

**Негосударственное образовательное учреждение высшего образования  
«Институт экономики и правоведения (г.Назрань)»**



**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО НАПИСАНИЮ  
КУРСОВОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ  
ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ**

Основной профессиональной образовательной программы  
Академической магистратуры

**38.04.04 Государственное и муниципальное управление**

*Профиль: Система государственного и муниципального управления*

**Квалификация выпускника**

Магистр

**Форма обучения**

Очная, заочная

Назрань, 2022.

Методические рекомендации основывается на требованиях Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление (уровень магистратуры), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ № 1000 от 13.08.2020г, учебным планом подготовки магистра по направлению 38.04.04 Государственное и муниципальное управление, утвержденным ученым советом НОУ ВО «Институт экономики и правождения (г.Назрань)»

от «06» 06 2022 г., протокол № 6).

Составитель: \_\_\_\_\_

Программа рассмотрена и согласована на заседании кафедры экономических дисциплин (протокол № 9 «25» 05 2022г.)

Заведующий кафедрой экономических дисциплин: Анаис Хамхоева  
Ф.Я.

«25» 05 2022 г.

## **Требования по написанию курсовой работы**

Выполнение курсовой работы является одной из важнейших форм самостоятельной работы магистрантов по изучению учебной дисциплины. В процессе ее подготовки магистранты глубоко и всесторонне знакомятся с важнейшими и наиболее сложными финансовыми проблемами, учатся анализировать современные явления экономической жизни общества (страны, региона, организации, домашнего хозяйства) и делать на основе этого правильные, научно-обоснованные теоретические и практические выводы.

Магистранты, выполняя курсовую, приобретают опыт работы с всевозможной литературой, умения находить в ней главные положения, непосредственно относящиеся к избранной теме, учиться логично и четко излагать свои мысли при раскрытии теоретических вопросов и, что особенно важно, связывать общие теоретические положения с конкретной действительностью, практикой становления и развития централизованных и децентрализованных финансов в нашей стране.

В процессе подготовки курсовой работы приобретаются навыки самостоятельного подбора необходимой литературы, фактического и цифрового материала, работы со статистическими справочниками, составления таблиц, диаграмм. Все это не только расширяет и углубляет знания по дисциплине «Региональная экономическая политика и конкурентоспособность территории», но и прививает навыки научного исследования и самостоятельного письменного изложения важных и сложных теоретических проблем.

При выполнении курсовых работ, и особенно при их защите, магистранты приобретают необходимое умение для подготовки выступлений и докладов на семинарских занятиях, участия в дискуссиях и научных конференциях.

В течение первых двух недель с начала того семестра, в рамках которого выполняется курсовая работа, студент должен самостоятельно или с помощью преподавателя, закрепленного кафедрой в качестве научного руководителя, выбрать из списка, предложенного кафедрой, тему для своей будущей курсовой работы и зарегистрировать ее на кафедре экономических дисциплин, отдельных случаях студент (в порядке исключения) может выбрать для своей курсовой работы тему, которая не вошла в утвержденную кафедрой тематику, но отражает его приверженность определенному направлению научных поисков. В этом случае студент может предложить

свою формулировку темы курсовой работы, но она обязательно должна быть согласована с научным руководителем и одобрена заведующим кафедрой.

Подготовка написания и оформления курсовой работы начинается с утверждения научным руководителем темы курсовой работы, ее плана и списка литературы по избранной теме.

Внутренняя структура работы должна состоять из введения, основной части, выводов и предложений (заключение), списка использованной литературы и приложений. Материал в курсовой работе располагается в следующей последовательности:

- 1) титульный лист
- 2) содержание,
- 3) введение,
- 5) текст работы (разбитый на разделы с параграфами),
- 6) выводы и предложения (заключение),
- 7) список использованной литературы,
- 8) приложения.

**Во введении** дается обоснование выбора темы, характеризуется ее актуальность и значение, формулируются цель и задачи исследования. Кроме того, введение должно содержать:

- объект и предмет исследования;
- структуру работы и аннотацию по главам;
- информационную базу исследования;
- методы исследования, использованные в работе.

Введение не должно раскрывать темы курсовой работы, так как оно не является содержательной частью работы. Не следует во введении приводить определение, понятие, состав, роль анализируемых категорий, т.е. теоретических положений.

**В первой главе** освещаются сущность исследуемой проблемы, исторические аспекты вопроса, рассматривается законодательная и нормативная база, методы, используемые для анализа данной проблемы, особенности изучения данной темы в современных условиях. При изложении дискуссионных вопросов следует приводить мнения различных авторов с формулированием отношения к ним самого автора курсовой работы.

**Во второй главе** проводится анализ функционирования рассматриваемого объекта (в зависимости от темы). Минимальный период для проведения анализа – три полных отчетных года. По желанию студента временной интервал может быть расширен. Этот раздел базируется на тщательном изучении действующего законодательного и инструктивного материала, а также прочих нормативных документов, на всестороннем и

глубоком анализе статистического и фактического материалов. Материалы анализа должны лежать в основе всей курсовой работы, служить ее аналитической базой, в соответствии с которой впоследствии будут разработаны соответствующие выводы и предложения. Не допускаются пересказывания содержания законов, инструкций и другой нормативно-правовой литературы. Расчеты должны базироваться на конкретной информации, иллюстрироваться аналитическими таблицами, рисунками (графиками, диаграммами).

Главной задачей курсовой работы является разработка практических рекомендаций по исследуемой проблематике, поэтому один из параграфов второй главы должен отражать рекомендации автора по выбранной теме.

**Выводы и предложения** суммируют итоги всей курсовой работы, отражают основные результаты, достигнутые при решении вопросов и проблем, поставленных в исследуемой теме.

**Список использованной литературы** включает в себя перечень специальных литературных и других источников, действительно использованных при подготовке курсовой работы. В списке литературы должно быть два раздела:

I. Нормативно-правовые материалы (с указанием ссылок на официальный источник опубликования, это: Российская газета или Собрание законодательства РФ);

II. Специальная литература (журнальные статьи, учебники, монографии в алфавитном порядке по фамилии авторов).

Список литературы должен включать не менее 10 источников..

В работе студент может использовать следующие **методы научного исследования**:

а) экономико-статистический метод – это совокупность приемов, используемых для всесторонней характеристики явлений и процессов посредством массовых цифровых данных. Используется при исследовании данных за ряд лет или для определения взаимосвязи между различными объектами наблюдения. К приемам этого метода относят: статистического наблюдения; экономической группировки; средних и относительных величин; графического приема; экономического сопоставления (сравнения); параллельных рядов; косвенного использования группировок; индексный; регрессионно -корреляционного и дисперсного анализа.

б) монографический метод предусматривает изучение отдельных объектов общей совокупности, характеристики которых достаточно типичны. При данном методе используют следующие приемы: комплексно-функционального анализа; сопоставления; детализации; изучения

взаимосвязей с помощью аналитических показателей; цепных подстановок и разности; суммирования относительных показателей; выявления резервов производства.

в) балансовый метод – это совокупность приемов, обеспечивающих выявление существующих взаимосвязей и пропорциональности между различными явлениями и процессами. Этот метод состоит из следующей совокупности приемов: анализа исходного уровня явления или процесса; координации и сбалансирования на принципе двустороннего счета; прямого и нормативного счета; балансовых коэффициентов взаимосвязи; перегруппировки и структурный; калькуляции; контроль счетный; логический; встречный; обоснованности измерений; наблюдений и выполнения; шахматный баланс.

г) расчетно-конструктивный метод применяется, когда необходимо не только выявить современное состояние экономических явлений и процессов, закономерности их формирования, но и разработать перспективные решения по их развитию для повышения эффективности производства. Этот метод включает совокупность следующих приемов: выделения основного звена при проектных решениях; взвешивания; проектных расчетов с использованием данных, характеризующих явление; аналогии с учетом сезонных изменений явлений в предыдущие годы; разложения абсолютного прироста пропорционально темпам роста факторов; поэлементных и укрупненных расчетов; от достигнутого с учетом эффекта мероприятий; использования скользящих динамических рядов; экстраполяции; проектных расчетов с использованием статистико-экономических группировок; интегральных индексов; балльной оценки изучаемого явления; проектных расчетов с использованием нормативов; аналитических расчетов; коэффициентов прямых затрат; модифицированных расчетов; проектных решений с учетом принципа оптимальности и равенства условий; факториальных расчетов; проектных расчетов с учетом опыта.

д) экспериментальный метод – это способ исследования явлений и процессов путем организации опытов, обеспечивающих изучение влияния отдельных факторов при постоянстве других условий или моделированного явления в практике трудовой деятельности (экономический эксперимент). Основным приемом этого метода в экономике является техническое нормирование.

е) абстрактно-логический метод заключается в мысленном отрыве изучаемого явления от воздействующих на него отношений, в расчленении его на составные части, их вычленении с выявлением качественных особенностей, в мысленном нахождении первоисточника сущности с

раскрытием закономерностей ее развития, в синтетическом восхождении от отвлеченного первоисточника сущности к сложной и многосторонней конкретной форме явления. Этот метод включает приемы: индукции и дедукции; анализа и синтеза; аналогии; сопоставлений; восхождения от абстрактного к конкретному; системно-структурный; формализации; моделирования; программирования; прогнозирования.

ж) экономико-математический метод – это отображение наиболее характерных свойств изучаемого явления или процесса с помощью определенной системы уравнений, функций, неравенств и других математических приемов, связывающих воедино показатели сущности и позволяющих не только описать ее свойства, структуру, взаимосвязи и функциональные параметры, но и найти оптимальное решение в динамическом процессе ее развития

*Научная новизна* – это критерий научного исследования, определяющий степень преобразования, дополнения и/или конкретизации научных данных.

Новизна работы может состоять в:

- новизне предмета,
- новизне цели,
- новизне методов,
- новизне материала,
- новизне результатов.

Текст курсовой работы печатается на компьютере на одной стороне стандартного листа формата А4 белой писчей бумаги. Объем работы установлен в пределах 20-40 страниц машинописного текста (без учета списка литературы и приложений).

Текст на странице должен располагаться следующим образом: размер левого поля – 30 мм, правого – 15 мм, верхнего и нижнего – 20 мм. На одной странице – 29 строк, в строке 60 символов. Текст и другие отпечатанные и вписанные элементы работы должны быть черными, контуры букв и знаков – четкими, без ореолов и затенения, шрифт Times New Rom

ап – 14, интервал – 1,5. Курсив и подчеркивание в работе не допускаются. Названия разделов и параграфов выделяются полужирным шрифтом. Разделы и параграфы должны быть сбалансированы. Минимальный объем одного параграфа – 3 страницы.

Каждая глава начинается с нового листа (страницы), а параграфы продолжают на той же странице, отступив от названия главы или текста предыдущего параграфа на 20 мм (1 строка). Между текстом и названием параграфа отступ отсутствует. Подзаголовки в параграфе не допускаются.

Нумерация страниц текста проставляется в правом верхнем углу листа. Проставлять номер страницы необходимо с первой страницы введения, на которой ставится номер «3». После этого нумеруются все страницы, включая приложения.

Все иллюстрации (схемы, графики, диаграммы) обозначаются словом «Рис.». Рисунки нумеруются арабскими цифрами, начиная с первого. Нумерация рисунков – сквозная. Название дается под рисунком в центре с номером рисунка и выделяется полужирным шрифтом. Рисунки могут быть выполнены в цветном виде. Во всех рисунках должна быть проставлена единица измерения. В тексте работы обязательно должна присутствовать ссылка на соответствующий рисунок.

Рисунки должны быть выполнены студентом в редакторе, прочно совместимом с MS Word. Наиболее оптимальным является выполнение рисунков в редакторе диаграмм программ MS Word или Excel.

Помещенный в курсовой работе цифровой материал рекомендуется оформлять в виде таблиц. Слово «Таблица» печатается вверху справа от текста. Таблицы нумеруются арабскими цифрами, причем также как и у рисунков, нумерация таблиц должна быть сквозной (например: Таблица 1; Таблица 2). Каждая таблица должна иметь название, которое помещается над соответствующей таблицей. Названия таблиц следует выделять полужирным шрифтом. Рекомендованное количество таблиц в курсовой работе – не менее 3-4 (таблицы в приложениях не учитываются).

Цифровые данные в таблицах пишутся строго по классам и разрядам чисел (единицы под единицами, десятки под десятками и т.д.). Если таблица целиком заимствована из одного источника или составлена по нескольким источникам, то в заголовке таблицы указывается ссылка на источник также как ссылки на литературу. Авторство не указывается, если таблица составлена исполнителем курсовой работы на основе первичных материалов. В таблицах можно использовать одинарный интервал, а размер шрифта сократить до 10-12. Во всех таблицах должны быть проставлены единица измерения. В тексте работы обязательно должна присутствовать ссылка на соответствующую таблицу.

При переносе таблицы на следующую страницу курсовой работы над ней размещают слова «Продолжение таблицы» с указанием ее номера. При этом, пронумеровав графы в начале таблицы, повторяют их нумерацию на следующей странице. Заголовок таблицы при ее переносе не повторяют. Если размер таблицы превышает одну страницу, то она выносится в приложения.

Пояснение символов, коэффициентов рекомендуется приводить



непосредственно под формулой в той последовательности, в какой они даны в формуле. Значение каждого символа и коэффициента приводится с новой строки. Первую строку пояснения начинают со слова «где» без двоеточия. Формулы должны нумероваться арабскими цифрами. Номер формулы заключают в круглые скобки и помещают на правом поле на уровне нижней строки формулы, к которой он относится. Например,

$$X = 2Y + Z \qquad (1)$$

Иллюстрации и таблицы не рекомендуется размещать сразу после заголовка, и они не должны завершать текст. После рисунков и таблиц (до следующего заголовка) должен быть текст.

В работе могут быть ссылки на первоисточники. Ссылки приводятся в квадратных скобках после упоминания о них или в конце цитаты. После указания конкретных цифровых данных или цитат в ссылке указываются страницы, на которых помещается использованный материал, и номер источника в списке литературы.

Получив через некоторое время обратно свою курсовую работу с отзывом научного руководителя, студент очного отделения начинает готовиться к ее защите, то есть демонстрации знаний темы, умения отстаивать изложенный материал, аргументировать свои выводы и предложения.

Дата защиты курсовой работы устанавливается научным руководителем в срок до начала текущей зачетной сессии. Процедура защиты предполагает устную форму ответов студента на вопросы, задаваемые по теме курсовой.

На защите студент должен кратко изложить содержание своей работы, поставленные в ней проблемы, привести сведения об источниках, на основе которых она написана. Студент должен заранее продумать ответы на наиболее общие вопросы, которые могут быть заданы, а также ответы к специальным вопросам, относящимся конкретно к теме его исследования.

## **2. Примерная тематика курсовых работ по дисциплине «Территориальный маркетинг».**

1. Маркетинг территорий как инструмент управления развитием региона
2. Роль и основные направления обеспечения конкурентоспособности региона
3. Маркетинговая информационная система при управлении муниципальным образованием
4. Формирование благоприятного имиджа как фактор повышения конкурентоспособности территории
5. Комплекс маркетинга территории: характеристика основных элементов и особенности реализации
6. Позicionирование территорий: проблемы и пути их преодоления.
7. Конкурентные преимущества региона: особенности формирования.
8. Роль территориального маркетинга в формировании стратегии социально-экономического развития депрессивных регионов.
9. Роль территориального маркетинга в формировании стратегии социально-экономического развития приграничных регионов.
10. Роль территориального маркетинга в формировании стратегии социально-экономического развития старопромышленных регионов
11. Роль территориального маркетинга в формировании стратегии социально-экономического развития регионов-лидеров.
12. Методы исследования состояния маркетинговой среды территории
13. Позicionирование территории как инструмент повышения ее инвестиционной привлекательности.
14. Стратегическое целеполагание как инструмент управления развитием территории.
15. Факторы повышения конкурентоспособности территории
16. Методы позicionирования территории как туристического региона
17. Маркетинг имиджа как стратегическое направление территориального маркетинга.
18. Современные средства продвижения туристических территорий.
19. Средства RR как инструмент продвижения территории.
20. Особенности формирования имиджа и позicionирование туристических территорий.
21. Роль территориального маркетинга в формировании стратегии социально-экономического развития территорий.

22. Особенности формирования имиджа и позиционирование старопромышленных территорий
23. Конкуренентоспособность региона как фактор привлечения инвестиций
24. Опыт применения Интернет–маркетинга в регионах: проблемы и перспективы развития
25. Стратегический анализ как инструмент аудита территории
26. Маркетинг туристских территорий как инструмент управления региональным развитием
27. Особенности информационного обеспечения комплекса территориального маркетинга
28. Влияние инструментов маркетинга территорий на поведение потребителей
29. Анализ подходов к формированию позитивного имиджа территории
30. Роль маркетинга туризма в социально-экономическом развитии территории
31. Конкуренентоспособность региона: факторы и методы оценки
32. Международный маркетинг как инструмент привлечения прямых иностранных инвестиций в экономику региона
33. Зарубежный опыт территориального маркетинга и возможности его применения в Российской Федерации
34. Особенности формирования имиджа и позиционирование приграничных территорий
35. Позиционирование территорий: проблемы и пути их преодоления
36. Методы оценки конкурентоспособности территории
37. Информационный маркетинг, его роль и значение в развитии территории
38. Международный и отечественный опыт формирования успешных территориальных брендов
39. Маркетинг территорий как инструмент управления развитием региона
40. Роль и основные направления обеспечения конкурентоспособности региона
41. Факторы повышения конкурентоспособности территории
42. Методы позиционирования территории как туристического региона
43. Маркетинг имиджа как стратегическое направление территориального маркетинга
44. Маркетинг привлекательности территории
45. Конкуренентоспособность региона как фактор привлечения инвестиций

46. Маркетинг туристских территорий как инструмент управления региональным развитием
47. Конкурентные преимущества региона: особенности формирования и реализации
48. Методы оценки конкурентоспособности территории
49. Особенности комплекса маркетинга туристских территорий
50. Территория как объект управления. Уровни применения маркетинга территорий: страна, регион, город
51. Гербы и символы городов Российской Федерации: история возникновения и сущность отражения (на примере конкретного города).
52. Специфика городского маркетинга.
53. Регион, как объект исследования территориального маркетинга.
54. Специфика уровней дифференцирования территории.
55. Инструменты маркетинга территорий
56. Механизм сегментирования рынка в территориальном маркетинге.
57. Роль представительных и исполнительных органов власти при внедрении территориального маркетинга.
58. Комплекс маркетинга территории, характеристика основных элементов, особенности разработки.
59. Туристские и рекреационные ресурсы как основа формирования территориального туристского продукта.
60. Маркетинг достопримечательностей как важнейший элемент маркетинга туристских территорий
61. Формирование привлекательного имиджа территории
62. Маркетинг имиджа как стратегия территориального маркетинга.
63. Маркетинга привлекательности для человека - гостя как стратегия территориального маркетинга.
64. Маркетинг привлекательности для квалифицированного персонала как стратегия территориального маркетинга.
65. Мотивационные механизмы формирования доброжелательного отношения местного населения к иногородним жителям.

66. Оценка рынков сбыта как основа оценки привлекательности региона.