



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ –
МСХА имени К.А. ТИМИРЯЗЕВА»
(ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева)

Институт экономики и управления АПК
Кафедра экономической кибернетики

УТВЕРЖДАЮ:

Начальник УМУ _____ А.В. Ещин
« ____ » _____ 2018 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
К НАПИСАНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Информационные системы маркетинга

для студентов Института экономики и управления АПК

Направление: 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль: Маркетинг

Курс 4

Семестр 7

Москва, 2018

Составители: к.э.н., доцент Карпузова В.И., к.э.н., доцент Соколова Н.В.,
к.э.н., доцент Чернышева К.В.

«__» _____ 2018 г.

Рецензент: к.э.н., доцент кафедры маркетинга С.В. Гузий.

«__» _____ 2018 г.

Методические указания обсуждены на заседании кафедры экономической
кибернетики «__» _____ 2018 г., протокол № __

Зав. кафедрой _____ к.э.н., профессор Филатов А.И.

Согласовано:

Начальник методического
отдела УМУ

_____ Н.Г. Романова

«__» _____ 2018 г.

И.о. института экономики и управления АПК

_____ д.э.н., профессор Т.М. Ворожейкина

«__» _____ 2018 г.

Председатель УМК института _____

«__» _____ 2018 г.

Копия электронного варианта получена:

Начальник отдела поддержки
дистанционного обучения УИТ

_____ К.И. Ханжиян

СОДЕРЖАНИЕ

АННОТАЦИЯ.....	4
1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	4
2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	4
3. СТРУКТУРА КУРСОВОЙ РАБОТЫ	6
4. ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	6
5. ТРЕБОВАНИЯ ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВЫХ РАБОТ	24
6. ПОРЯДОК ЗАЩИТЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.....	33
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.....	35
8. МЕТОДИЧЕСКОЕ, ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.....	35

АННОТАЦИЯ

Методические указания к написанию курсовой работы подготовлены в соответствии с рабочей программой дисциплины «Информационные системы маркетинга» для бакалавров направления 38.03.02 «Менеджмент» профиля «Маркетинг» Института экономики и управления АПК.

Курсовая работа позволит закрепить теоретические и практические навыки студентов по использованию автоматизированных информационных систем (АИС) в маркетинге в условиях цифровой экономики.

Курсовая работа имеет практический характер.

1. Цель и задачи курсовой работы

Выполнение курсовой работы по дисциплине «Информационные системы маркетинга» для направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» проводится с целью закрепления знаний и умений согласно компетенциям дисциплины.

Курсовая работа позволяет решить следующие задачи:

1. систематизация, закрепление и расширение теоретических знаний по дисциплине;
2. получение и развитие практических навыков самостоятельного решения стандартных задач профессиональной деятельности;
3. закрепление практических навыков работы с автоматизированными информационными системами: БЭСТ Маркетинг; 1С: Предприятие 8.X; Loginom (Deductor Studio Academic), РосБизнесСофт для проведения количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате выполнения курсовой работы

Реализация в курсовой работе по дисциплине «Информационные системы маркетинга» требований ФГОС ВО, ОПОП ВО и Учебного плана по направлению (профилю) подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (Маркетинг) должна формировать следующие компетенции, представленные в таблице 1.

Таблица 1 - Требования к результатам выполнения курсовой работы по учебной дисциплине

№ п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			знать	уметь	владеть
1.	ОПК-7	Способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Теоретические основы информации, экономической, маркетинговой информации, процессов преобразования информации, информационных систем и технологий и регламентирующие их документы.	Применять современные методы обработки экономической информации с использованием информационных систем и технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.	Навыками работы с современными информационно-коммуникационными технологиями преобразования маркетинговой информации.
2.	ПК-10	Владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления.	Теоретические основы информационных систем в менеджменте, маркетинге.	Проводить количественный и качественный анализ маркетинговой информации для принятия управленческих решений.	Навыками работы с информационными системами в менеджменте и маркетинге.
3.	ПК-13	Умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций	Последовательность работы пользователя с функциональной подсистемой CRM систем.	Использовать бизнес-процессы функциональной подсистемой CRM систем.	Навыками работы с функциональной подсистемой CRM систем.

3. Структура курсовой работы

По объему курсовая работа по дисциплине «Информационные системы маркетинга» должна быть не более 30 страниц печатного текста.

Примерная структура курсовой работы представлена в таблице 2.

Таблица 2 - Структура курсовой работы и объем отдельных разделов

№ п/п	Элемент структуры курсовой работы	Объем (примерный) страниц
1	Титульный лист (Приложение А)	1
2	Задание (Приложение Б)	1
3	Аннотация	1
4	Содержание	1
5	Введение	1-2
6	Основная часть	
6.1	Постановка задачи	1-2
6.2	Теоретическая часть	11-12
6.2.1	Ответ на теоретический вопрос по дисциплине	
6.2.2	Характеристика автоматизированной информационной системы	
6.3	Практическая часть	11-12
6.3.1	Методы обработки маркетинговой информации	
6.3.2	Анализ выходной маркетинговой информации	
7	Выводы и предложения	1 - 2
8	Библиографический список	Не менее пяти источников
10	Приложения	По необходимости

4. Порядок выполнения курсовой работы

4.1 Выбор темы

Студент самостоятельно выбирает тему курсовой работы из предлагаемого списка тем (табл. 3) или предлагает свою тему при условии обоснования её целесообразности. Тема может быть уточнена по согласованию с руководителями курсовой работы и выпускной квалификационной работы.

Таблица 3 - Примерная тематика курсовых работ по дисциплине «Информационные системы маркетинга»

№ п/п	Тема
1	Использование «БЭСТ Маркетинг» для оценки рыночной и конкурентной среды организации муниципального образования по оказанию услуг
2	Использование «БЭСТ Маркетинг» для оценки рыночной и конкурентной среды организации муниципального образования по производству продукции

№ п/п	Тема
3	Использование «БЭСТ Маркетинг» для оценки рыночной и конкурентной среды организации муниципального образования по реализации товаров
4	Использование CRM системы РосБизнесСофт для анализа взаимоотношений с клиентами организации муниципального образования
5	Использование СППР Loginom (Deductor) для маркетинговых исследований данных респондентов
6	Использование СППР Loginom (Deductor) и «1С: Предприятие 8.Х» для анализа данных учета реализации товаров и услуг
7	Использование СППР Loginom (Deductor) для прогнозирования продаж продукции населению в РФ
8	Использование СППР Loginom (Deductor) для прогнозирования оборотов розничной торговли в РФ
9	Использование СППР Loginom (Deductor) для прогнозирования оказания услуг населению в РФ
10	Использование СППР Loginom (Deductor) для прогнозирования реализации сельскохозяйственной продукции в РФ

Выбор темы курсовой работы регистрируется в документе «Задание на курсовую работу» (Приложение Б).

4.2 Получение индивидуального задания

Задание на выполнение курсовой работы (Приложение Б) выдается за подписью руководителя, датируется днем выдачи. Факт получения задания удостоверяется подписью студента.

4.3 Составление плана выполнения курсовой работы

План-график выполнения курсовой работы составляется студентом совместно с руководителем с учетом графика учебного процесса (табл. 4).

Таблица 4 – Примерный план-график выполнения курсовой работы

№	Наименование действий	Исполнители	Сроки, № недели семестра
1	Выбор темы	Студент, научный руководитель ВКР	3
2	Получение задания по курсовой работе	Студент, руководитель	4
3	Уточнение темы и содержания курсовой работы	Студент, научный руководитель ВКР, руководитель	4

№	Наименование действий	Исполнители	Сроки, № недели семестра
4	Составление библиографического списка	Студент	4
5	Изучение научной и методической литературы	Студент	5
6	Сбор материалов, подготовка плана курсовой работы	Студент	6
7	Анализ собранного материала	Студент	7-10
8	Предварительное консультирование	Руководитель	11
9	Написание теоретической части	Студент	9
10	Проведение исследования, получение материалов исследования, обработка данных исследования, обобщение полученных результатов	Студент	12-13
11	Представление руководителю первого варианта курсовой работы и обсуждение представленного материала и результатов	Студент, руководитель	14
12	Составление окончательного варианта курсовой работы	Студент	15
13	Заключительное консультирование	Руководитель	15
14	Рецензирование курсовой работы	Рецензент	16
15	Защита курсовой работы	Комиссия	16

4.4 Требования к разработке структурных элементов курсовой работы

4.4.1 Разработка введения

Во введении следует обосновать актуальность выбранной темы, определить цель работы, сформулировать задачи, решение которых позволит достичь цели курсовой работы, указать источники информации и инструментальные средства.

4.4.2 Разработка основной части курсовой работы

В постановке задачи указываются:

- 1 назначение задачи;
- 2 перечень и описание входной информации;
- 3 перечень и описание выходной информации;
- 4 перечень информационных технологий и систем, используемых для решения поставленной задачи.

Теоретическая часть

Теоретический вопрос по дисциплине соответствует рабочей программе курса «Информационные системы маркетинга». Список вопросов приводится в Приложении Г.

Характеристика автоматизированной информационной системы должна включать:

- историю фирмы-разработчика;
- линейку ее программных продуктов с указанием формализованного стандарта управления;
- список бизнес-партнеров фирмы (до пяти наименований);
- список вузов-партнеров (до пяти наименований);
- назначение, структуру и системные требования АИС.

Эти сведения можно получить в Интернете на сайте фирмы-разработчика АИС и в лекциях.

Практическая часть

Раздел «Методы обработки маркетинговой информации» включает описание методов обработки и их визуализаторов, а также используемой маркетинговой информации для решения задачи.

При описании источников маркетинговой информации необходимо привести копии программных окон или их фрагментов.

Раздел «Анализ выходной маркетинговой информации» является заключительным в практической части. Он содержит количественный и качественный анализ результатов обработки данных в соответствии с визуализаторами для принятия управленческих решений. Для наглядности излагаемого материала рекомендуется привести копии программных окон или их фрагментов.

Выводы и предложения должны отражать результаты выполнения каждой задачи курсовой работы. Также должен быть сформулирован общий вывод, отражающий цель курсовой работы.

В конце выводов и предложений необходимо проставить дату выполнения работы и подпись.

Дата проставляется автоматически средствами текстового процессора MS Word по команде: Вставка – Дата и время.

Подпись оформляется средствами графического редактора MS Paint.

Библиографический список включает список литературы и другие источники, используемые при выполнении курсовой работы, оформляется согласно требованиям, должен включать не менее пяти наименований.

Рекомендации выполнения курсовой работы по темам

Тема 1 Использование «БЭСТ Маркетинг» для оценки рыночной и конкурентной среды организации муниципального образования по оказанию услуг

Общие рекомендации

Постановка задачи

1 Назначение задачи.

Провести анализ конкурентной среды организации _____ по оказанию услуг _____ в сравнении со следующими конкурентами: _____.

2 Перечень и описание входной информации.

В качестве входной информации использовать характеристики услуг.

Примечание. Перечень характеристик услуг следует уточнить, используя национальные стандарты, литературу, электронные источники.

3 Перечень и описание выходной информации.

Выходной информацией являются рекомендации экспертной системы БЭСТ-Маркетинг.

4 Перечень информационных технологий и систем, используемых для решения поставленной задачи.

Привести название, назначение используемых информационных технологий и систем.

Практическая часть

Раздел «Методы обработки маркетинговой информации» включает описание методов: сегментация рынка (определение целевых групп покупателей); SWOT-анализ (анализ преимуществ и недостатков в сравнении с конкурентами); метод 4P (смесь маркетинга); модель Розенберга (методика обработки маркетинговой информации); стратегии Ансоффа (позиционирование товара на матрице «Товар – Рынок»); бюджетирование детальное, финансовое планирование (по прогнозу сбыта, бюджету рекламы, производственным расходам и сводному бюджету).

Сведения об организации и ее конкурентах представить с помощью копий окон их сайтов.

Сведения об услуге представить в виде таблицы, приведенной ниже.

Таблица 5 - Описание входной информации

№ п/п	Наименование характеристики услуги	По ГОСТ	Анализируемая организация	Конкурент № 1	Конкурент № 2
1					
2					
...					

Раздел «Анализ выходной маркетинговой информации» содержит анализ рыночной среды и конкурентоспособности организации на основе визуализаторов таблица и диаграмма по типам отчетов: рынок; рекомендации; конкуренты; статистика.

Для наглядности излагаемого материала рекомендуется привести копии программных окон или их фрагментов.

Тема 2 Использование «БЭСТ Маркетинг» для оценки рыночной и конкурентной среды организации муниципального образования по производству продукции

Общие рекомендации Постановка задачи

1 Назначение задачи.

Провести анализ конкурентной среды организации _____ по производству продукции _____ в сравнении со следующими конкурентами: _____.

2 Перечень и описание входной информации.

В качестве входной информации использовать характеристики продукции _____.

Примечание. Перечень характеристик продукции следует уточнить, используя национальные стандарты, литературу, электронные источники.

3 Перечень и описание выходной информации.

Выходной информацией являются рекомендации экспертной системы БЭСТ-Маркетинг.

4 Перечень информационных технологий и систем, используемых для решения поставленной задачи.

Привести название, назначение используемых информационных технологий и систем.

Практическая часть

Раздел «Методы обработки маркетинговой информации» включает описание методов: сегментация рынка (определение целевых групп покупателей); SWOT-анализ (анализ преимуществ и недостатков в сравнении с конкурентами); метод 4P (смесь маркетинга); модель Розенберга (методика обработки маркетинговой информации); стратегии Ансоффа (позиционирование товара на матрице «Товар – Рынок»); бюджетирование детальное, финансовое планирование (по прогнозу сбыта, бюджету рекламы, производственным расходам и сводному бюджету).

Сведения об организации и ее конкурентах представить с помощью копий окон их сайтов.

Сведения об услуге представить в виде таблицы, приведенной ниже.

Таблица 6 - Описание входной информации

№ п/п	Наименование характеристики продукции	По ГОСТ	Анализируемая организация	Конкурент № 1	Конкурент № 2
1					
2					
...					

Раздел «Анализ выходной маркетинговой информации» содержит анализ рыночной среды и конкурентоспособности организации на основе визуа-

лизаторов таблица и диаграмма по типам отчетов: рынок; рекомендации; конкуренты; статистика.

Для наглядности излагаемого материала рекомендуется привести копии программных окон или их фрагментов.

Тема 3 Использование «БЭСТ Маркетинг» для оценки рыночной и конкурентной среды организации муниципального образования по реализации товаров

Общие рекомендации

Постановка задачи

1 Назначение задачи.

Провести анализ конкурентной среды организации _____ по реализации товара _____ в сравнении со следующими конкурентами: _____.

2 Перечень и описание входной информации.

В качестве входной информации использовать характеристики товара.

Примечание. Перечень характеристик товара следует уточнить, используя национальные стандарты, литературу, электронные источники.

3 Перечень и описание выходной информации.

Выходной информацией являются рекомендации экспертной системы БЭСТ-Маркетинг.

4 Перечень информационных технологий и систем, используемых для решения поставленной задачи.

Привести название, назначение используемых информационных технологий и систем.

Практическая часть

Раздел «Методы обработки маркетинговой информации» включает описание методов: сегментация рынка (определение целевых групп покупателей); SWOT-анализ (анализ преимуществ и недостатков в сравнении с конкурентами); метод 4P (смесь маркетинга); модель Розенберга (методика обработки маркетинговой информации); стратегии Ансоффа (позиционирование товара на матрице «Товар – Рынок»); бюджетирование детальное, финансовое планирование (по прогнозу сбыта, бюджету рекламы, производственным расходам и сводному бюджету).

Сведения об организации и ее конкурентах представить с помощью копий окон их сайтов.

Сведения об услуге представить в виде таблицы, приведенной ниже.

Таблица 7 - Описание входной информации

№ п/п	Наименование характеристики товара	По ГОСТ	Анализируемая организация	Конкурент № 1	Конкурент № 2
1					
2					
...					

Раздел «Анализ выходной маркетинговой информации» содержит анализ рыночной среды и конкурентоспособности организации, проводимый на основе таблиц и диаграмм по типам отчетов: рынок; рекомендации; конкуренты; статистика.

Для наглядности излагаемого материала рекомендуется привести копии программных окон или их фрагментов.

Тема 4 Использование CRM системы РосБизнесСофт для анализа взаимоотношений с клиентами

Общие рекомендации

Постановка задачи

1 Назначение задачи.

Провести анализ взаимоотношений с клиентами организации _____ по продаже продукции, услуг.

2 Перечень и описание входной информации.

В качестве входной информации использовать данные по сотрудникам; контрагентам; номенклатуре продукции, услуг; остаткам на складах; отгрузкам продукции, предоставленным услугам.

3 Перечень и описание выходной информации.

Выходной информацией являются отчеты: «Динамика продаж по счетам» в виде графика, «Динамика продаж по счетам» в виде столбцов, «Динамика продаж по оплате счетов» в виде столбцов, «Управленческий отчет по продажам», «Управленческий отчет по долгам», «Воронка продаж», время работы сотрудника с «РосБизнесСофт» за неделю, содержимое Базы знаний и др.

4 Перечень информационных технологий и систем, используемых для решения поставленной задачи.

Привести название, назначение используемых информационных технологий и систем.

Практическая часть

Раздел «Входная маркетинговая информация» включает описание условно-постоянной и переменной информации в виде таблиц, используемых для анализа маркетинговых данных.

При описании источников маркетинговой информации необходимо привести копии программных окон или их фрагментов.

Раздел «Анализ выходной маркетинговой информации» содержит анализ отчетов: «Динамика продаж по счетам» в виде графика, «Динамика продаж по счетам» в виде столбцов, «Динамика продаж по оплате счетов» в виде столбцов, «Управленческий отчет по продажам», «Управленческий отчет по долгам», «Воронка продаж», время работы сотрудника с «РосБизнесСофт» за неделю, содержимое Базы знаний и др.

Для наглядности излагаемого материала рекомендуется привести копии программных окон или их фрагментов.

Тема 5 Использование СППР Loginom (Deductor) для маркетинговых исследований

Общие рекомендации Постановка задачи

1 Назначение задачи.

Провести маркетинговый анализ потенциальных возможностей и характеристик рынка _____ по данным опроса респондентов.

2 Перечень и описание входной информации.

Перечень полей входной информации приведен ниже.

Таблица 8 - Описание входной информации

№ п/п	Имя поля	Тип поля	Количество знаков после запятой
1	№ респондента		
2			
...			

3. Перечень выходной информации

Перечень полей выходной информации приведен ниже.

Таблица 9 - Перечень полей выходной информации

№ п/п	Обработчик	Имя входного поля	Имя выходного поля
1	Кросс-таблица		
2	Дерево решений		
3	Группировка данных		
4	Логистическая регрессия		
5	Факторный анализ		
6	Корреляционный анализ		
...			

4 Перечень информационных технологий и систем, используемых для решения поставленной задачи.

Привести название, назначение используемых информационных технологий и систем.

Практическая часть

Раздел «Методы обработки маркетинговой информации» включает описание методов «Мастера обработки» аналитической платформы, используемых для анализа маркетинговых данных. Перечень методов приводится в таблице 6. По каждому методу дать характеристику его визуализаторам.

При описании источников маркетинговой информации необходимо привести копии программных окон или их фрагментов.

Раздел «Анализ выходной маркетинговой информации» содержит анализ потенциальных возможностей и характеристик рынка _____ (по данным опроса респондентов) на основе результатов обработки и визуализации информации в разрезе использованных методов.

Для наглядности излагаемого материала рекомендуется привести копии программных окон или их фрагментов.

Тема 6 Использование СППР Deductor и «1С: Предприятие 8.X» для анализа данных учета реализации товаров и услуг

Общие рекомендации

Постановка задачи

1 Назначение задачи.

Проанализировать количество и выручку от реализации товаров и услуг.

2 Перечень и описание входной информации.

Источником информации служит демонстрационная информационная база «1С: Предприятие 8.X» DemoAccountingEduc и реестр документов «Реализация товаров и услуг».

Перечень и описание входной информации приведен ниже.

Таблица 10 - Входная информация

№ п/п	Имя поля	Тип поля	Количество знаков после запятой
1	Дата		
2	Контрагент		
3	Склад		
4	Организация		
5	Номенклатура		
6	Единица измерения		
7	Количество		
8	Цена без НДС		
9	Сумма без НДС		
10	Ставка НДС		

№ п/п	Имя поля	Тип поля	Количество знаков после запятой
11	Сумма НДС		
12	Всего		
13	Счет доходов		
14	Счет расходов		

3 Перечень и описание выходной информации:

- кросс-таблица (в строках: наименование организации; факты: количество, сумма НДС, Всего; для поля Количество использовать вариант агрегации Количество, для остальных полей – Сумма);
- группировка (контрагент, сумма НДС, Всего), визуализатор: диаграмма – области, сумма НДС на переднем плане;
- дерево решений (выходное поле: Контрагент; входные поля: Организация, Склад, Номенклатура);
- OLAP-куб (в строках: Номенклатура; в колонках: Наименование контрагента; факт: поле Всего);
- и др.

4 Перечень информационных технологий и систем, используемых для решения поставленной задачи.

Привести название, назначение используемых информационных технологий и систем.

Практическая часть

Раздел «Методы обработки маркетинговой информации» включает выгрузку данных из базы DemoAccountingEduc программного комплекса «1С: Предприятие 8.X» (учебная версия). Выгрузку проводить следующим образом.

1 В разделе Покупки «1С: Предприятие 8.X» открыть реестр (список) документов *Реализация товаров и услуг*.

Копию экрана реестра документов отразить в курсовой работе.

2 Вывести реестр документов (вывести список) в текстовый документ в соответствии с рисунком 1: ***Все действия – Вывести список***.

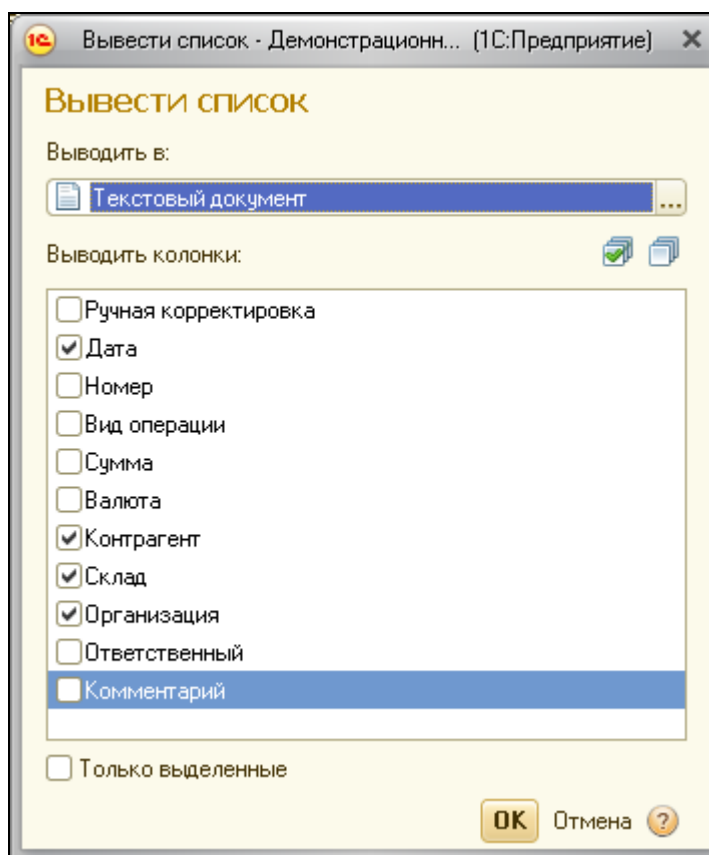


Рисунок 1 — Настройки списка

Скопировать содержимое текстового документа в MS Excel на Лист1, отформатировать таблицу по ГОСТ и перенести таблицу в курсовую работу.

3 Создать в MS Excel на втором листе шапку (головку) таблицы в соответствии с полями таблицы 7.

4 Скопировать дату, наименование организации, склада и контрагента первой строки реестра документов с первого листа на второй лист (рис. 2).

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
Дата	Контрагент	Склад	Организация	Номенклатура	Единица измерения	Количество	Цена без НДС	Сумма без НДС	Ставка НДС	Сумма НДС	Всего	Счет доходов	Счет расходов
11.01.2012 15:07	НТЦ "Нанотроника"	Основной склад	Сервислог										

Рисунок 2 — Фрагмент таблицы

5 Вывести список табличной части каждого документа поступления товаров и услуг: **Все действия – Вывести список** (рис. 3).

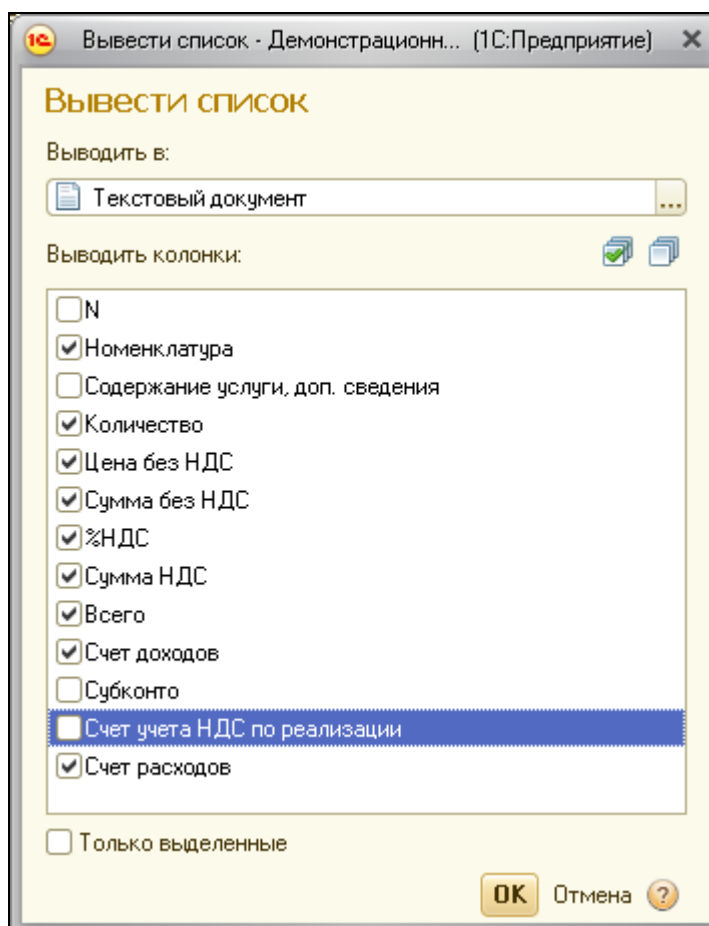


Рисунок 3 — Настройки списка

Скопировать данные списка в MS Excel на Лист2.

На рисунке 4 представлено содержимое таблицы для случая наличия в документе одного наименования номенклатуры товаров и услуг.

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
Дата	Контрагент	Склад	Организация	Номенклатура	Единица измерения	Количество	Цена без НДС	Сумма без НДС	Ставка НДС	Сумма НДС	Всего	Счет доходов	Счет расходов
11.01.2012 15:07	НТЦ "Нанотроника"	Основной склад	Сервислог	Обслуживание комп. сети		1	1 000 000,00	1 000 000,00	18%	18 000,00	118 000,00	90.01.1	90.02.1

Рисунок 4 — Фрагмент таблицы

На рисунке 5 представлено содержимое таблицы для случая наличия в документе нескольких наименований номенклатуры товаров и услуг.


A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
Дата	Контрагент	Склад	Организация	Номенклатура	Единица измерения	Количество	Цена без НДС	Сумма без НДС	Ставка НДС	Сумма НДС	Всего	Счет доходов	Счет расходов
11.01.2012 15:07	НТЦ "Нанотроника"	Основной склад	Сервислог	Обслуживание комп. сети		1	1 000 000,00	1 000 000,00	18%	18 000,00	118 000,00	90.01.1	90.02.1
22.01.2012 12:00	Свергуменко	Склад №2	Торговый дом "Комплексный"	Ассорти (конфеты)		100	125	12 500,00	18%	2 250,00	14 750,00	90.01.1	90.02.1
				Барбарис (конфеты)		200	115	23 000,00	18%	4 140,00	27 140,00	90.01.1	90.02.1
				Белочка (конфеты)		300	135	40 500,00	18%	7 290,00	47 790,00	90.01.1	90.02.1
				Паста шоколадная		500	140	70 000,00	18%	12 600,00	82 600,00	90.01.1	90.02.1

Рисунок 5 — Фрагмент таблицы

6 Скопировать значения даты, наименования организации, склада и контрагента по всем строкам номенклатуры (рис. 6).

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
Дата	Контрагент	Склад	Организация	Номенклатура	Единица измерения	Количество	Цена без НДС	Сумма без НДС	Ставка НДС	Сумма НДС	Всего	Счет доходов	Счет расходов
11.01.2012 15:07	НТЦ "Нанотроника"	Основной склад	Сервислог	Обслуживание комп. сети		1	100 000,00	100 000,00	18%	18 000,00	118 000,00	90.01.1	90.02.1
22.01.2012 12:00	Свергуненко	Склад №2	Торговый дом "Комплексный"	Ассорти (конфеты)		100	125	12 500,00	18%	2 250,00	14 750,00	90.01.1	90.02.1
23.01.2012 12:00	Свергуненко	Склад №3	Торговый дом "Комплексный"	Барбарис (конфеты)		200	115	23 000,00	18%	4 140,00	27 140,00	90.01.1	90.02.1
24.01.2012 12:00	Свергуненко	Склад №4	Торговый дом "Комплексный"	Белочка (конфеты)		300	135	40 500,00	18%	7 290,00	47 790,00	90.01.1	90.02.1
25.01.2012 12:00	Свергуненко	Склад №5	Торговый дом "Комплексный"	Паста шоколадная		500	140	70 000,00	18%	12 600,00	82 600,00	90.01.1	90.02.1

Рисунок 6 — Фрагмент таблицы

7 Заполнить единицу измерения вручную из бумажного документа Расходная накладная (псевдокнопка  Печать ▾).

8 В числовых полях удалить разделитель разрядов.

9 Изменить формат поля Ставка НДС на числовой с двумя десятичными знаками.

10 Умножить значения поля Ставка НДС на 100.

11 Полученную таблицу сохранить в табличном и текстовом форматах.

Примечание. При импорте данных в Deductor (Loginom) для поля Ставка НДС установить строковый тип данных.

Привести описание методов обработки маркетинговой информации согласно таблице 6.

При описании источников маркетинговой информации необходимо привести копии программных окон или их фрагментов.

Раздел «Анализ выходной маркетинговой информации» содержит анализ результатов визуализации и обработки данных для поддержки принятия управленческих решений.

В качестве визуализаторов следует использовать таблицу, OLAP-куб, диаграмму реализации товаров и услуг, статистику, обзор статистики для реквизитов-признаков, оценку качества данных, дерево решений, значимость атрибутов, кросс-таблицу, таблицу и диаграмму группировки.

Для наглядности излагаемого материала рекомендуется привести копии программных окон или их фрагментов.

Тема 7 Использование СППР Loginom (Deductor) для прогнозирования продаж продукции населению в РФ

Общие рекомендации

Постановка задачи

1 Назначение задачи.

Выполнить прогноз продаж продукции _____ населению в РФ.

2 Перечень и описание входной информации.

Перечень и описание полей входной информации приведен ниже.

Таблица 11 - Описание входной информации

№ п/п	Имя (метка) поля	Тип поля	Количество знаков после запятой
1	Год		
2	Продажа_____		

Источником информации являются социально-экономические показатели РФ в 1991-201_ гг. раздела 17 «Торговля и услуги населению» сайта gks.ru.

3 Перечень и описание выходной информации.

В качестве выходной информации рекомендуются варианты прогнозных значений продажи продукции_____ населению в РФ.

4 Перечень и назначение информационных систем и технологий, используемых для решения поставленной задачи.

Привести название, назначение используемых информационных технологий и систем.

Практическая часть

Раздел «Методы обработки маркетинговой информации» включает описание каждого применяемого в работе метода обработки данных и используемой для него входной и выходной маркетинговой информации. Методы: качество данных, автокорреляция, регрессионный анализ, нейросеть, прогнозирование, декомпозиция временного ряда.

При описании источников маркетинговой информации необходимо привести копии программных окон или их фрагментов.

Раздел «Анализ выходной маркетинговой информации» содержит анализ результатов визуализации и обработки данных для поддержки принятия управленческих решений.

В качестве визуализаторов следует использовать таблицу, диаграмму продажи продукции в РФ, статистику, оценку качества данных, диаграмму автокорреляции, диаграммы декомпозиции временного ряда (по трем трендам с наименьшими средними ошибками), гистограмму, диаграмму рассеяния, диаграммы прогноза.

Необходимо провести сравнение прогнозных значений (полученных по линейной регрессии, по нейросети, по трем трендам декомпозиции временного ряда) с использованием доверительного интервала.

Для наглядности излагаемого материала рекомендуется привести копии программных окон или их фрагментов.

Тема 8 Использование СППР Loginom (Deductor) для прогнозирования оборотов розничной торговли в РФ

Общие рекомендации

Постановка задачи

1 Назначение задачи.

Выполнить прогноз оборотов розничной торговли _____ в РФ.

2 Перечень и описание входной информации.

Перечень и описание полей входной информации приведен ниже.

Таблица 12 - Описание входной информации

№ п/п	Имя (метка) поля	Тип поля	Количество знаков после запятой
3	Год		
4	Оборот розничной торговли _____		

Источником информации являются социально-экономические показатели РФ в 1991-201_ гг. раздела 17 «Торговля и услуги населению» сайта gks.ru.

3 Перечень и описание выходной информации.

В качестве выходной информации рекомендуются: варианты прогнозных значений оборотов розничной торговли в РФ.

4 Перечень и назначение информационных систем и технологий, используемых для решения поставленной задачи.

Практическая часть

Раздел «Методы обработки маркетинговой информации» включает описание каждого применяемого в работе метода обработки данных и используемой для него входной и выходной маркетинговой информации. В качестве методов рекомендуются: автокорреляция, качество данных, регрессионный анализ, нейросеть, прогнозирование, декомпозиция временного ряда.

При описании источников маркетинговой информации необходимо привести копии программных окон или их фрагментов.

Раздел «Анализ выходной маркетинговой информации» содержит анализ результатов визуализации и обработки данных для поддержки принятия управленческих решений.

В качестве визуализаторов рекомендуется использовать таблицу, диаграмму оборотов розничной торговли в РФ, оценку качества данных, статистику, диаграмму автокорреляции, диаграммы декомпозиции временного ряда по трем трендам с наименьшими средними ошибками, гистограмму, диаграмму рассеяния, диаграммы прогноза.

Необходимо провести сравнение прогнозных значений, полученных по линейной регрессии, по нейросети, по трем трендам декомпозиции временного ряда, с использованием доверительного интервала. Для наглядности излагаемого материала рекомендуется привести копии программных окон или их фрагментов.

Тема 9 Использование СППР Loginom (Deductor) для прогнозирования оказания услуг населению в РФ

Общие рекомендации

Постановка задачи

1 Назначение задачи.

Выполнить прогноз оказания услуги _____ населению в РФ.

2 Перечень и описание входной информации.

Перечень и описание полей входной информации приведен ниже.

Таблица 13 - Описание входной информации

№ п/п	Имя (метка) поля	Тип поля	Количество знаков после запятой
1	Год		
2	Объем услуги _____		

Источником информации являются социально-экономические показатели РФ в 1991-201_ гг. раздела 17 «Торговля и услуги населению» сайта gks.ru.

3 Перечень и описание выходной информации.

В качестве выходной информации рекомендуются варианты прогнозных значений объема услуги _____ населению в РФ.

4 Перечень и назначение информационных систем и технологий, используемых для решения поставленной задачи.

Привести название, назначение используемых информационных технологий и систем.

Практическая часть

Раздел «Методы обработки маркетинговой информации» включает описание каждого применяемого в работе метода обработки данных и используемой для него входной и выходной маркетинговой информации. Методы: качество данных, автокорреляция, регрессионный анализ, нейросеть, прогнозирование, декомпозиция временного ряда.

При описании источников маркетинговой информации необходимо привести копии программных окон или их фрагментов.

Раздел «Анализ выходной маркетинговой информации» содержит анализ результатов визуализации и обработки данных для поддержки принятия управленческих решений.

В качестве визуализаторов следует использовать таблицу, диаграмму продажи продукции в РФ, статистику, оценку качества данных, диаграмму автокорреляции, диаграммы декомпозиции временного ряда (по трем трендам с наименьшими средними ошибками), гистограмму, диаграмму рассеяния, диаграммы прогноза.

Необходимо провести сравнение прогнозных значений (полученных по линейной регрессии, по нейросети, по трем трендам декомпозиции временного ряда) с использованием доверительного интервала.

Для наглядности излагаемого материала рекомендуется привести копии программных окон или их фрагментов.

Тема 10 Использование СППР Loginom (Deductor) для прогнозирования реализации сельскохозяйственной продукции в РФ

Общие рекомендации Постановка задачи

1 Назначение задачи.

Выполнить прогноз реализации _____ сельскохозяйственными организациями в РФ.

2 Перечень и описание входной информации.

Перечень и описание полей входной информации приведен ниже.

Таблица 14 - Описание входной информации

№ п/п	Имя (метка) поля	Тип поля	Количество знаков после запятой
	Год		
	Реализация _____ сельскохозяйственными организациями		

Источником информации являются социально-экономические показатели РФ в 1991-201_ гг. раздела 14 «Сельское и лесное хозяйство» сайта gks.ru.

3 Перечень и описание выходной информации.

В качестве выходной информации рекомендуются: варианты прогнозных значений реализации сельскохозяйственной продукции в РФ.

4 Перечень и назначение информационных систем и технологий, используемых для решения поставленной задачи.

Практическая часть

Раздел «Методы обработки маркетинговой информации» включает описание каждого применяемого в работе метода обработки данных и используемой для него входной и выходной маркетинговой информации. Методами обработки могут выступать: качество данных, декомпозиция временного ряда, автокорреляция, регрессионный анализ, нейросеть, прогнозирование.

При описании источников маркетинговой информации необходимо привести копии программных окон или их фрагментов.

Раздел «Анализ выходной маркетинговой информации» содержит анализ результатов обработки и визуализации данных для поддержки принятия управленческих решений.

В качестве визуализаторов используются: таблица, диаграмма продажи продукции в РФ, статистика, оценка качества данных, диаграмма автокорреляции, диаграммы декомпозиции временного ряда (по трем трендам с наименьшими средними ошибками), гистограмма, диаграмма рассеяния, диаграммы прогноза.

Необходимо провести сравнение прогнозных значений (полученных по линейной регрессии, по нейросети, по трем трендам декомпозиции временного ряда) с использованием доверительного интервала.

Для наглядности излагаемого материала рекомендуется привести копии программных окон или их фрагментов.

4.4.3 Разработка выводов и предложений

Основное назначение выводов и предложений – это резюмирование содержания курсовой работы, подведение итогов проведенных исследований в соответствии с целью и задачами исследования.

4.4.4 Оформление библиографического списка

В библиографический список включаются источники, на которые есть ссылки в тексте курсовой работы (не менее пяти источников).

4.4.5 Оформление Приложения

Приложения являются самостоятельной частью работы. В приложениях курсовой работы помещают материал, дополняющий основной текст.

Приложениями могут быть:

- графики, диаграммы;
- таблицы большого формата;
- статистические данные;
- фотографии, тексты, которые по разным причинам не могут быть помещены в основной работе и т.д.

5. Требования оформлению курсовых работ

5.1 Оформление текстового материала (ГОСТ 7.0.11 – 2011)

В таблице 15 приводятся требования к оформлению текста работы.

Таблица 15 - Требования к оформлению текста

Фрагмент	Требование
Абзац	Выравнивание текста - по ширине.
	Межстрочный интервал – полуторный.
	Отступ (красная строка) – 1,25 см (пять знаков).
Шрифт	Цвет черный.
	Размер 12-14 пунктов.
	Разрешается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания на определенных терминах, формулах, теоремах, применяя шрифты разной гарнитуры.
Перенос слов	Автоматическая расстановка переносов.
Поля	Левое - 25 мм; правое – 10 мм; верхнее - 20 мм; нижнее – 20 мм.

Фрагмент	Требование
Нумерация страниц	Нумерация сквозная, арабскими цифрами, в центре верхнего поля, без точки.
	Номер на первой странице (титульный лист) не ставится.
	Иллюстрации, таблицы, расположенные на отдельных листах, включаются в общую нумерацию.
Нумерация разделов, подразделов, пунктов и подпунктов	Разделы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всего текста.
	Разделы обозначаются арабскими цифрами.
	После номера раздела, подраздела, пункта, подпункта точка не ставится.
	Номера раздела и подраздела, пункта и подпункта разделяются точкой (например: 1;1.1; 1.1.1; 1.1.1.1).
	Внутри пунктов или подпунктов могут быть приведены перечисления.
	Перед каждым перечислением следует ставить дефис или, при необходимости ссылки в тексте документа на одно из перечислений, строчную букву (за исключением ё, з, о, г, ь, и, ы, ъ), после которой ставится скобка.
	Для дальнейшей детализации перечислений необходимо использовать арабские цифры, после которых ставится скобка, а запись производится с абзацного отступа.
Заголовок разделов, подразделов и пунктов	Заголовки располагают посередине странице без точки на конце.
	Переносить слова в заголовках не допускается.
	Заголовки отделяют от текста сверху и снизу тремя интервалами.
	Раздел (глава) начинается с новой страницы.
Иллюстрации	Иллюстрации (чертежи, графики, схемы, компьютерные распечатки, диаграммы, фотоснимки) следует располагать под текстом, в котором впервые дана ссылка на них, или на следующей странице, а при необходимости - в приложении.
	В тексте должны быть даны ссылки на все иллюстрации.
	В тексте ссылка на иллюстрацию должна записываться так: «рисунок 1»
	Иллюстрации следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией или в пределах раздела, размещать по центру, наименование пишется через тире с прописной буквы.

Фрагмент	Требование
Числовые значения в тексте:	Пишутся цифрой с единицей измерения, без единицы измерения - словами (5 кг, пять компьютеров);
цифры до девяти	
цифры после девяти	пишутся цифрой;
значения величин	указывать требуемую степень точности (руб.- два знака после запятой и т.д.).
Библиографический список	Указывается автор, название книги, город, наименование издательства, год издания, количество страниц.
	Список отсортировать по алфавиту.
Дата и подпись составителя документа	На последней странице документа: дату - автоматически, подпись - от руки.

Таблицы применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей. Название таблицы, при его наличии, должно отражать ее содержание, быть точным, кратким. В ГОСТе прописаны названия основных элементов таблицы (рис. 7).

Головка		Заголовки граф	
		подзаголовки	граф
Строки	Боковик	Графы	
	Итоговая строка		

Рисунок 7 - Название основных элементов таблицы

В таблице 16 приводятся требования к оформлению табличного материала работы.

Таблица 16 - Требования к оформлению таблиц

Фрагмент	Требование
Шрифт	Допускается применять шрифт в таблице меньший, чем в тексте.
Межстрочный интервал	Одинарный.
Нумерация таблиц	Нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией или в пределах раздела.
	Таблицы каждого приложения обозначаются отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения (например: А.1, В.3).
Название таблицы	Помещать слева над таблицей, с абзацного отступа в одну строку с ее номером через тире.

Фрагмент	Требование
	<p>На все таблицы документа должны быть приведены ссылки в тексте документа, при ссылке следует писать слово «таблица» с указанием ее номера.</p> <p>При подготовке текстовых документов с использованием программных средств надпись «Продолжение таблицы» допускается не указывать.</p>
Заголовок граф и строк	<p>Писать с прописной буквы в единственном числе.</p> <p>В конце заголовка точка не ставится.</p> <p>Выравнивать по центру.</p> <p>Записывать, как правило, параллельно строкам таблицы. При необходимости допускается перпендикулярное расположение заголовков граф.</p>
Подзаголовок граф	<p>Писать со строчной буквы в единственном числе, если они составляют одно предложение с заголовком.</p> <p>Писать с прописной буквы в единственном числе, если они имеют самостоятельное значение.</p> <p>В конце заголовка точка не ставится.</p> <p>Выравнивать по центру.</p> <p>Записывать, как правило, параллельно строкам таблицы. При необходимости допускается перпендикулярное расположение заголовков граф.</p>
Боковик: текстовый	<p>Выравнивается по левому краю.</p> <p>Повторяющийся в разных строках графы текст, состоящий из одного слова, можно заменять после первого повторения кавычками.</p> <p>Повторяющийся в разных строках графы текст, состоящий из двух и более слов, следует при первом повторении заменять словами «То же», а далее — кавычками.</p>
числовой	Выравнивается по центру.
Графа (данные)	Выравниваются по правому краю от запятой.
Обрамление	<p>Таблицы слева, справа и снизу, как правило, ограничивают линиями.</p> <p>Обрамляется головка, боковик, заголовки подзаголовки граф.</p> <p>Строки таблицы обрамляются только в том случае, если их отсутствие затрудняет пользование таблицей.</p> <p>Разделять заголовки и подзаголовки боковика и граф диагональными линиями не допускается.</p>

Фрагмент	Требование
Перенос таблицы с большим количеством строк на другую страницу	В каждой части таблицы головка повторяется.
Перенос таблицы с большим количеством граф на другую страницу	Производится аналогично переносу таблицы с большим количеством строк на другую страницу. Но вместо головки в каждой части таблицы повторяется боковик.
Данные	Повторяющиеся цифры в таблице заменять кавычками нельзя.
	Отсутствующие цифры следует заменять прочерком (тире).

В ГОСТе прописаны также требования к оформлению уравнений и формул (табл. 17).

Таблица 17 - Требования к оформлению формул и уравнений

Наименование	Требования
Формула, уравнение	Следует выделять из текста в отдельную строку.
	Выше и ниже каждой формулы или уравнения должно быть оставлено не менее одной свободной строки.
	Переносить формулы на следующую строку допускается только на знаках выполняемых операций, причем знак в начале следующей строки повторяют. При переносе формулы на знаке умножения применяют знак « \times ».
	Пояснение значений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в которой они даны в формуле.
	Первая строка пояснения должна начинаться со слова «где» без двоеточия после него.
	Формулы следует нумеровать порядковой нумерацией в пределах всего отчета арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении на строке.
	Одна формула обозначается — (1).
	Формулы, помещаемые в приложениях, должны нумероваться отдельной нумерацией арабскими цифрами в пределах каждого приложения с добавлением перед каждой цифрой обозначения приложения, например формула (В. 1).
Ссылки в тексте на порядковые номера формул даются в скобках. Пример —... в формуле (1).	

Наименование	Требования
	Допускается нумерация формул в пределах раздела. В этом случае номер формулы состоит из номера раздела и порядкового номера формулы, разделенных точкой, например (3.1).
Математическое уравнение	Порядок изложения такой же, как и формул.
	Допускается выполнение формул и уравнений рукописным способом черными чернилами.

Примечания, ссылки и приложения по ГОСТу оформляются согласно данным таблицы 18.

Таблица 18 - Требования к оформлению примечаний, ссылок, приложений

Наименование	Требование
Ссылка	Внутритекстовая библиографическая ссылка заключается в круглые скобки. Например: (Мунин А.Н. Деловое общение: курс лекций. М.: Флинта, 2008. 374 с.).
	Ссылка на цитату. Например: (Мунин А.Н. Деловое общение: курс лекций. М.: Флинта, 2008. С. 50).
	Ссылка на статью. Например: (Самохина М.М. Интернет и аудитория современной библиотеки // Библиография. 2004. № 4. С. 67-71).
	Ссылка на автора из списка литературы. Например: ...данные этого исследования приведены в работе Смирнова А.А. [54].
	Ссылки на конкретный фрагмент текста следует приводить в квадратных скобках с указанием порядкового номера и страницы, на которые ссылается автор. Например: [10, с.96].
Сноска	В работе могут быть организованы сноски (ссылки) как примечание, вынесенные из текста вниз страницы. Например: на электронный ресурс ⁴ : ⁴ URL: http://www.nlr.ru/lawcenter/izd/index.html
Приложение	Приложение оформляют как продолжение данного документа на последующих его листах или выпускают в виде самостоятельного документа.
	В тексте документа на все приложения должны быть даны ссылки.
	Приложения следует располагать в порядке ссылки на них в тексте.

Наименование	Требование
	Каждое приложение начинать посередине новой страницы со слова «Приложение» и обозначения его номера.
	Писать заголовок приложения в отдельной строке с прописной буквы посередине страницы.
	Обозначать приложение следует заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв Ё, З, И, О, Ч, Ъ, Ы, Ь.
	Допускается обозначение приложений буквами латинского алфавита, за исключением букв I и O.
	В случае полного использования букв русского и латинского алфавитов допускается обозначать приложения арабскими цифрами.
	Текст каждого приложения, при необходимости, может быть разделен на разделы, подразделы, пункты, подпункты, которые нумеруют в пределах каждого приложения. Перед номером ставится обозначение этого приложения.
	Приложения должны иметь общую с остальной частью документа сквозную нумерацию страниц.
	При необходимости такое приложение может иметь «Содержание».
	Приложениям или частям, выпущенным в виде самостоятельного документа, обозначение присваивают как части документа с указанием в коде документа ее порядкового номера.

В список использованных литературных источников включаются все виды опубликованных (в том числе депонированных) и неопубликованных документов на любых носителях – книги, сериальные и другие продолжающиеся ресурсы, нотные, картографические, аудиовизуальные, изобразительные, нормативные и технические документы, микроформы, электронные ресурсы, другие трехмерные искусственные или естественные объекты; составные части документов; группы однородных и разнородных документов (табл. 19).

Таблица 19 - Требования к оформлению списка использованных источников

Вид	Пример
Отдельно изданный стандарт и технические условия, руководящий документ	ГОСТ 7.1 – 2003. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления. Издание официальное. М.: ИПК Издательство стандартов, 2004. – 51с.
Книга одного автора	Рыбина, Г.В. Основы построения интеллектуаль-

Вид	Пример
	ных систем: учебное пособие / Г.В. Рыбина. – М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2010. – 432 с.
Книга двух и более авторов	Матвеев, М.Г. Модели и методы искусственного интеллекта. Применение в экономике: учебное пособие/М.Г. Матвеев, А.С. Свиридов, Н.А. Алейникова. – М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2008. – 448 с.
Книга четырех и более авторов	Аналогично оформлению книги одного- трех авторов. Авторы перечисляются после названия книги.
Книга авторского коллектива под редакцией	Коноплева, И.А. Информационные технологии: учебное пособие / И.А. Коноплева, О.А. Хохлова, А.В. Денисов; под. ред. И.А. Коноплевой. - М.: Проспект, 2008. – 304 с.
Депонированная научная работа	Разумовский, В. А. Управление маркетинговыми исследованиями в регионе / В. А. Разумовский, Д. А. Андреев. – М., 2002. – 210 с. – Деп. в ИНИОН Рос. акад. наук 15.02.02, № 139876.
Диссертация	Вишняков, И. В. Модели и методы оценки коммерческих банков в условиях неопределенности: дис. ... канд. экон. наук : 08.00.13 / Вишняков Илья Владимирович. – М., 2002. – 234 с.
Статья из журнала, газеты	Михайлов, С. А Езда по-европейски: система платных дорог в России находится в начал. стадии развития / С.А. Михайлов // Независимая газета – 2002. – 17 июня.
Электронные ресурсы	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 .

5.2 Требования к лингвистическому оформлению курсовой работы

Курсовая работа должна быть написана логически последовательно, литературным языком. Повторное употребление одного и того же слова, если это возможно, допустимо через 50 – 100 слов. Не должны употребляться как излишне пространные и сложно построенные предложения, так и чрезмерно краткие лаконичные фразы, слабо между собой связанные, допускающие двойные толкования и т. д.

При написании курсовой работы не рекомендуется вести изложение от первого лица единственного числа: «я наблюдал», «я считаю», «по моему мнению» и т.д. Корректнее использовать местоимение «мы». Допускаются обороты с сохранением первого лица множественного числа, в которых ис-

ключается местоимение «мы», то есть фразы строятся с употреблением слов «наблюдаем», «устанавливаем», «имеем». Можно использовать выражения «на наш взгляд», «по нашему мнению», однако предпочтительнее выражать ту же мысль в безличной форме, например:

- *изучение педагогического опыта свидетельствует о том, что ...*,
- *на основе выполненного анализа можно утверждать ...*,
- *проведенные исследования подтвердили ...*;
- *представляется целесообразным отметить*;
- *установлено, что*;
- *делается вывод о ...*;
- *следует подчеркнуть, выделить*;
- *можно сделать вывод о том, что*;
- *необходимо рассмотреть, изучить, дополнить*;
- *в работе рассматриваются, анализируются...*

При написании курсовой работы необходимо пользоваться языком научного изложения. Здесь могут быть использованы следующие слова и выражения:

- для указания на последовательность развития мысли и временную соотнесенность:
 - *прежде всего, сначала, в первую очередь*;
 - *во – первых, во – вторых и т. д.*;
 - *затем, далее, в заключение, итак, наконец*;
 - *до сих пор, ранее, в предыдущих исследованиях, до настоящего времени*;
 - *в последние годы, десятилетия*;
- для сопоставления и противопоставления:
 - *однако, в то время как, тем не менее, но, вместе с тем*;
 - *как..., так и...*;
 - *с одной стороны..., с другой стороны, не только..., но и*;
 - *по сравнению, в отличие, в противоположность*;
- для указания на следствие, причинность:
 - *таким образом, следовательно, итак, в связи с этим*;
 - *отсюда следует, понятно, ясно*;
 - *это позволяет сделать вывод, заключение*;
 - *свидетельствует, говорит, дает возможность*;
 - *в результате*;
- для дополнения и уточнения:
 - *помимо этого, кроме того, также и, наряду с..., в частности*;
 - *главным образом, особенно, именно*;
- для иллюстрации сказанного:
 - *например, так*;
 - *проиллюстрируем сказанное следующим примером, приведем пример*;
 - *подтверждением выше сказанного является*;

- для ссылки на предыдущие высказывания, мнения, исследования и т.д.:
 - *было установлено, рассмотрено, выявлено, проанализировано;*
 - *как говорилось, отмечалось, подчеркивалось;*
 - *аналогичный, подобный, идентичный анализ, результат;*
 - *по мнению X, как отмечает X, согласно теории X;*
- для введения новой информации:
 - *рассмотрим следующие случаи, дополнительные примеры;*
 - *перейдем к рассмотрению, анализу, описанию;*
 - *остановимся более детально на...;*
 - *следующим вопросом является...;*
 - *еще одним важнейшим аспектом изучаемой проблемы является...;*
- для выражения логических связей между частями высказывания:
 - *как показал анализ, как было сказано выше;*
 - *на основании полученных данных;*
 - *проведенное исследование позволяет сделать вывод;*
 - *резюмируя сказанное;*
 - *дальнейшие перспективы исследования связаны с....*

Письменная речь требует использования в тексте большого числа развернутых предложений, включающих придаточные предложения, причастные и деепричастные обороты. В связи с этим часто употребляются составные подчинительные союзы и клише:

- *поскольку, благодаря тому что, в соответствии с...;*
- *в связи, в результате;*
- *при условии, что, несмотря на...;*
- *наряду с..., в течение, в ходе, по мере.*

Необходимо определить основные понятия по теме исследования, чтобы использование их в тексте курсовой работы было однозначным. Это означает: то или иное понятие, которое разными учеными может трактоваться по-разному, должно во всем тексте данной работы от начала до конца иметь лишь одно, четко определенное автором курсовой работы значение.

В курсовой работе должно быть соблюдено единство стиля изложения, обеспечена орфографическая, синтаксическая и стилистическая грамотность в соответствии с нормами современного русского языка.

6. Порядок защиты курсовой работы

Ответственность за организацию и проведение защиты курсовой работы возлагается на заведующего кафедрой и руководителя курсовым проектированием. Заведующий кафедрой формирует состав комиссии по защите курсовых работ, утвержденный протоколом заседания кафедры. Руководитель информирует студентов о дне и месте проведения защиты курсовых работ, обеспечивает работу комиссии необходимым оборудованием, проверяет соответствие тем представленных курсовых работ примерной тематике, готовит к заседанию комиссии экзаменационную ведомость с включением в нее тем курсовых работ студентов, дает краткую информацию студентам о по-

рядке проведения защиты курсовых работ, обобщает информацию об итогах проведения защиты курсовых работ на заседание кафедры.

К защите могут быть представлены только работы, которые получили положительную рецензию. Не зачтенная работа должна быть доработана в соответствии с замечаниями руководителя в установленные сроки и сдана на проверку повторно.

Защита курсовых работ проводится за счет времени, отведенного на самостоятельную работу студента по дисциплине до начала экзаменационной сессии. Защита курсовой работы включает:

- краткое сообщение автора об актуальности работы, целях, объекте исследования, результатах и рекомендациях по совершенствованию деятельности анализируемой организации в рамках темы исследования;
- вопросы к автору работы и ответы на них;
- отзыв руководителя курсового проектирования.

Защита курсовой работы производится публично (в присутствии студентов, защищающих работы в этот день) членам комиссии. К защите могут быть представлены только те работы, которые получили положительную рецензию руководителя.

Если при проверке курсовой работы или защите выяснится, что студент не является ее автором, то защита прекращается. Студент будет обязан написать курсовую работу по другой теме.

При оценке курсовой работы учитывается:

- степень самостоятельности выполнения работы;
- актуальность и новизна работы;
- сложность и глубина разработки темы;
- знание современных подходов на исследуемую проблему;
- использование периодических изданий по теме;
- качество оформления;
- четкость изложения доклада на защите;
- правильность ответов на вопросы.

В соответствии с установленными правилами курсовая работа оценивается по следующей шкале:

- на **«отлично»** оценивается работа, в которой нет замечаний в соответствии с вышеуказанными рекомендациями;
- на **«хорошо»** оценивается работа, в которой есть незначительные замечания в соответствии с вышеуказанными рекомендациями;
- на **«удовлетворительно»** оценивается работа, в которой есть значительные замечания по отдельным из вышеуказанных рекомендаций;
- на **«неудовлетворительно»** оценивается работа, в которой есть значительные замечания по большей части из вышеуказанных рекомендаций.

По итогам защиты за курсовую работу выставляется оценка на титульный лист работы, в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение курсовой работы

7.1 Основная литература

1 Карпузова В.И., Скрипченко Э.Н., Чернышева К.В., Карпузова Н.В. Информационные системы и технологии в менеджменте АПК: Учебное пособие / В.И. Карпузова, Э.Н. Скрипченко, К.В. Чернышева, Н.В. Карпузова. - М.: БИБКМ, ТРАНСЛОГ, 2016. - 462 с.

2 Карпузова В.И., Соколова Н.В., Чернышева К.В., Информационные системы маркетинга: учеб. пособие / В.И. Карпузова, Н.В. Соколова, К.В. Чернышева. - М.: ФГБНУ «Росинформагротех», 2018. – 124 с.

7.2 Дополнительная литература

1 Практикум по анализу данных на компьютере / И.А. Кацко, Н.Б. Паклин. - Москва: КолосС, 2009. – 276 с.

7.3 Базы данных

1 Базы данных Министерства сельского хозяйства Российской Федерации: www.mcsx.ru.

2 Базы данных Федеральной службы государственной статистики: www.gks.ru.

3 Базы данных ФАО. <http://www.fao.org/statistics/databases/ru/>.

8. Методическое, программное обеспечение курсовой работы

8.1 Методические указания и методические материалы к курсовым работам

1 Система «БЭСТ – Маркетинг». Руководство пользователя. М. ЗАО «Интеллект – Сервис», 2012.

8.2 Программное обеспечение для выполнения курсовой работы

- 1 1С: Предприятие 8.X».
- 2 АИС «БЭСТ-Маркетинг».
- 3 СППР Deductor (Loginom).
- 4 РосБизнесСофт.
- 5 Текстовый процессор MS Word.
- 6 Табличный процессор MS Excel.
- 7 Правовая система Консультант Плюс.
- 8 Обозреватель Internet Explorer.

Методические указания разработали:

Карпузова В.И., к.э.н., доцент

Соколова Н.В., к.э.н., доцент

Чернышева К.В., к.э.н., доцент

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

Пример оформления титульного листа курсовой работы



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
 «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ –
 МСХА имени К.А. ТИМИРЯЗЕВА»
 (ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева)

Институт экономики и управления АПК
 Кафедра экономической кибернетики

Учебная дисциплина
 «Информационные системы маркетинга»

КУРСОВАЯ РАБОТА

на тему:

Выполнил (а)
 студент (ка) ... курса... группы

 ФИО
 Дата регистрации КР
 на кафедре _____

Допущен (а) к защите

Руководитель:

 ученая степень, ученое звание, ФИО

Члены комиссии:

ученая степень, ученое звание, ФИО	подпись
------------------------------------	---------

ученая степень, ученое звание, ФИО	подпись
------------------------------------	---------

ученая степень, ученое звание, ФИО	подпись
------------------------------------	---------

Оценка _____

Дата защиты _____

Москва, 201_

Приложение Б
Примерная форма задания

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Российский государственный аграрный университет – МСХА
имени К.А. Тимирязева

Институт экономики и управления АПК
Кафедра экономической кибернетики

ЗАДАНИЕ
НА КУРСОВУЮ РАБОТУ

Студент _____

Тема КР _____

Исходные данные к работе _____

Перечень подлежащих разработке в работе вопросов:

Перечень дополнительного материала _____

Дата выдачи задания «__» _____ 201__ г.

Руководитель (подпись, ФИО) _____

Задание принял к исполнению (подпись студента) _____
«__» _____ 201__ г.

Приложение В
Примерная форма рецензии на курсовую работу

РЕЦЕНЗИЯ

на курсовую работу студента
Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Российский государственный аграрный университет
– МСХА имени К.А. Тимирязева»

Студент _____

Учебная дисциплина _____

Тема курсовой работы _____

Полнота раскрытия темы:

**Оформле-
ние:**

**Замеча-
ния:**

Курсовая работа отвечает предъявляемым к ней требованиям и заслуживает _____ оценки
(отличной, хорошей, удовлетворительной, не удовлетворительной)

Рецензент _____
(фамилия, имя, отчество, уч. степень, уч. звание, должность, место работы)

Дата: « ____ » _____ 20__ г.

Подпись: _____

Приложение Г

Список теоретических вопросов по дисциплине «Информационные системы маркетинга»

1. Понятие, свойства и классификация экономической информации.
 2. Структура, единицы измерения экономической информации.
 3. Маркетинговая информация как часть экономической информации.
 4. Маркетинговая информация: понятие, структура.
 5. Средства формализованного описания экономической информации.
- Виды классификаторов.
6. Понятие кода, систем кодирования. Последовательность проектирования кодов.
 7. Унифицированная система документации: понятие, виды. Классы документов УСД. Этапы унификации документов.
 8. Вид стандартной формы унифицированных документов.
 9. Экранная форма документа: понятие, требования.
 10. Выходные формы документов: понятие, виды.
 11. Информационная технология: понятие, структура.
 12. Этапы развития информационных технологий. Инструментарий ИТ.
 13. Понятие OLTP, OLAP - технологий.
 14. Понятие Data Mining – технологий.
 15. Понятие KDD - технологий и применение их в АИС.
 16. Понятие «облачных» - технологий.
 17. Понятия модели, базы, хранилища данных, базы знаний.
 18. Понятие, компоненты, свойства функционирования систем.
 19. Информационная система: понятие, структура, классификация.
 20. Понятие, этапы и тенденции развития информационных систем.
 21. Структура автоматизированных информационных систем. Обеспечивающие подсистемы.
 22. Внутримашинное информационное обеспечение АИС.
 23. Внемашинное информационное обеспечение информационных систем.
 24. Системы обработки данных: понятие, структура.
 25. Информационные системы управления предприятием: понятие, структура.
 26. Системы поддержки принятия решений: понятие, структура, классификация.
 27. Корпоративные информационные системы: понятие, структура.
 28. Последовательность работы пользователя в системах обработки данных, информационных системах управления предприятием.
 29. Информационное обеспечение АИС: понятие, классификация.
 30. Информационная система маркетинга: понятие, назначение, структура.
 31. CRM – системы: понятие, назначение, примеры.
 32. Функции CRM - систем.
 33. Эффективность АИС: виды, понятие, показатели.

34. Виды формализованных методов (стандартов) управления организацией.
35. БЭСТ - Маркетинг: характеристика, принципы построения.
36. Система управления предприятием БЭСТ 5: назначение и характеристика.
37. Программный комплекс «1С: Предприятие»: назначение и характеристика.
38. СППР «Deductor»: назначение и характеристика.
39. Общая характеристика СППР SAS Enterprise Guide.
40. Общая характеристика CRM системы РосБизнесСофт.