

**Методические указания (рекомендации) по подготовке курсовых работ**

**1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

Цель написания курсовой работы – приобретение магистрантами навыков разработки практических рекомендаций по совершенствованию политики бренд-менеджмента конкретного предприятия и практики разработки и развития конкретного бренда на основе полученных теоретических знаний в области бренд-менеджмента.

Задачи, которые необходимо выполнить при написании курсовой работы:

* обосновать актуальность выбранной темы;
* определить цель и задачи работы;
* изучить теоретические и методические аспекты выбранной темы;
* провести анализ брендинговой деятельности конкретного предприятия/бренда с точки зрения выбранной темы;
* разработать рекомендации по совершенствованию брендинговой деятельности предприятия/бренда в выбранной сфере исследования.

**2.ВЫБОР ТЕМЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

Выбор темы курсовой работы осуществляется студентом самостоятельно по согласованию с преподавателем. Рекомендуемые формулировки тем курсовых работ даны в Приложении А.

3 **ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

Выполнение курсовой работы необходимо начать с разработки плана работы в соответствии с выбранной темой. Студенты согласовывают с преподавателем объект исследования – конкретное предприятие и предмет исследования – те или иные аспекты его маркетинговой деятельности.

**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОСНОВНЫХ РАЗДЕЛОВ КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

4.1 В курсовую работу необходимо включить следующие разделы:

* введение;
* теоретическую, аналитическую и рекомендательную главы;
* заключение;
* список использованных источников;
* приложения.

4.2 Описание основных разделов курсовой работы.

Во введении обосновывается актуальность выбранной темы, формулируются цель и задачи курсовой работы, определяются объект и предмет исследования, указываются методы исследования, теоретическая и информационная база, описывается структура работы. Объем введения составляет 1-2 страницы.

В первой, теоретической главе курсовой работы необходимо представить обзор теоретико-методических аспектов выбранной темы. В данной главе обобщается изученный материал по теоретическим вопросам курса.

Не допускается использование материалов из источников литературы без соответствующих ссылок на них.

Рекомендуемый объем теоретической главы – 8-10 страниц.

Во второй, аналитической главе студенты должны показать умение сбора, обработки и анализа маркетинговой информации на примере конкретного предприятия/бренда по выбранной теме.

Данная глава должна содержать достаточное количество рисунков и таблиц, что свидетельствует о способности студента систематизировать и представлять в наглядном виде результаты обработки полученной информации.

Каждый рисунок и таблица должны иметь заголовки и содержать пояснение к ним. Таблицы, занимающие более одной страницы, необходимо размещать в приложениях к курсовой работе. Следует использовать весь спектр возможных методов в области сбора и обработки данных по выбранной теме (например, опрос, наблюдение, экспертные оценки, вторичные данные и пр.). Количественные данные должны быть представлены в динамике за последние 2-3 года.

Рекомендуемый объем аналитической главы курсовой работы – 15-20 страниц.

В третьей, рекомендательной главе курсовой работы на основе анализа выявленных проблем брендинговой деятельности предприятия в выбранной области исследования студенты разрабатывают рекомендации по их решению и совершенствованию брендинговойдеятельности предприятия/бренда.

Рекомендуемый объем главы составляет 5-7 страниц.

В заключении, объемом 2-3 страницы, формулируются выводы по итогам проведенного исследования по трем основным разделам курсовой работы.

Библиографический список должен содержать не менее 25-30 наименований и включать такие источники, как нормативно-правовые акты, книги (учебники, монографии), периодические издания, статистические сборники, ресурсы интернет, внутренние документы предприятия. На все источники должны быть ссылки по тексту работы.

Библиографическое описание используемой литературы должно соответствовать требованиям Положения УрГЭУ №7.5-014-2011о требованиях к оформлению рефератов, отчетов по практике, контрольных, курсовых, дипломных работ и магистерских диссертаций.

Имеющиеся в курсовой работе приложения располагают после библиографического списка. Это могут быть объемные таблицы, образцы рекламных сообщений, анкет, должностные инструкции и др.

**5. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

Для выполнения курсовой работы по дисциплине «Бренд-менеджмент» в Приложении В приведен перечень основной и дополнительной литературы.

При написании курсовой работы используются как вторичные источники информации, так и первичные данные, собранные студентами с помощью опросов специалистов-экспертов, работников предприятия, а также потребителей товаров или услуг.

**6.ТРЕБОВАНИЯ ПО ОФОРЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

*Курсовая работа*  должна быть выполнена с использованием персонального компьютера.

Объем контрольной работы составляет 15-20 страниц (печатного текста). Текст располагается на одной стороне листа (формат А4). Текст печатается шрифтом Times New Roman, размер шрифта для основного текста – 14. Межстрочный интервал 1,5 см. Размеры полей: слева – 2,5 см; справа – 1,5 см; сверху – 2,0 см; снизу – 2,0 см. Общее количество использованных источников должно быть не менее 5-10. Научно-теоретические источники в «Списке использованной литературы» должны оформляться строго в алфавитном порядке

Курсовой проект содержит: титульный лист, содержание (план), введение, основная часть, заключение, список использованной литературы.

Содержание, введение, основная часть, заключение и список использованной литературы – печатаются с нового листа.

Нумерация страниц сквозная, начиная с титульного листа. Титульный лист является первой страницей. Второй страницей является содержание (план). Страницы нумеруются, начиная *с третьей страницы* – введения. Титульный лист и лист содержания считаются, но не нумеруются. Нумерация охватывает все последующие страницы.

***Темы 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 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.

**7.1 Список литературы:**

**Основная литература.**

1. Соловьев, Б. А. Маркетинг [Электронный ресурс] : Учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению 38.03.01 "Экономика" и экономическим специальностям / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. - Москва : ИНФРА-М, 2017. - 336 с. http://znanium.com/go.php?id=608883
2. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / В. В. Герасименко [и др.] ; под ред. В. В. Герасименко ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова,Экон. фак. - 3-е изд. - Москва : Проспект, 2016. - 512 с. http://znanium.com/go.php?id=672940
3. Грошев, И. В. Системный бренд-менеджмент [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям менеджмента и маркетинга / И. В. Грошев, А. А. Краснослободцев. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2016. - 655 с. 3экз.
4. Соловьев, Б. А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению 38.03.01 «Экономика» и экономическим специальностям / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. - Москва : ИНФРА-М, 2016. - 336 с. http://znanium.com/go.php?id=536868
5. Карпова, С. В. Брендинг [Текст] : учебник и практикум для прикладного бакалавриата : для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / С. В. Карпова, И. К. Захаренко ; под общ. ред. С. В. Карповой ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2015. - 439 с. 5экз.
6. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. Н. Ткаченко. - Москва : Магистр: ИНФРА-М, 2015. - 176 с. http://znanium.com/go.php?id=474525
7. Музыкант, В. Л. Брендинг: Управление брендом [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. Л. Музыкант. - Москва : РИОР: ИНФРА-М, 2014. - 316 с. http://znanium.com/go.php?id=416049
8. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. Н. Ткаченко ; ред. Л. М. Дмитриева ; Омс. гос. техн. ун-т. - Москва : Магистр: ИНФРА-М, 2014. - 176 с. http://znanium.com/go.php?id=433166
9. Годин, А. М. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / Александр Михайлович Годин. - 10-е изд., перераб. и доп. . - Москва : Дашков и К°, 2013. - 656 с. http://znanium.com/go.php?id=430453
10. Макашев, М. О. Бренд-менеджмент [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям подготовки 080200 "Менеджмент", 080111 "Маркетинг" (квалификация (степень) бакалавр) / М. О. Макашев. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2013. - 224 с. 11экз.
11. Нуралиев, С. У. Маркетинг [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям подготовки "Экономика", "Менеджмент", "Торговое дело" / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. - Москва : Дашков и К°, 2013. - 361 с. 1экз.
12. Нуралиев, С. У. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. - Москва : Дашков и К°, 2013. - 362 с. http://znanium.com/go.php?id=415135
13. Соловьев, Б. А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. - Москва : ИНФРА-М, 2013. - 336 с. http://znanium.com/go.php?id=407721
14. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. Н. Ткаченко ; ред. Л. М. Дмитриева. - Москва : Магистр: ИНФРА-М, 2013. - 176 с. http://znanium.com/go.php?id=429223

**Дополнительная литература.**

1. Макашева, З. М. Брендинг [Текст] : [учебное пособие] / З. М. Макашева, М. О. Макашев. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2011. - 283 с. 1экз.
2. Мазфилкина, Е. И. Маркетинг [Текст] : учеб. для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования / Е. И. Мазилкина. - Москва : Дашков и К°, 2009. - 367 с. 1экз.
3. Антонова, Н. В. Психология потребительского поведения, рекламы и PR [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. В. Антонова, О. И. Патоша. - Москва : ИНФРА-М, 2016. - 325 с. http://znanium.com/go.php?id=543751
4. Осипова, Е. А. Теория и практика социокультурного брендинга. Ценностные аспекты создания брендов в социальной сфере [Текст] / Е. А. Осипова. - Москва : ИНФРА-М, 2015. - 156 с. http://znanium.com/go.php?id=523512
5. Управление розничным маркетингом [Текст] : пер. со 2-го англ. изд. / [Дэвид Гилберт [и др.]; под ред. Дэвида Гилберта. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - XVI, 570. 3экз.
6. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок [Текст] : учебник для слушателей, обучающихся по программе "Мастер делового администрирования" / Жан-Жак Ламбен, Рубен Чумпитас, Изабель Шулинг ; [пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова]. - 2-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2014. - 718 с. 15экз.
7. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики [Текст] : производственно-практическое издание / под ред. Кейта Динни ; пер. с англ. Веры Сечной. - Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. - 325 с. 3экз.
8. Кузнецов, И. Н. Управление продажами [Электронный ресурс] : учебно-практическое пособие / И. Н. Кузнецов. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К°, 2013. - 492 с. http://znanium.com/go.php?id=430322
9. Старов, С. А. Управление собственными торговыми марками розничных сетей [Текст] : монография / С. А. Старов. - Санкт-Петербург : Издательство "Высшая школа менеджмента", 2013. - 492 с. http://znanium.com/go.php?id=493529
10. Урасова, А. Н. Инновации в управлении брендом [Текст] : (на примере рынка аудиторско-консалтинговых услуг) : [монография] / А. Н. Урасова, Т. Б. Минина, И. В. Котляревская ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. - Екатеринбург : [Издательство УрГЭУ], 2013. - 103 с. http://lib.usue.ru/resource/limit/books/14/m479504.pdf 2экз.
11. Беккер, Е. Г. Бренд и экономическая устойчивость вуза [Текст] : монография / Е. Г. Беккер, Т. Н. Бурделова, А. Ю. Юданов ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. - Москва : КноРус, 2012. - 208 с. 1экз.
12. Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Текст] : учебное пособие / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К°: Издательство Шаркова, 2012. - 271 с. 2экз.
13. Основы менеджмента [Текст] : учеб. пособие по направлению "Менеджмент" / [В. И. Королев [и др.]; под ред. В. И. Королева ; Всерос. акад. внеш. торговли. - Москва : Магистр, 2008. - 620 с. 34экз.
14. Лейни, Т. А. Бренд-менеджмент [Текст] : учеб.-практ. пособие / Лейни Т. А., Семенова Е. А., Шилина С. А. - Москва : Дашков и К°, 2008. - 227 с. 10экз.
15. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы [Текст] : учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Реклама" / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - Изд.10-е, перераб. и доп. - Москва : Дашков и К°, 2008. - 531 с. 1экз.

**9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО- ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», КОТОРЫЕ МОЖНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ ПРИ НАПИСАНИИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

1.Информационный портал Министерства Финансов Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.minfin.ru.

2. Информационный портал Консультант Плюс [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru.

3. Поисковые системы yandex.ru, google.com, rambler.ru

4. Научная электронная библиотека e-library: http://www.e-library.ru/

5.Университетская информационная система России (УИС России): http://uisrussia.msu.ru/

6. Единое окно доступа к образовательным ресурсам: <http://window.edu.ru/>

7.Энциклопедия маркетинга. Теория и практика маркетинга, исследования рынка: [http://www.marketing.spb.ru/](http://www.marketing.spb,ruhttp://www.marketing.spb.ru/)

**Интернет-ресурсы**

1. http://www.4p.ru
2. http://http://http://www.comcon-2.com
3. http://www.marketolog.ru www.7st.ru
4. outdoor-ad.rus.net
5. http://www.kbd.ru
6. http://www.rwr.
7. <http://www.aup.ru/books/m99/7.htm>
8. <http://www.webstarstudio.com/marketing/res/kommunik.htm>
9. <http://www.bestreferat.ru/>
10. <http://www.createbrand.ru/biblio/>
11. <http://ego.uapa.ru/issue/2010/01/08/>
12. <http://www.iteam.ru/publications/marketing>
13. <http://revolution.allbest.ru>
14. <http://marketing.spb.ru/read.htm>