (справочное) Основные экономические показатели ОАО «Оренбургэнерго».....      | 51             |
| Приложение В (обязательное) Организационная структура управления ОАО «Оренбургэнерго»..... |                |

**Приложение Д**  
**(обязательное)**  
**Пример оформления таблиц**

Таблица 3 – Основные технико-экономические показатели предприятия  
за период 2002 – 2004 гг.

| Показатели                                 | Единица измерения | 2002 г. | 2003 г. | 2004 г. |
|--|-------------------|---------|---------|---------|
| 1 Товарная продукция                       | тыс. руб.         | 5229,4  | 4550,4  | 6120,4  |
| 2 Реализованная продукция                  | тыс. руб.         | 5297,1  | 4543,2  | 6127,4  |
| 3 Себестоимость продукции                  | тыс. руб.         | 6137,2  | 4336,1  | 6046    |
| 4 Прибыль                                  | тыс. руб.         | -840,1  | 207,1   | 81,4    |
| 5 Затраты на 1 р. товарной продукции       | руб.              | 1,17    | 0,95    | 1,09    |
| 6 Производительность труда                 | тыс. руб. / чел   | 108,53  | 147,22  | 120,22  |
| 7 Рентабельность продукции                 | %                 | -13,68  | 4,77    | 1,34    |
| 8 Рентабельность продаж                    | %                 | -15,85  | 4,55    | 1,32    |
| 9 Средняя заработная плата                 | руб.              | 1147    | 1531    | 2060    |
| 10 Среднегодовая стоимость основных фондов | тыс. руб.         | 288,55  | 275,75  | 294,6   |
| 11 Фондоотдача                             | руб. / руб.       | 18,12   | 16,50   | 20,77   |

## Приложение Е (обязательное) Примеры оформления иллюстраций

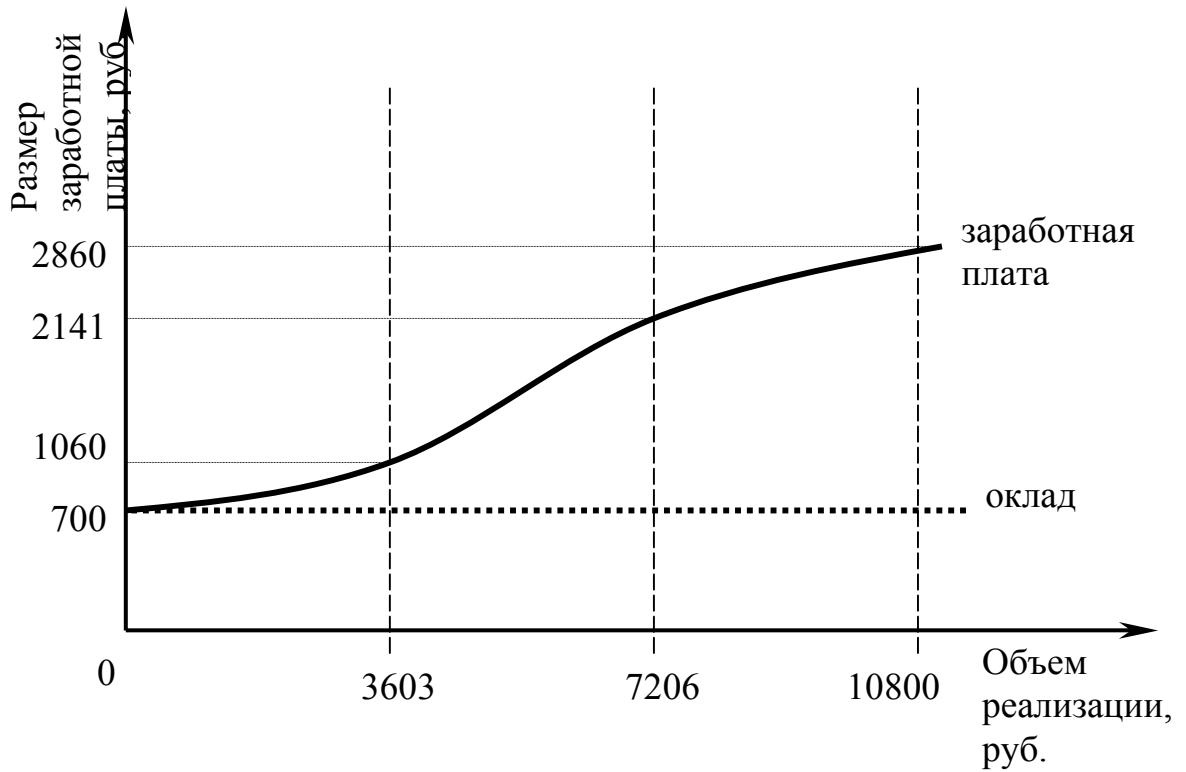


Рисунок 19 - Зависимость размера заработной платы менеджера по сбыту от выполнения норм продаж

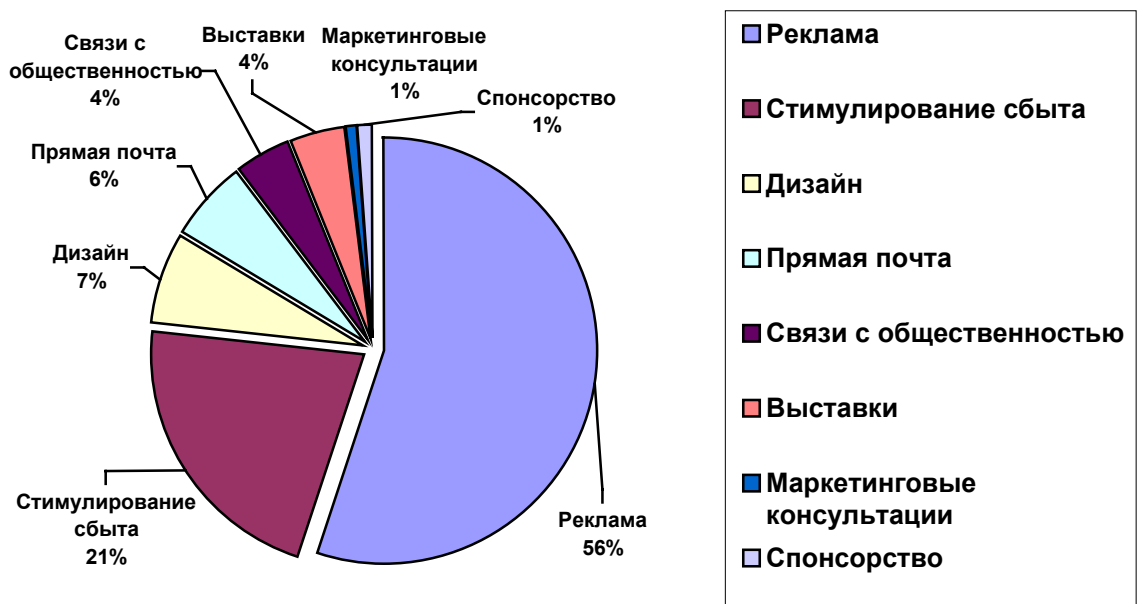


Рисунок 8 - Структура маркетинговых затрат



**Приложение Ж**  
*(справочное)*  
**Пример оформления таблиц**

Таблица 2 - Динамика технико-экономических показателей предприятия за 2001-2004 гг.

| Наименование показателя                  | Единица измерения | 2001 г. | 2002 г. | 2003 г. | 2004 г. |
|--|-------------------|---------|---------|---------|---------|
| 1  | 2                 | 3       | 4       | 5       | 6       |
| 1 Товарная продукция                     | тыс. руб.         | 3280    | 3344    | 4913    | 5274    |
| 2 Реализованная продукция                | тыс. руб.         | 3280    | 3342    | 4309    | 5274    |
| 3 Себестоимость продукции (работ, услуг) | тыс. руб.         | 2964    | 3100    | 4680    | 4956    |
| 4 Прибыль отчетного года                 | тыс. руб.         | 744     | 771     | 186     | 194     |

Продолжение таблицы 2

| 1                                       | 2                       | 3    | 4    | 5  | 6  |
|---|-------------------------|------|------|----|----|
| 5 Среднесписочная численность персонала | чел.                    | 94   | 92   | 92 | 98 |
| 6 Рентабельность продаж                 | %                       | 22,7 | 23,1 | 9  | 8  |
| 7 Фондоотдача                           | тыс. руб.<br>/тыс. руб. | 22,7 | 23,1 | 9  | 8  |

## Приложение К

(справочное)

### Пример оформления списка использованных источников

#### Список использованных источников

- 1 **Багиев Г. Л.** Маркетинг [Текст] : учебник для вузов / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн. - М. : Экономика, 1999. – 703 с.
- 2 **Голубков Е. П.** Маркетинговые исследования : теория, методология и практика [Текст] : учебник для вузов / Е.П. Голубков. - М. : «Финпресс», 1998. – 416 с.
- 3 Маркетинг [Текст] : учебно-практическое пособие / Под ред. И.К. Белявского. – М. : МЭСИ, 1998. – 177 с.
- 4 **Алёшина И. В.** Поведение потребителей [Текст] : учебное пособие для вузов / И.В. Алёшина. – М. : ФАИР – ПРЕСС, 1999. – 384 с.
- 5 **Соловьёв Б. А.** Управление маркетингом : 17-модульная программа для менеджеров Управление развитием организации. Модуль 13. [Текст] : учебное пособие / Б.А. Соловьёв. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 336 с.
- 6 Маркетинг [Текст] : учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. / Под ред. Н. Д. Эриашвили. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 623 с.
- 7 **Романов А. Н.** Маркетинг [Текст] : учебник / А. Н. Романов, Ю. Ю. Корлюгов, С. А. Красильников. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996. – 560 с.
- 8 **Блинов А.** Мотивация персонала корпоративных структур. // Маркетинг – 2001. - №1. – С. 88 – 91.
- 9 **Крылов Б.** Маркетинг [Текст] : монография / Б. Крылов. – М : Высшая школа, 1998. – 192 с.
- 10 **Голубков Е. П.** Основы маркетинга [Текст] : учебник для вузов / Е. П. Голубков. – М. : Финпресс, 1999. – 656 с.
- 11 **Котлер Ф.** Основы маркетинга [Текст] : учебник / Ф. Котлер. – М.: Роститэр, 1996. - 704 с.
- 12 **Котлер Ф.** Маркетинг менеджмент [Текст] / Пер. с англ. под ред. Л. А. Волковой, Ю. Н. Каптуревского. / Ф. Котлер – СПб : Питер, 2002. – 752 с.
- 13 **Дихтиль Е., Хёршген Х.** Практический маркетинг [Текст] : учебное пособие / Пер. с нем А. М. Макарова под ред. И.С. Минко / Е. Дихтиль, Х. Хёршген. – М. : Высшая школа : ИНФРА-М, 1996 – 255 с.
- 14 **Лебедев О. Т., Филиппова Т. Ю.** Основы маркетинга [Текст] : учебное пособие. – изд. 2-е, доп. / О.Т. Лебедев, Т.Ю. Филиппова. – СПб. : ИД МиМ, 1997. – 224 с.
- 15 **Марданова Э. У.** Маркетинг на крупном предприятии розничной торговли. // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. - № 5. - С. 17 – 20.
- 16 **Яновский А.** Искусство активной продажи продукции. // Маркетинг. – 1998. - №3. – С. 81 – 85.

## Приложение Л (информационное)

### Матрица основных понятий, используемых в курсовой работе

| Понятие                              | Определение понятия   | Литературный источник  |
|--------------------------------------|---|--|
| 1                                    | 2   | 3  |
| Организационная структура управления | Организационная структура управления – упорядоченная совокупность взаимосвязанных элементов, находящихся между собой в устойчивых отношениях, обеспечивающих их функционирование и развитие как единого целого. Элементами структур являются отдельные работники, служба и другие звенья аппарата управления, а отношения между ними поддерживаются благодаря связям, которые принято разделять на горизонтальные и вертикальные. | <b>Румянцева З. П.</b> Менеджмент организации [Текст] : учебное пособие / З. П. Румянцева, Н. А. Саломатин, Р. З. Акбердин и др. - М. : ИНФРА – М, 1995.- 432 с.                       |
| Функции управления                   | Функции управления – это виды деятельности, с помощью которых субъект управления воздействует на управляемый объект.  | Основы управления социалистическим производством [Текст] : учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. / Под ред. Д. М. Крука. – М. : Экономика, 1985, с. 255.                                |
| Системный подход к менеджменту       | Подход, при котором любая система (объект) рассматривается как совокупность взаимосвязанных элементов, имеющая «выход» (цель), «вход», связь с внешней средой, обратную связь, «процесс» в системе.   | <b>Фатхутдинов Р. А.</b> Разработка управленческого решения [Текст] : учебник для вузов. - 2-е изд., доп. / Р. А. Фатхутдинов. - М. : ЗАО Бизнес-школа Интел - Синтез», 1998. - 272 с. |