

**Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное автономное образовательная
учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

МАРКЕТИНГ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

*Методические указания
к выполнению курсовых работ
для студентов направления подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело»*

Красноярск 2018

Методические указания к выполнению курсовых работ по курсу «Маркетинг гостиничного предприятия» для студентов направления подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело» всех форм обучения/Сост. Л.В. Багузова - ТЭИ. - Красноярск. - 2018. – 38 с.

Разработчик:

_____ Л.В. Багузова

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры

« ___ » _____ 2018г., протокол №

Зав. кафедрой:

_____ Ю.Ю. Сулова

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели выполнения курсовой работы.	3
2. Требования к содержанию, оформлению курсовой работы.	6
3. Рецензирование и защита курсовой работы.	23
4. Темы курсовых работ.	21
5. Планы и содержание курсовых работ.	23
6. Список использованных источников.	27
Приложения А - В.	31

1 ЦЕЛИ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

В соответствии с учебным планом для студентов направления подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело» на 3 курсе изучения курса «Маркетинг гостиничного предприятия» предусмотрено выполнение курсовой работы. Основной целью курсовой работы по дисциплине, является обучение студентов общему подходу к пониманию маркетинговой концепции, её роли, сущности и содержанию в прикладных сферах деятельности, в частности в туристском и гостиничном бизнесе, а также овладение основными приёмами и методами практической маркетинговой деятельности.

Основными задачами, стоящими перед студентами при выполнении курсовой работы являются:

- Овладение теоретическими знаниями в области современного маркетинга с учётом передового отечественного и зарубежного опыта;
- Знакомство с работами классиков, а также с работами современных ученых и специалистов в области теоретического и прикладного маркетинга;
- Получение полного и всестороннего представления о специфических особенностях реализации маркетинговой концепции в практике деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства;
- Умение полно представить материал по основным элементам комплекса маркетинга на предприятиях индустрии туризма и гостеприимства;
- Формирование практических умений и навыков, которые позволят ставить и решать практические маркетинговые задачи и находить эффективные и нестандартные решения;

При выполнении курсовой работы следует подчеркнуть, что социальным наполнением маркетинговой концепции является удовлетворение потребностей широкого круга потребителей, пояснить роль и значение маркетинга в стратегическом планировании деятельности предприятия. Кроме того, следует уделить внимание таким важнейшим видам маркетинговой деятельности, как сегментация потребителей по различным признакам, методика выбора целевых и наиболее «плодоносных» сегментов рынка, позиционирование продуктов и услуг, при чем все это следует раскрывать на примере предприятий важнейших секторов индустрии гостеприимства (туризма, гостиничного и ресторанного бизнеса). Курсовая работа выполняется на примере конкретного предприятия уже существующего или находящегося в стадии проектирования.

Данное исследование позволяет выявить и проанализировать круг проблем, с которыми может столкнуться предприниматель или предприятие, а также определить способы решения их.

В современных условиях грамотно построенная маркетинговая деятельность и владение инструментами бизнес-планирования, является важнейшим инструментом развития малого и среднего бизнеса. Тщательная разработка плана маркетинга предприятия фактически является алгоритмом

решения серьезных экономических задач и освоения новых коммерческих проектов в различных отраслях производственной и сбытовой деятельности (торговля, общественное питание, сфере услуг, туристском и гостиничном бизнесе и т.д.).

Выполнение курсовой работы включает ряд этапов:

1. Выбор темы работы из предложенного ниже перечня. Студент может предложить свою тему работы при условии достаточной обоснованности такого предложения (наличие интересного фактического материала и т.д.). Изменение темы допускается в исключительных случаях, решение согласуется с зав. кафедрой торгового дела и маркетинга.

2. Закрепление тем и руководства курсовой работы по распоряжению кафедры торгового дела и маркетинга.

3. Сбор теоретических и практических материалов, сведений по теме работы.

4. Написание работы. На данном этапе особо важны консультации с руководителем работы. График консультаций имеется на кафедре торгового дела и маркетинга.

5. Рецензирование и защита работы в соответствии с приведенными ниже требованиями.

Ход работы:

1. Выбор темы исследования.
2. Формирование плана работы.
3. Подбор необходимого теоретического и практического материала.
4. Выполнение смысловой части работы.
5. Подведение итогов и оформление выводов (заключение).
6. Оформление списка литературы.
7. Приложение (по желанию автора работа может иметь приложение в виде рисунков, таблиц, схем, иллюстративного и рекламного материала).

2 ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ, ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа выполняется в соответствии с планом, согласованным с руководителем и состоит из ряда разделов.

1. Введение, в котором обосновывается актуальность рассматриваемой в работе проблемы. Здесь также определяются цели, задачи работы, приводится общая структура работы. Во введении характеризуется объект исследования, перечисляются источники информации и используемые в процессе работы методы (наблюдение, анкетирование и др.).

2. Теоретическая часть работы, состоящая из 2-3 пунктов и представляющая собой обзор литературных источников по проблеме исследования. К последним относятся нормативно-правовые акты, учебники и учебные пособия, публикации в периодической печати. Цель теоретической части работы – определение концепции проблемы для ее дальнейшей проработки в практической и проектной частях работы.

3. Практическая и проектная части работы, состоящие из 3-4 пунктов и представляющие собой непосредственное изложение темы: освящение работы предприятия,

функционирования рынка в целом и т.п. Перечень характеризующих показателей определяется с руководителем в соответствии с темой (направлением) работы. Здесь формулируются негативные моменты деятельности предприятия (состояния рынка в целом) и разрабатывается система мероприятий по устранению выявленных недостатков – проектная часть работы. Практическая (проектная) часть выполняется на основе первичной и вторичной информации: данные наблюдений и опросов, статистические данные, бухгалтерская и экономическая отчетность, данные производственных и других служб (подразделений) предприятия и др.

4. Заключение, представляющее собой изложение выводов по проделанной работе, характеризует степень (глубину) проведенных студентом исследований.

Курсовая работа выполняется каждым студентом индивидуально.

В процессе выполнения курсовой работы студент должен руководствоваться приведенными ниже требованиями к содержанию, оформлению работы.

- Объем курсовой работы составляет 40-50 стр. машинописного текста.

Требования к построению текстового документа

1 Структура текстового документа

Текстовый документ, в общем случае, состоит из следующих структурных элементов:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Структурные элементы «титульный лист» и «основная часть» являются обязательными для любого текстового документа. Остальные структурные элементы включают в текстовый документ в зависимости от вида и содержания документа, установленного методическими документами или заданием на его выполнение.

Каждый структурный элемент текстового документа начинают с новой страницы.

Заголовки структурных элементов «СОДЕРЖАНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ», «ПРИЛОЖЕНИЕ» располагают посередине строки и печатают прописными буквами полужирным шрифтом. Заголовки отделяют от текста интервалом в одну строку, не подчеркивают и не нумеруют.

2 Титульный лист

2.1 Титульный лист является первой страницей текстового документа. Титульные листы к текстовым документам оформляют в зависимости от вида документа в соответствии с приложениями А, Б, В настоящего стандарта.

2.2 На титульном листе приводят:

- наименование университета;
- полное наименование института в структуре университета;
- полное наименование кафедры, выдавшей задание на выполнение работы;
- полное наименование документа;
- код и наименование направления;
- наименование темы в соответствии с заданием;
- должность, ученую степень, фамилию, инициалы и подпись руководителя работы;
- фамилию, инициалы и подпись исполнителя работы;
- город и год выполнения работы.

3 Содержание

3.1 Содержание текстового документа включает заголовки структурных элементов, порядковые номера и заголовки всех разделов (подразделов, пунктов), обозначения и заголовки приложений. Заголовки записывают строчными буквами, с первой прописной. После каждого заголовка ставят отточие и приводят номер страницы, на которой начинается данный структурный элемент или раздел (подраздел, пункт).

3.2 Заголовки структурных элементов, разделов (подразделов, пунктов) в содержании должны повторять заголовки в тексте. Сокращать заголовки или давать их в другой формулировке не допускается.

3.3 Номера и заголовки разделов, как и заголовки структурных элементов, записывают с начала строки.

Номера и заголовки подразделов приводят после абзацного отступа, равного двум знакам относительно номеров разделов.

При необходимости продолжения записи заголовка раздела (подраздела, пункта) на второй (последующей) строке его начинают на уровне начала этого заголовка на первой строке, а при продолжении записи заголовка приложения – на уровне записи обозначения этого приложения.

Пример оформления содержания приведен в приложении Б настоящего стандарта.

3.4 Допускается объединять все приложения под общим названием «Приложения», с указанием их обозначений и интервала номеров страниц.

Пример –

Приложения А – Т.....58-74

4 Введение

В общем случае введение должно содержать оценку современного состояния исследуемой проблемы, формулировку цели и задач работы, методы и средства решения задач, отражать актуальность и новизну выполняемой работы.

5 Основная часть

Содержание разделов основной части текстового документа зависит от темы и вида выполняемой работы.

В разделах основной части текстового документа приводятся описания теоретических вопросов, методик выполнения работы, выполненных экспериментальных исследований, результаты патентно-информационного поиска, расчеты, графики, таблицы, схемы.

6 Заключение

Заключение, в зависимости от вида работы, может содержать:

- выводы по результатам выполненной работы;
- оценку полноты решений поставленных задач, полученных результатов, преимущества принятых решений и рекомендации по их использованию;
- оценку технико-экономической эффективности внедрения и применения результатов работы;
- обоснование теоретической и практической ценности полученных результатов.

7 Список использованных источников

В список использованных источников включают все литературные источники, правовые и нормативные документы, использованные автором при написании работы.

8 Приложения

8.1 Материалы, которые по каким-либо причинам не могут быть помещены в основной текст документа, рекомендуется оформлять в виде приложений.

8.2 Приложениями могут быть:

- иллюстрации большого формата или объема;
- сметы, ведомости;
- описание аппаратуры и приборов, примененных при проведении экспериментов, измерений, испытаний;
- иллюстрации вспомогательного характера;
- промежуточные математические доказательства, формулы и расчеты;
- протоколы, акты внедрения, акты испытания оборудования, отчет о патентных исследованиях;
- бланки анкет;
- распечатки с ЭВМ;
- тексты программ для ЭВМ, разработанных в процессе выполнения работы;
- таблицы с данными, дополняющими основные результаты;
- ведомость выполненного графического материала.

Допускается в качестве приложения использовать схемы, чертежи, ведомости, спецификации, таблицы, заимствованные из других, самостоятельно выпущенных, документов.

Требования к оформлению и изложению текстовых документов

1 Общие требования

1.1 Текстовые документы выполняют печатным способом с использованием компьютера и принтера на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм), шрифтом Times New Roman 14 размера, межстрочный интервал принимают одинарный или полуторный. Абзацный отступ должен быть одинаковым по всему тексту документа и равен пяти знакам (12,5 мм).

В исключительных случаях допускается рукописное изложение текста документа. При этом почерк должен быть четким и аккуратным, чернила одного цвета, высота букв и цифр не менее 2,5 мм, расстояние между строк не менее 8 мм и не более 10 мм.

1.2 Текст курсовой работы печатают на листах (без рамки) с соблюдением следующих размеров полей:

- левого – 30 мм;
- верхнего и нижнего – 20 мм;
- правого – 10 мм.

2 Нумерация страниц

2.1 Страницы текстового документа нумеруют арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему документу.

На листах без рамки номер страницы проставляют в центре нижней части листа.

2.2 Титульный лист текстового документа включают в общую нумерацию страниц. Номер страницы на титульном листе не проставляют.

3 Изложение текста

3.1 Текст должен быть четким, не допускающим различных толкований, логически последовательным, необходимым и достаточным для понимания сути документа (темы).

3.2 В тексте следует применять научно-технические термины, обозначения и определения, установленные соответствующими стандартами, а при их отсутствии – общепринятые в научно-технической литературе.

3.3 В тексте следует применять сокращения слов, установленные соответствующими стандартами (буквенные аббревиатуры, условные графические сокращения по начальным буквам и частям слов, сложносокращенные слова).

Если в тексте принята особая система сокращения слов, то их необходимо расшифровать непосредственно в тексте при первом упоминании и привести перечень принятых сокращений в структурном элементе «СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ».

Пример – ... информационно-аналитический комплекс (ИАК).

В подрисуночных надписях и заголовках рисунков, таблиц, разделов (подразделов, пунктов) сокращение слов и словосочетаний не допускается.

3.4 Условные буквенные обозначения, изображения или знаки должны соответствовать принятым в государственных стандартах.

При необходимости применения условных буквенных обозначений, изображений или знаков, не установленных действующими стандартами, их следует пояснять в тексте.

3.5 В текстовом документе следует применять стандартизованные единицы физических величин, их наименования и обозначения в соответствии с ГОСТ 8.417.

Единица физической величины одного и того же параметра в пределах документа должна быть одинаковой.

4 Деление текста

4.1 Текст основной части документа делят на разделы, подразделы. При необходимости разделы или подразделы разбивают на пункты и подпункты. При делении текста на пункты и подпункты необходимо, чтобы каждый пункт (подпункт) содержал законченную информацию.

4.2 Разделы, подразделы, пункты и подпункты нумеруют арабскими цифрами и печатают с абзацного отступа.

Разделы нумеруют в пределах основной части документа.

Пример – 1; 2; 3; 4 и т. д.

Подразделы нумеруют в пределах каждого раздела. Номер подраздела должен состоять из номера раздела и подраздела, отделенных точкой.

Пример – 1.1; 1.2; 1.3; 1.4 и т. д.

Если раздел не имеет подраздела, то номер пункта в нем должен состоять из номера раздела и пункта, отделенных точкой.

Пункты нумеруют в пределах каждого подраздела. Номер пункта должен состоять из номеров раздела, подраздела и пункта, отделенных точками.

Пример – 1.1.1; 1.1.2; 1.1.3; 1.1.4 и т. д.

Пункты, при необходимости, делят на подпункты, которые должны иметь порядковую нумерацию в пределах каждого пункта.

Пример – 1.1.1.1; 1.1.1.2; 1.1.1.3; 1.1.1.4 и т. д.

4.3 Внутри пунктов или подпунктов могут быть приведены перечисления. Перечисления выделяют абзацным отступом и перед каждой позицией перечисления ставят дефис.

При необходимости ссылки в тексте на одно или несколько перечислений перед каждой позицией вместо дефиса ставят строчную букву, приводимую в алфавитном порядке, а после нее – круглую скобку.

Для дальнейшей детализации перечисления используют арабские цифры со скобкой, приводя их со смещением вправо на два знака относительно перечислений, обозначенных буквами.

Пример – Для всех медицинских изделий установлены следующие дополнительные требования:

а) проведение контроля окружающей среды, который осуществляют в следующих случаях:

- 1) при поставке стерильных изделий;
- 2) когда микробиологическая и/или макробиологическая чистота имеет значение при эксплуатации изделий;

б) установление поставщиком и соблюдение им требований к чистоте изделий.

5 Заголовки

5.1 Разделы и подразделы основной части документа должны иметь заголовки.

Заголовки пунктов приводят, если в подразделе содержится два и более пункта, разделенных на подпункты. При этом заголовки приводят для всех пунктов, включенных в данный подраздел.

5.2 Заголовки должны четко и кратко отражать содержание соответствующих разделов, подразделов, пунктов.

5.3 Заголовок печатают после номера раздела (подраздела или пункта) с прописной буквы полужирным шрифтом без точки в конце, не подчеркивая. Переносы слов в заголовке не допускаются. Если заголовок состоит из двух предложений, их отделяют точкой.

Заголовки отделяют от текста интервалом в одну строку.

6 Формулы

6.1 Формулы выделяют из текста в отдельную строку и печатают с абзачного отступа. Выше и ниже каждой формулы должна быть оставлена одна свободная строка. Если формула не умещается в одну строку, то ее переносят на следующую строку на знаках выполняемых операций, причем знак в начале следующей строки повторяют.

6.2 Формулы, помещаемые в тексте, нумеруют по порядку арабскими цифрами в пределах документа. Номер указывают в круглых скобках в крайнем правом положении на строке на уровне формулы.

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

Пример –



6.3 Формулы, помещаемые в таблицах или в поясняющих данных к иллюстрациям, не нумеруют.

6.4 Формулы, приведенные в приложении, обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами. Перед номером формулы ставят обозначение приложения. Номер формулы и обозначение приложения разделяют точкой.

Пример –

$$\alpha = 4(A/C) : (1 + A/C)^2 + B^2 / C(\varpi / \varpi_r - \varpi_r / \varpi)^2 \quad (\text{A.1})$$

6.5 Пояснения символов и числовых коэффициентов, входящих в формулу, приводят непосредственно под формулой.

Пояснения каждого символа приводят с новой строки. Первую строку пояснения начинают со слова «где», без двоеточия и абзацного отступа.

Пример – Продолжительность воздействия солнечного облучения на изделие в течение заданного срока службы определяют по формуле

$$L_{\odot} = 365 \cdot L_{сл} \cdot K_c \cdot K_{оэ}, \quad (1)$$

где $L_{сл}$ – заданный срок службы изделия в годах;

K_c – относительная продолжительность светлого времени в течение суток;

$K_{оэ}$ – относительная продолжительность времени пребывания изделия в светлое время суток на открытом воздухе.

Расчет L_{\odot} выполняют с использованием рабочей таблицы 7 и справочника [20, с. 102] для определения коэффициентов $L_{сл}$, K_c , $K_{оэ}$.

$$L_{\odot} = 365 \cdot 3 \cdot 0,5 \cdot 0,125 = 68 \text{ сут.}$$

6.6 Одинаковые буквенные обозначения величин, повторяющиеся в нескольких формулах, поясняют один раз при первом упоминании. При повторном их применении делают запись, например: $L_{сл}$ – то же, что и в формуле (1).

6.7 Формулы, следующие одна за другой и не разделенные текстом, разделяют запятой.

6.8 При ссылке в тексте документа на формулу ее порядковый номер указывают в круглых скобках.

Пример – Значение wg определяют по формуле (2).

6.9 Формулы, а также знаки, буквы, символы, обозначения допускается вписывать в текстовый документ от руки пастой черного цвета. При этом буквы, цифры и знаки должны соответствовать ГОСТ 2.304.

7 Таблицы

7.1 Таблицы применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения числового или текстового материала.

7.2 Таблицу, в зависимости от ее размера, помещают непосредственно под текстом, в котором дана ссылка на нее, или на следующей странице, а при необходимости, в приложении к документу.

Допускается помещать таблицу вдоль длинной стороны листа документа (лист альбомной ориентации).

7.3 Над таблицей помещают слово «Таблица» без абзацного отступа, затем – номер таблицы, через тире – наименование таблицы.

Наименование таблицы должно отражать содержание таблицы, быть точным и кратким.

7.4 Таблицу справа, слева и снизу ограничивают линиями.

Головку таблицы рекомендуется отделять от остальной части таблицы двойной линией. Структура таблицы приведена на рисунке 1.

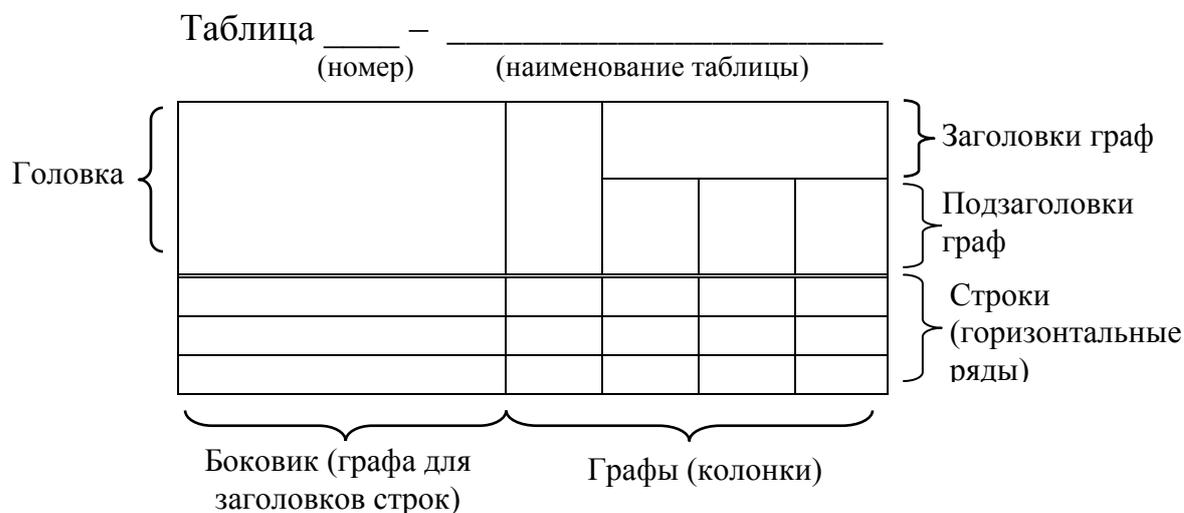


Рисунок 1 – Структура таблицы

7.5 Таблицы, за исключением таблиц приложений, нумеруют арабскими цифрами сквозной нумерацией.

Допускается нумерация таблиц в пределах раздела. В этом случае номер таблицы состоит из номера раздела и порядкового номера таблицы, отделенных точкой.

Таблицы, приведенные в приложении, нумеруют отдельной нумерацией арабскими цифрами, добавляя перед номером обозначение приложения. Номер таблицы и обозначение приложения разделяют точкой.

Пример – Таблица А.1

7.6 На все таблицы документа приводят ссылки в тексте документа. При ссылке на таблицу пишут «... представлены в таблице 2.2» или «В таблице 4.14 приведены...».

7.7 Заголовки граф и строк таблицы печатают с прописной буквы, а подзаголовки граф – со строчной буквы, если они составляют одно предложение с заголовком граф, или с прописной буквы, если они имеют самостоятельное значение.

Заголовки граф выравнивают по центру и располагают параллельно строкам таблицы. При необходимости допускается перпендикулярное расположение заголовков граф.

Разделять заголовки и подзаголовки граф и боковика диагональными линиями не допускается.

В конце заголовков и подзаголовков граф таблицы точки не ставят.

Пример –

Таблица 1 – Значения физических показателей растворителей

Наименование растворителя	Температура, °С		Предел взрываемости в смеси с воздухом, %
	вспышки	самовоспламенение	
Ксилол	24	494	1,0 – 6,0
Толуол	4	536	1,2 – 6,5
Бутилацетат	29	450	1,4 – 14,7

7.8 Если все показатели, приведенные в графах таблицы, выражены в одной и той же единице физической величины, то ее обозначение указывают один раз справа над таблицей.

Если числовые значения величин в графах таблицы выражены в разных единицах физической величины, то их обозначение указывают в заголовке каждой графы или строки после наименования соответствующего показателя через запятую.

При необходимости нумерации показателей, включенных в таблицу, их порядковые номера указывают в первой графе (боковике) таблицы перед наименованием.

Пример –

Таблица 1 – Исходные данные

Наименование показателя	Значение показателя
1 Нормативный срок эксплуатации оборудования, лет	10
2 Площадь земли, занимаемая производством, м ²	35
3 Численность персонала, обслуживающего установку, чел.	2

7.9 Если строки таблицы выходят за формат листа, то таблицу делят на части и помещают их рядом или на следующих страницах документа, повторяя головку таблицы. При этом слово «Таблица», ее номер и наименование указывают один раз слева над первой частью таблицы, а над другими частями – слева, без абзацного отступа пишут «Продолжение таблицы ...», над последней частью таблицы пишут «Окончание таблицы ...» и указывают ее номер.

При переносе таблицы на все последующие страницы допускается заменять ее головку строкой нумерации боковика и граф. При этом на первой странице таблицы, после ее головки, приводят строку с номерами боковика и граф, отделяя ее от основной части таблицы двойной линией, а от головки одинарной.

7.10 Для сокращения текста заголовков и/или подзаголовков граф таблицы отдельные наименования параметров (размеров, показателей) заменяют буквенными обозначениями, установленными ГОСТ 2.321, или

другими обозначениями, если они пояснены в тексте или графическом материале. При этом буквенные обозначения выделяют курсивом.

Пример –

Таблица 1 – Зависимость показателей от условного прохода

Условный проход, D_y	D	L	Размеры в миллиметрах		
			L_1	L_2	L_3
50	160	130	525	600	160
80	195	210			170
100	215	230	530	610	190

7.11 Если необходимо дополнительно пояснить отдельные слова, числа, символы или предложения, приведенные в таблице, их оформляют в виде сноски. Знак сноски ставят непосредственно после того числа, слова, символа или предложения, к которому дается пояснение и перед текстом пояснения. Знак сноски выполняют надстрочно звездочкой «*» или арабскими цифрами со скобкой.

Сноску к таблице располагают в конце таблицы над линией, обозначающей окончание таблицы.

Пример –

Таблица 1 – Значения показателей для различных типов экскаваторов

Наименование показателя	Значение для экскаватора типа		
	ЭКО _С -1,7	ЭКО _Р -1,2	ЭКО _Р -2,0
Глубина копания канала, не менее, м	1,7	1,2*	2,0*
Номинальная ширина копания канала, м	0,2	0,4; 0,6; 0,8	0,6**; 0,8; 1,0
* При наименьшем коэффициенте заполнения.			
** Для экскаваторов на тракторе Т-130.			

7.12 При наличии в текстовом документе небольшого по объему цифрового материала его рекомендуется приводить в текстовой части документа, располагая цифровые данные в виде колонок.

Пример – ... предельные отклонения размеров профилей всех номеров:
 по высоте $\pm 2,5$ %
 по ширине полки $\pm 1,5$ %
 по толщине стенки $\pm 0,3$ %

7.13 В таблице рекомендуется использовать размер шрифта 10, 12 Times

8 Иллюстрации

8.1 Иллюстрации в текстовом документе (чертежи, диаграммы, графики, фотоснимки, схемы) размещают непосредственно после ссылки на них в тексте или на следующей странице и обозначают словом «Рисунок».

Если иллюстрация вставляется в разрыв текста, то она должна располагаться симметрично относительно полей страницы и сверху и снизу отделяться интервалом в одну строку от текста документа.

8.2 Иллюстрации, за исключением иллюстраций приложений, нумеруют арабскими цифрами сквозной нумерацией в пределах документа.

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

Если в документе одна иллюстрация, то ее обозначают «Рисунок 1».

8.3 Иллюстрации должны иметь наименование и, при необходимости, поясняющие данные. Поясняющие данные помещают под иллюстрацией, а ниже по центру печатают слово «Рисунок», его номер и наименование.

Пример –

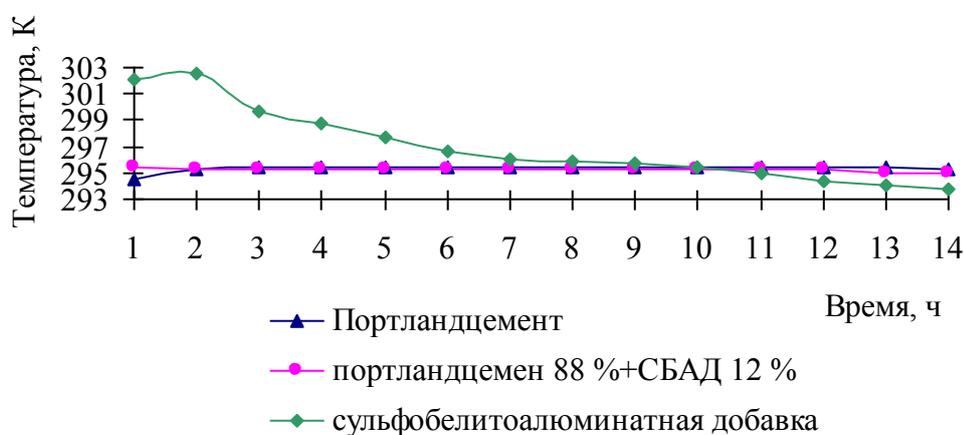


Рисунок 1 – Тепловыделение цементного теста нормальной густоты

Для оформления поясняющих данных к иллюстрации допускается применять шрифт Times New Roman размером 12.

8.4 Если иллюстрация не умещается на одной странице текстового документа, то ее переносят на другие страницы. При этом на первой странице под иллюстрацией указывают ее номер и наименование. На всех последующих страницах приводится только номер иллюстрации и номер листа.

Пример –

Рисунок 1 – Блок-схема процессов при проектировании, лист 1

Рисунок 1, лист 2

Рисунок 1, лист 3

Поясняющие данные располагают либо на том листе иллюстрации, к которому они относятся, либо на последнем листе иллюстрации над ее номером.

8.5 Иллюстрации, приведенные в приложениях, нумеруют арабскими цифрами в пределах каждого приложения, добавляя перед цифрой обозначение приложения и разделяя их точкой.

Пример – Рисунок А.1– Схема работы теплогенератора Т603

8.6 При ссылке в тексте документа на иллюстрацию пишут «...в соответствии с рисунком 2», или «...на рисунке 3».

9 Библиографические ссылки

9.1 При использовании в текстовом документе материалов (формул, таблиц, цитат, иллюстраций и т.п.) из других документов необходимо дать библиографическую ссылку на документ, из которого был заимствован материал. Библиографическую ссылку составляют по ГОСТ Р 7.0.5.

В текстовом документе допускается использовать внутритекстовые и подстрочные библиографические ссылки.

9.2 Внутритекстовую библиографическую ссылку приводят в круглых скобках непосредственно в строке после текста, к которому относится. В круглых скобках указывают только те сведения об источнике, которые не вошли в текст документа.

Примеры

1 В.К. Андреевич отмечал, что в Сибири «... допускались и частичные переселения обывателей из одного пункта в другой» (Андреевич В.К. Исторический очерк Сибири. Томск, 1887. С. 61-62).

2 А.П. Александров в своей книге «Атомная энергетика и научно-технический прогресс» (М., 1978. С. 81) подчеркивает, что «...».

9.3 Подстрочную библиографическую ссылку выносят из текста вниз страницы, отделяют от текста короткой тонкой горизонтальной линией с левой стороны, и печатают уменьшенным размером шрифта.

Для связи подстрочных библиографических ссылок с текстом используют знак сноски в виде арабской цифры, набранной надстрочным

шрифтом.

В подстрочной библиографической ссылке приводят все элементы библиографического описания источника.

Пример –

В тексте: В.И. Тарасова в своей работе «Политическая история Латинской Америки»¹ говорит...

В ссылке:

¹ Тарасова В.И. Политическая история Латинской Америки. М., 2006. С. 304-401.

Допускается в подстрочной ссылке указывать только те сведения об источнике, которые не вошли в текст.

Пример –

В тексте: « ... Счастье – оно было завоевано длительным общением с романом», – пишет Л. Погожева в статье «Возращение к Стендалю»¹.

В ссылке:

¹ Лит. газ. 1998. 7 янв. С. 8.

9.4 При наличии в текстовом документе списка использованных источников внутри текста помещают отсылку к списку. Отсылку, содержащую порядковый номер источника, на который ссылаются, приводят в квадратных скобках.

Примеры

1 А.Б. Евстигнеев [13] и В.Е. Гусев [27] считают, что ...

2 Интересный обзор зарубежной практики модернизации производства содержится в монографии И.И. Русинова [3].

Если ссылаются на конкретный фрагмент текста документа, в отсылке указывают порядковый номер документа в списке и страницы, на которых помещен объект ссылки, сведения разделяют запятой:

Пример – В своей книге А.Д. Галанин [20, с. 29] писал: „ “.

При ссылке на многотомный документ в целом, в отсылке указывают также обозначение и номер тома (выпуска, части и т.п.).

Пример – [18, т. 1, с. 75].

Если заимствуется идея, общая для разных работ одного или нескольких авторов, то в скобках группы сведений разделяют знаком «точка с запятой».

Пример – Ряд авторов [59; 67, с. 40-46; 82] считают, что:...

10 Оформление списка использованных источников

10.1 Список использованных источников помещают в конце текстового документа перед приложениями.

10.2 Сведения об источниках в списке приводят в виде библиографических записей, составленных по ГОСТ 7.1, ГОСТ 7.80 и ГОСТ 7.82. При составлении библиографического описания допускается применять сокращение отдельных слов и словосочетаний. Сокращения должны соответствовать требованиям ГОСТ 7.11 и ГОСТ Р 7.0.12.

Все библиографические записи нумеруют арабскими цифрами и печатают с абзацного отступа. Нумерация должна быть сквозной для всего списка.

10.3 Допускаются следующие способы группировки библиографических записей в списке:

- алфавитный;
- систематический (тематический);
- хронологический.

При алфавитном способе группировки все библиографические записи располагают по алфавиту фамилий авторов или первых слов заглавий документов, описания которых составлены под заглавием. Библиографические записи произведений одного автора помещают по алфавиту заглавий. Библиографические записи произведений авторов-однофамильцев располагают в алфавите их инициалов, библиографические записи стандартов и других нормативных документов – в порядке возрастания регистрационных номеров обозначений.

При систематической (тематической) группировке библиографические записи располагают в порядке их упоминания в тексте.

При хронологическом способе группировки библиографические записи располагают в порядке хронологии годов издания. Библиографические записи документов, опубликованных в одном году, располагают в алфавитном порядке.

Выбранный способ расположения библиографических записей в списке должен быть выдержан от начала до конца. Нельзя смешивать разные способы группировки материала в списке.

10.4 При наличии в списке документов на других языках, кроме русского, образуют дополнительный алфавитный ряд, который располагают после изданий на русском языке.

10.5 Примеры оформления библиографических записей документов в

списке использованных источников приведены в приложении У.

11 Оформление приложений

11.1 Приложения располагают в конце текстового документа.

11.2 Приложения обозначают прописными буквами русского алфавита, начиная с А (за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ь, Ы, Ъ), которые приводят после слова «ПРИЛОЖЕНИЕ».

Каждое приложение начинают с новой страницы.

11.3 Каждое приложение должно иметь заголовок. Заголовок приложения записывают с прописной буквы, располагают симметрично тексту и отделяют от текста интервалом в одну строку.

11.4 Приложения, как правило, выполняют на листах формата А4. Допускается приложения выполнять на листах формата А3, А3х4, А4х4, А2, А1 по ГОСТ 2.301.

11.5 Текст каждого приложения, при необходимости, может быть разделен на разделы, подразделы и пункты, которые нумеруют арабскими цифрами в пределах каждого приложения, добавляя перед номером обозначение приложения.

Если приложение представлено в виде таблицы и расположено на нескольких страницах, то на последующих страницах приложения пишут с начала строки «Продолжение приложения» или «Окончание приложения», указывают его обозначение, отделяют интервалом в одну строку и, повторяя головку таблицы, продолжают таблицу.

11.6 Приложения могут быть оформлены как продолжение данного документа на последующих его листах или в виде отдельного документа (отчет о патентных исследованиях, программа и методика испытаний, инструкция, смета и пр.).

11.7 Приложения, выполняемые как продолжение данного текстового документа, должны иметь общую с остальной частью документа сквозную нумерацию страниц.

Если приложение выполнено в виде отдельного самостоятельного документа, то его вкладывают в текстовый документ, при этом на титульном листе самостоятельного документа под его наименованием указывают слово «ПРИЛОЖЕНИЕ» и его обозначение. Страницы этого приложения включают в общую нумерацию страниц текстового документа.

3 РЕЦЕНЗИРОВАНИЕ И ЗАЩИТА КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Выполненную курсовую работу студент сдает на кафедру для рецензирования не позже, чем за 10 дней до начала экзаменационной сессии. Работа, сданная на кафедру регистрируется и передается руководителю для рецензирования на срок до 10 дней. При рецензировании работы учитывают

следующее: полнота освещения основных вопросов в соответствии с планом работы, использование различных источников литературы, наличие таблиц, рисунков, грамотность и выдержанный научный стиль изложения вопросов, освещаемых в работе, творческий подход к выполнению работы, правильное оформление курсовой работы. В итоге рецензирования руководитель даёт заключение о допуске или не допуске к защите курсовой работы, формулирует замечания.

Не допущенная к защите работа возвращается на доработку в соответствии с замечаниями, а затем повторно рецензируется.

Студент защищает курсовую работу комиссии из двух преподавателей кафедры маркетинга. На защите студент в краткой форме (3-5 мин.) излагает содержание работы, используя при необходимости раздаточный материал, дает ответы на вопросы членов комиссии.

Студенты, получившие удовлетворительную оценку на защите курсовой работы, допускаются к сдаче курсового экзамена (зачета). Курсовая работа сдается на кафедру, хранится в течении 5 лет, а затем списывается.

4 ТЕМЫ КУРСОВЫХ РАБОТ

1. Ретроспективный анализ концепций маркетинга, особенности их использования в современной индустрии туризма и гостеприимства.
2. Комплекс маркетинга, особенности его разработки на предприятиях туризма и гостеприимства.
3. Стратегическое маркетинговое планирование на предприятиях индустрии туризма и гостеприимства.
4. Система тактического планирования маркетинговой деятельности на предприятиях туризма и гостеприимства.
5. Организация и совершенствование служб маркетинга на предприятиях туризма и гостеприимства.
6. Формирование системы маркетинговой информации с использованием современных информационных ресурсов (Интернет и т.д.).
7. Формирование системы маркетинговых исследований на предприятиях туризма и гостеприимства.
8. Формирование системы социологических исследований для сбора и анализа маркетинговой информации.
9. Анализ факторов маркетинговой среды предприятий туризма и гостеприимства.
10. Формирование продуктовой стратегии предприятий туризма и гостеприимства.
11. Формирование сбытовой стратегии предприятий туризма и гостеприимства.
12. Формирование ценовой стратегии предприятия туризма и гостеприимства.
13. Формирование коммуникативной стратегии предприятия туризма и

гостеприимства.

14. Особенности сегментирования рынка туристских и гостиничных услуг.

15. Особенности позиционирования в индустрии туризма и гостеприимства.

16. Формирование ассортиментной политики на предприятиях индустрии туризма и гостеприимства.

17. Разработка маркетинговой инновационной политики предприятия туризма и гостеприимства.

18. Анализ основных моделей поведения потребителей в процессе покупки товаров и услуг.

19. Анализ рынка услуг, особенности и перспективы его развития.

20. Реклама как важнейший элемент комплекса маркетинга предприятия туризма и гостеприимства.

21. Паблик рилейшнз как основной элемент формирования благоприятного имиджа фирмы.

22. Выставочная деятельность предприятия, как важнейший элемент коммуникационной политики фирмы.

23. Емкость рынка туристских и гостиничных услуг, пути и особенности ее прогнозирования.

24. План маркетинга, как основной раздел бизнес-плана предприятия.

25. Современные подходы к типизации потребителей туристских и гостиничных услуг.

26. Сущность и особенности туристского (гостиничного) продукта, способы его формирования.

27. Туристские и рекреационные потребности, их место и роль в системе потребностей населения.

28. Спрос на туристские и рекреационные услуги, система формирования спроса.

29. Пути повышения конкурентоспособности предприятий индустрии туризма и гостеприимства.

30. Международный маркетинг как важнейший инструмент внешнеэкономической деятельности предприятия.

31. Пути формирования позитивного имиджа предприятий туризма и гостеприимства.

32. Брэнд туристского предприятия, особенности и значение эффективного брендинга.

33. Электронный маркетинг его роль и значение в формировании коммуникативной политики туристского предприятия.

34. Веб-сайт туристского предприятия как инструмент эффективных продаж.

35. Рынок услуг туризма и гостеприимства, основные методы исследования.

5 Планы и содержание курсовых работ

Примерное содержание теоретической части по некоторым темам курсовой работы.

1. Тема: *Ретроспективный анализ концепций маркетинга, особенности их использования в современной индустрии туризма и гостеприимства.*

1. Маркетинг как философия современного бизнеса и как направление передовой экономической мысли.
2. Социально-экономическая сущность и специфические особенности маркетинга услуг.
3. Понятие маркетинга в индустрии гостеприимства его основные задачи и функции.
4. . Концепции маркетинга: виды и характеристика основных концепций.
5. Развитие концепций маркетинга под воздействием процессов глобализации в современном обществе.

2.Тема: *Комплекс маркетинга, особенности его разработки на предприятиях туризма и гостеприимства.*

1. Понятие и характеристика основных функций маркетинга, тенденции и перспективы развития.
2. Принцип «Четырех Пи» как базисный комплекс маркетинга и его основные элементы.
3. Специфические особенности разработки комплекса маркетинга в индустрии гостеприимства.
4. Основные подходы туристских и гостиничных предприятий к маркетингу - «Четыре Пи», «Семь Пи» и «Девять Пи» в туристском и гостиничном маркетинге.

3.Тема: *Стратегическое маркетинговое планирование на предприятиях индустрии туризма и гостеприимства.*

1. Современный маркетинг: основные категории и тенденции развития.
2. Планирование маркетинговой деятельности, основные этапы маркетингового планирования, роль и значение ситуационного анализа.
3. Стратегическое маркетинговое планирование, основные маркетинговые стратегии, применяемые гостиничными предприятиями
4. . Выбор альтернативных маркетинговых стратегий с использованием матрицы «продукт-рынок» и матрицы «БКГ».

4. Тема: *Система тактического планирования маркетинговой деятельности на предприятиях туризма и гостеприимства*

1. Тактическое маркетинговое планирование: основные цели, задачи и функции.

2. Планирование маркетинговой деятельности туристского предприятия, виды и структура планов маркетинга.

3. Ключевые направления маркетингового планирования предприятий индустрии гостеприимства.

4. Формирование маркетинговой программы предприятия гостеприимства, особенности маркетингового контроля.

5. Тема: *Формирование продуктовой стратегии предприятий туризма и гостеприимства.*

1. Туристский (гостиничный) продукт, применение трехуровневого маркетингового подхода к его формированию и продвижению.

2. Сущность и особенности формирования продуктовой стратегии туристского и гостиничного предприятия.

3. Формирование ассортиментной политики предприятия гостеприимства.

4. Новые туристские (гостиничные) продукты особенности их формирования и внедрения на рынок.

6. Тема: *Формирование сбытовой стратегии предприятий туризма и гостеприимства.*

1. Сущность и особенности формирования сбытовой стратегии туристского и гостиничного предприятия.

2. Система каналов сбыта туристских и гостиничных услуг, характеристика и структура каналов, основные каналы сбыта туристских и гостиничных услуг.

3. Основные критерии оценки каналов сбыта.

4. Роль и значение систем бронирования в организации продаж гостиничных продуктов и услуг.

5. Анализ основных клиентурных групп гостиничных предприятий, характеристика основных типов клиентов.

7. Тема: *Формирование ценовой стратегии предприятия туризма и гостеприимства.*

1. Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия, факторы определяющие цены.

2. Особенности ценообразования в туризме и гостиничном бизнесе.

3. Постановка целей и выбор методов ценообразования.

4. Характеристика стратегии и тактик ценообразования, применяемых в практике туризма и гостиничного бизнеса.

8. Тема: *Выставочная деятельность предприятия, как важнейший*

элемент коммуникационной политики фирмы.

1. Особенности формирования коммуникационной политики туристского предприятия
2. Роль выставочной деятельности в комплексе маркетинга предприятия индустрии туризма и гостеприимства
3. История развития выставочной деятельности, типология выставочной деятельности
4. Современное состояние выставочной деятельности и перспективы развития как важнейшего элемента маркетинговых коммуникаций
5. Анализ и характеристика событийного календаря Российской Федерации

9. Тема: Пути формирования позитивного имиджа предприятий туризма и гостеприимства.

1. Имидж предприятий туризма и гостеприимства: основные понятия, роль и значение в развитии бизнеса.
2. Основные принципы и концептуальные подходы, применяемые при формировании имиджа предприятий.
3. Ассортимент товаров и услуг предприятия как инструмент формирования позитивного образа фирмы.
4. Корпоративная культура предприятия – важнейшая составляющая имиджа предприятия гостеприимства.

10. Тема: Брэнд туристского предприятия, особенности и значение эффективного брендинга.

1. Брэнд предприятия гостеприимства: основные понятия, роль и значение эффективного брендинга.
2. Формирование успешного брэнда, применение процессного подхода к брендингу.
3. Фирменный стиль как важнейший элемент успешного брендинга.
4. Применение современных информационных технологий для разработки брэнда.

11. Тема: Электронный маркетинг его роль и значение в формировании коммуникативной политики туристского предприятия.

1. Коммуникативная политика предприятия туризма и гостеприимства ее роль в увеличении объема продаж предприятия.
2. Специфика электронного бизнеса в туризме и гостеприимстве, факторы, влияющие на формирование и продвижение туристского продукта по электронным каналам распространения.
3. Характеристика электронных каналов продаж туристских и гостиничных продуктов.
4. Современные системы бронирования и резервирования туристских

продуктов и услуг, оценка их эффективности.

12. Тема: Веб-сайт туристского предприятия как инструмент эффективных продаж.

1. Информационный маркетинг его роль и значение в развитии рынка туристских и гостиничных услуг.

2. Веб-сайт туристской компании, его структура функции, особенности дизайна.

3. Информационные модули веб-сайта туристского предприятия, особенности их формирования.

4. Технология и эффективные пути продвижения веб-сайта туристского предприятия.

13. Тема: Рынок услуг туризма и гостеприимства, основные методы исследования.

1. Современные тенденции мировой индустрии туризма и гостеприимства.

2. Факторы, оказывающие влияние на формирование рынка услуг туризма и гостеприимства.

3. Рынок туристских услуг и его компоненты.

4. методы исследования и прогнозирования рынка туристских и гостиничных услуг.

6 СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Александрова, А. Ю., Ступина, О. Г. Туристское регионоведение: влияние региональной интеграции на мировой туристский рынок : монография / А. Ю. Александрова, О. Г. Ступина. — М.: КноРус, 2014.
2. Амосова Г. М. Особенности экспансии гостиничных сетей на зарубежные рынки // Управление экономическими системами. Электронный научный журнал. — 2013. — № 11.
3. Басовский Л.Е. Маркетинг [Текст] : учеб. пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2014. – 294 с.
4. Баумгартен Л. В. Стандартизация и контроль качества гостиничных услуг: учебник для вузов / Л. В. Баумгартен. — М.: Академия, 2013.
5. Баумгартен Л. В. Управление качеством услуг в туризме: учебник для вузов / Л. В. Баумгартен. — М.: Академия, 2010.
6. Баумгартен Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия. Практикум [Текст] / Л. В. Баумгартен. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2016. - 216 с.
7. Безрутченко Ю. В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме : учеб, пособие / Ю. В. Безрутченко. — 2-е изд. — М.: Дашков и К°, 2014.
8. Беседина Т. Корпоративный клиент в гостинице: краткое руководство по привлечению и удержанию/Т. Беседина. — Киев: Академия Гостеприимства. — 2013. — № 2 (апрель).
9. Бурнацева Э. Р. Современные маркетинговые стратегии: автореф. дис.... канд. эконом, наук / Э. Р. Бурнацева. — М., 2010.
10. Бутко И. И. Маркетинг в туризме / И. И. Бутко, А. В. Ситников, Е. А. Ситников. — М.: Дашков и К; Наука-спектр, 2009.
11. Галочкин А. Простые приемы, которые повышают продажи отдельного сайта / А. Галочкин // Гостиница и ресторан: бизнес и управление.

— 2012. — № 7.

12. Герасименко В. В. Ценообразование: учеб, пособие/ В. В. Герасименко — М.: ИНФРА-М, 2011.

13. Герасименко В.В. Маркетинг [Текст]: учебник / Под ред. В.В. Герасименко. — 3-е изд. — М.:Прспект, 2016. — 512 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=672940>

14. Голубева К. Управление доходами гостиницы : секреты успешных продаж рынка / К. Голубева. — URL: ratanews.ru/hotels/hotels_11092012_2.stm

15. Голубков Е. П. Маркетинг для маркетологов / Е. П. Голубков. — URL: ratanews.ru/hotels/hotels_11092012_2.stm

16. Дурович. А. П. Маркетинг в туризме: учеб, пособие для вузов / А. П. Дурович. — М.: ИНФРА-М, 2010.

17. Елканова Д. И. Основы индустрии гостеприимства : учеб, пособие / Д. И. Елканова (и др.]. — М.: Дашков и К°, 2010.

18. Ефремова М. В. Проблемы и перспективы интернет-продаж в туристическом и гостиничном секторе / М. В. Ефремова, Д. В. Коротин // Менеджмент в России и за рубежом. — 2012. — № 5.

19. Кабушкин Н. И. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учеб, пособие / Н. И. Кабушкин. - М.: КноРус, 2013.

20. Киналь А. В. Формирование стратегии продвижения Санкт-Петербурга на внутреннем и международном рынках туристских услуг : автореф. дис.... канд. эконом, наук / А. В. Киналь. — СПб., 2013.

21. Кислова С. Отели Hilton Hotels & Resorts переживают ребрендинг / С. Кислова // Планета Отелей. — 2013. — Февраль—март.

22. Кондратович З. 10 шагов на пути успешным продажам нового отеля / Кондратович // Гостиничное дело. — 2012. — Июнь.

23. Синяева И.М. Маркетинг [Текст]: учеб. пособие / Под ред. проф. И.М. Синяевой. — М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. — 384 с.

24. Костин, К. Б. Интернет-маркетинг как инновационное эффективное

средство развития в менеджменте российских гостиничных сетей / К. Б. Костин, К. Г. Дьякова. — СПб.: Санкт-Петербургский университет сервиса и экономики. — Режим доступа: <https://docplayer.ru/31353871-K-g-internet-marketing-kak-innovacionnoe-effektivnoe-sredstvo-razvitiya-v-menedzhmente-rossijskih-gostinichnyh-setey.html>

25. Кондратенко Н. М. Маркетинг: учебник для бакалавров / под ред. Н. М. Кондратенко. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Юрайт, 2012.

26. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учебник для студентов высших учебных заведений : пер. с англ. / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ - ДАНА, 2012. - 1071 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=391834>

27. Нагапетьянца Н. А. Международный маркетинг: учеб, пособие / под ред. Н. А. Нагапетьянца. — М.: ИНФРА-М, 2012.

28. Наумов В.Н. Маркетинг [Текст]: учебник / В.Н. Наумов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 320 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=505620#>

29. Ойнер, О. К. Управление результативностью маркетинга : учебник для магистров / О. К. Ойнер. — М.: Юрайт, 2012.

30. Панкрухин, А. П. Маркетинг : учебник / А. П. Панкрухин. — 3-е изд. — М. : Омега-Л, 2005.

31. Парамонова, Т. Н. Маркетинг: учеб, пособие/Т. Н. Парамонова. И. Н. Красюк; под ред. Т. Н. Парамоновой. — М.: КноРус, 2013.

32. Печерица, Е. В. Особенности рекламы в гостиничном бизнесе/ Е. В. Печерица// Российское предпринимательство. — 2012. — № 12 (210).

33. Рычкова, Н. В. Особенности маркетинговых инноваций : учеб, пособие / Н. В. Рычкова. — М.: КноРус, 2011.

34. Семенова Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия [Текст] : учебное пособие / Л. В. Семенова, В. С. Корнеевец, И. И. Драгилева. - Москва : "Дашков и К", 2016. - 204 с.

35. Сеницын, В. Интернет как средство для привлечения клиентов / В. Сеницын // Гостиничное дело. — 2013. — Сентябрь.
36. Суслов, С.С. Формирование и развитие системы управления внутренним маркетингом в сфере общественного питания (на материалах Кировской области): автореф. дис.... канд. эконом, наук / С. С. Суслов. — СПб., 2013.
37. Федоров, Р. Г. Малые гостиницы эконом-класса как отдельный сегмент гостиничного бизнеса / Р. Г. Федоров // Экономика и социум. - 2013. - № 2 (7).
38. Чудновский, А. Д. Стратегический менеджмент в индустрии туризма : учеб, пособие / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, А. В. Кормишова. — М.: КноРус, 2014.
39. Ширшова, П. В. Институциональные управленческие коммуникации в системе гостиничного бизнеса (на примере гостиничного комплекса Ставропольского края): автореф. дис.... канд. эконом, наук / П. В. Ширшова. — Сочи, 2013.
40. Шунина, Е. Корпоративный стиль / Е. Шунина // Планета Отелей. — 2013. — Февраль—март.
41. Эванс, Дж. Р., Берман, Б. Маркетинг: пер. с англ. — М.: Экономика, 1990.
42. Evan, Bailyn. Outsmarting Social Media : Profiting in the Age of Friendship Marketing. — 2012.
43. Rob Peters. The Social Media Marketing Handbook — Everything you need to know about Social Media Marketing. — 2011.

ПРИЛОЖЕНИЕ А
(обязательное)

**Форма титульного листа курсового проекта,
курсовой работы**

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

институт

кафедра

КУРСОВОЙ ПРОЕКТ
или
КУРСОВАЯ РАБОТА

тема проекта (работы)

Руководитель _____

подпись, дата

инициалы, фамилия

Студент _____

номер группы, зачетной книжки

подпись, дата

инициалы, фамилия

Красноярск 20_

ПРИЛОЖЕНИЕ Б
(обязательное)

Пример оформления содержания курсовой работы

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Общие сведения и характеристика предприятия	7
1.1 История создания и развития предприятия	7
1.2 Основные виды деятельности	8
1.3 Номенклатура выпускаемой продукции	9
2 Анализ объемов инвестиционной деятельности	10
2.1 Задачи анализа	16
2.2 Ретроспективная оценка эффективности реальных инвестиций .	18
2.3 Анализ эффективности финансовых вложений	19
Заключение	22
Список использованных источников	24
Приложение А Отчет о прибылях и убытках за 2004 год (форма № 2).	27

ПРИЛОЖЕНИЕ В **(рекомендуемое)**

Примеры библиографических записей документов в списке использованных источников

Нормативные законодательные акты

Конституция Российской Федерации : офиц. текст. – Москва : Маркетинг, 2001. – 39 с.

Гражданский кодекс Российской Федерации : в 4 ч. : по состоянию на 1 февр. 2010 г. – Москва : Кнорус, 2010. – 540 с.

О координации международных и внешнеэкономических связей субъектов Российской Федерации : федер. закон Российской Федерации от 4 янв. 1999 г. № 4-ФЗ // Российская газета. – 1999. – 16 янв.

Трудовой кодекс Российской Федерации : федер. закон от 30.12.2001. № 197-ФЗ. – Москва : ОТиСС, 2002. – 142 с.

Стандарты и другие нормативные документы

ГОСТ Р 54861-2011 Окна и наружные двери. Методы определения сопротивления теплопередаче. – Введ. 01.07.2012. – Москва : Стандартинформ, 2012. – 20 с.

ГОСТ 2.316–2008 Единая система конструкторской документации. Правила нанесения надписей, технических требований и таблиц на графических документах. Общие положения. – Взамен ГОСТ 2.316–68 ; введ. 01.07.2009. – Москва : Стандартинформ, 2009. – 12 с.

СТО 4.2–22–2009 Система менеджмента качества. Организация учета и хранения документов. – Введ. 22.12.2009. – Красноярск : ИПК СФУ, 2009. – 41 с.

Стандартизация в Российской Федерации : [сборник]. – Москва : Стандартинформ, 2007. – 211 с. – Содерж. 12 док.

СП 118.13330.2012 Общественные здания и сооружения. Актуализированная редакция СНиП 31-06-2009. – Введ. 20.05.2011. – Москва : ОАО ЦПП, 2011. – 44 с.

СП 23-101-2004 Проектирование тепловой защиты зданий. – Взамен СП 23-101-2000 ; введ. 01.06.2004. – Москва : ФГУП ЦПП, 2004. – 140 с.

Патентные документы

Пат. 2187888 Российская Федерация, МПК⁷ Н 04 В 1/38, Н 04 J 13/00. Приемопередающее устройство / В. И. Чугаева ; заявитель и патенто-

обладатель Воронеж. науч.-исслед. ин-т связи. – № 2000131736/09 ; заявл. 18.12.00 ; опубл. 20.08.02, Бюл. № 23 (II ч.). – 3 с.

А.с. 1007970 СССР, МКИ³ В 25 J 15/00. Устройство для захвата неориентированных деталей типа валов / В. С. Ваулин, В. Г. Кемайкин (СССР). – № 3360585/25-08 ; заявл. 23.11.81 ; опубл. 30.03.83, Бюл. № 12. – 2 с.

Книги одного автора

Маергойз, Л. С. Элементы линейной алгебры и аналитической геометрии : учебник / Л. С. Маергойз. – Москва : АСВ, 2004. – 232 с.

Калыгин, В. Г. Промышленная экология : учебное пособие / В. Г. Калыгин. – Москва : Академия, 2004. – 431 с.

Макаров, Е. Ф. Справочник по электрическим сетям : в 6 т. / Е. Ф. Макаров; под. ред. И. Т. Горюнова, А. А. Любимова. – Москва : Папирус Про, 2003. – Т.2. – 622 с.

Книги двух авторов

Соколов, А. Н. Гражданское общество: проблемы формирования и развития (философский и юридический аспекты) : монография / А. Н. Соколов, К. С. Сердобинцев ; под общ. ред. В. М. Бочарова. – Калининград : Калининградский ЮИ МВД России, 2009. – 218 с.

Агафонова, Н. Н. Гражданское право : учеб. пособие для вузов / Н. Н. Агафонова, Т. В. Богачева ; под. общ. ред. А. Г. Калпина ; Мин-во общ. и проф. образования РФ, Моск. гос. юрид. акад. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – Москва : Юрист, 2002. – 542 с.

Гудников, В. А. Экологическая экспертиза. Т. 1. Градостроительная документация. Сборник законодательных и нормативных документов / В. А. Гудников, В. Н. Седых. – Москва : Энергосервис, 2005. – 560 с.

Книги трех авторов

Киричек, А. В. Технология и оборудование статико-импульсной обработки поверхностным пластическим деформированием : науч. изд. / А. В. Киричек, Д. Л. Соловьев, А. Г. Лазуткин. – Москва : Машиностроение, 2004. – 287 с.

Дикаревский, В. С. Обработка осадков сточных вод : учеб. пособие / В. С. Дикаревский, В. Г. Иванов, Н. А. Черников. – Санкт-Петербург : Петербургский гос. ун-т путей сообщения, 2001. – 36 с.

Книги четырех и более авторов

Маркетинговые исследования в строительстве : учеб. пособие для студентов спец. «Менеджмент организаций» / О. В. Михненко, И. З. Коготкова, Е. В. Генкин, Г. Я. Сороко. – Москва : Гос. ун-т управления, 2005. – 59 с.

Интегрированный урок по химии : метод. рекомендации / С. Г. Ахмерова [и др.]. – Уфа : БИРО, 2002. – 15 с.

История России : учеб. пособие для студентов всех специальностей / В. Н. Быков [и др.] ; отв. ред. В. Н. Сухов ; М-во образования Рос. Федерации, С-Петерб. гос. лесотехн. акад. – 2-е изд., перераб. и доп. – Санкт-Петербург : СПбЛТА, 2001. – 231 с.

Нестационарная аэродинамика баллистического полета / Ю. М. Липницкий [и др.]. – Москва, 2003. – 176 с.

Книги под заглавием

Актуальные проблемы социального менеджмента : научный сборник / Саратов. техн. ун-т ; ред. А. С. Борщов. – Саратов : Аквариус, 2002. – 210 с.

Управление бизнесом : сб. статей. – Нижний Новгород : Изд-во Нижегородского ун-та, 2009. – 243 с.

На пути к гражданскому обществу : материалы междунар. науч.-практ. конф., 6 – 7 дек. 2002 г. / под ред. О. П. Дроздова. – Санкт-Петербург, 2003. – 98 с.

Диссертации

Покровский, А. В. Устранимые особенности решений эллиптических уравнений : дис. ... д-ра физ.-мат. наук : 01.01.01 / Покровский Андрей Владимирович. – Москва, 2008. – 178 с.

Вишняков, И. В. Модели и методы оценки коммерческих банков в условиях неопределенности : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.13 / Вишняков Илья Владимирович. – Москва, 2002. – 234 с.

Вербицкая Н. А. Злоупотребления при эмиссии корпоративных ценных бумаг : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.08 / Вербицкая Наталья Александровна. – Красноярск, 2007. – 192 с.

Авторефераты диссертаций

Меркулова, М. Е. Архитектура Красноярска XIX – начала XX века. Стилиевые характеристики : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 18.00.01 / Меркулова Мария Евгеньевна. – Москва, 2005. – 24 с.

Лукина, В. А. Творческая история «Записок охотника» И. С. Тургенева : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.01 / Лукина Валентина Александровна. – Санкт-Петербург, 2006. – 26 с.

Депонированные научные работы

Бураков, Д. А. Обзор математических моделей склонового и речного стоков / Д. А. Бураков, Е. Д. Карепова, В. В. Шайдуров ; Ин-т вычисл. моделир. СО РАН. – Красноярск, 2006. – 48 с. - Деп. в ВИНТИ 24.03.06, № 311–В2006.

Разумовский, В. А. Управление маркетинговыми исследованиями в регионе / В. А. Разумовский, Д. А. Андреев. – Москва, 2002. – 210 с. – Деп. в ИНИОН Рос. акад. наук 15.02.02, № 139876.

Отчеты о научно-исследовательской работе

Методология и методы изучения военно-профессиональной направленности подростков : отчет о НИР / Загорюев А. Л. – Екатеринбург : Уральский институт практической психологии, 2008. – 102 с.

Формирование генетической структуры стада : отчет о НИР (промежуточ.) / Всерос. науч.-исслед. ин-т животноводства ; рук. Попов В. А.; исполн.: Алешин Г. П., Ковалева И. В., Латышев Н. К., Рыбакова Е. И., Стриженко А. А. – Москва, 2001. – 75 с.

Электронные ресурсы

Гражданский кодекс Российской Федерации. В 4 ч. Ч. 2 [Электронный ресурс] : федер. закон от 26.01.1996 № 14-ФЗ ред. от 30.11.2011. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

О судах общей юрисдикции в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. конституционный закон от 07.02.2011. № 1-ФКЗ (в ред. Федеральных конституционных законов от 01.06.2011 N 3-ФКЗ, от 08.06.2012 N 1-ФКЗ, от 10.07.2012 N 2-ФКЗ, от 01.12.2012 N 3-ФКЗ) // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

О естественных монополиях [Электронный ресурс] : федер. закон от 17.08.1995 № 147-ФЗ ред. от 25.06.2012 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

Исследовано в России [Электронный ресурс] : многопредмет. науч. журн. / Моск. физ.-техн. ин-т. – Электрон. журн. – Долгопрудный : МФТИ, 1998. – Режим доступа: <http://zhurnal.mipt.rssi.ru>.

Насырова, Г. А. Модели государственного регулирования страховой деятельности [Электронный ресурс] / Г. А. Насырова // Вестник Финансовой академии. – 2003. – №4. – Режим доступа: [http://vestnik.fa.ru/4\(28\)2003/4.html](http://vestnik.fa.ru/4(28)2003/4.html).

Астафьева, Е. А. Материаловедение. Микроструктура железоуглеродистых сплавов [Электронный ресурс] : лаб. практикум / Е. А. Астафьева,

О. Ю. Фоменко. – Красноярск : ИПЦ КГТУ, 2003. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

Электронный каталог ГПНТБ России [Электронный ресурс] : база данных содержит сведения о всех видах лит., поступающей в фонд ГПНТБ России. – Москва, [199–]. – Режим доступа: <http://www.gpntb.ru/win/search/help/el-cat.html>.

Устройство комплектное распределительное напряжением 6-10 кВ на токи 630-2000 А СЭЩ®-63 (К-63) : техн. информация : ТИ – 071-2009, версия 2.8 / ЗАО «ГК «Электрощит» – ТМ Самара». // ЗАО Группа Компаний ЭЛЕКТРОЩИТ [сайт]. – Самара, 2013. – Режим доступа: <http://www.electroshield.ru>

Статья из журнала

Кузьмин, А. М. Теория решения изобретательских задач / А. М. Кузьмин // Методы менеджмента качества. – 2005. – № 1. – С. 31–34.

Геращенко, С. М. Экология города / С. М. Геращенко // Вестник : теоретический и науч.-практический журнал / Международная академия наук экологии и безопасности жизнедеятельности. – Санкт-Петербург ; Красноярск, 2005. – Т. 10, № 4. – С. 55–59.

Статья из журнала, опубликованная в двух номерах

Медведев, В. И. Экологическое сознание / В. И. Медведев, А. А. Алдашева // Экология человека. – 2001. – № 3. – С. 17–20 ; № 4. – С. 20–22.

Статья из сериального издания

Рудаков, Л. И. Преподавание гуманитарных дисциплин / Л. И. Рудаков // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 3. Философия. – 2004. – № 7. – С. 12–17.

Статья из книги

Новиков, А. Б. Экологическое сознание / А. Б. Новиков // Эволюция культуры : сб. науч. тр. / Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж, 2001. – С. 37–46.

Глава из книги

Енджиевский, Л. В. Одноэтажные производственные здания с решетчатыми ригелями / Л. В. Енджиевский // Металлические конструкции. В 3 т. Т. 2. Конструкции зданий : учебник для строительных вузов / В. В. Аржаков [и др.]. – Москва, 2002. – Гл. 2. – С. 66–195.