



Министерство образования Республики Беларусь

**Учреждение образования
«Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого»**

Кафедра «Маркетинг»

М. О. Гиль, О. С. Каюкова

АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ
по курсовой работе**

**для студентов специальности
1-26 02 03 «Маркетинг»
дневной и заочной форм обучения**

Электронный аналог печатного издания

Гомель 2014

УДК 339.138(075.8)
ББК 65.291.3я73
Г47

*Рекомендовано научно-методическим советом
гуманитарно-экономического факультета ГГТУ им. П. О. Сухого
(протокол № 7 от 25.03.2013 г.)*

Рецензенты: зав. каф. «Менеджмент» ГГТУ им. П. О. Сухого
канд. экон. наук, доц. *Л. М. Лапицкая*

Гиль, О. М.

Г47

Анализ маркетинговой среды : учеб.-метод. пособие по курсовой работе для студентов специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» днев. и заоч. форм обучения / М. О. Гиль, О. С. Каюкова – Гомель : ГГТУ им. П. О. Сухого, 2014. – 49 с. – Систем. требования: PC не ниже Intel Celeron 300 МГц ; 32 Mb RAM ; свободное место на HDD 16 Mb ; Windows 98 и выше ; Adobe Acrobat Reader. – Режим доступа: <http://library.gstu.by>. – Загл. с титул. экрана.

ISBN 978-985-535-186-4.

Состоит из четырех разделов. В первом разделе представлены общие указания по выполнению курсовой работы, далее рассматриваются структура и типовое содержание работы, в третьем разделе представлены требования по ее оформлению, в заключение приведен порядок защиты курсовой работы.

Для студентов специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» дневной и заочной форм обучения.

УДК 339.138(075.8)
ББК 65.291.3я73

ISBN 978-985-535-186-4

© Гиль О. М., Каюкова О. С., 2014
© Учреждение образования «Гомельский
государственный технический университет
имени П. О. Сухого», 2014

ПРЕДИСЛОВИЕ

Курсовая работа по анализу маркетинговой среды предприятий является важным элементом учебного процесса, одним из наиболее эффективных методов подготовки маркетологов-экономистов.

Цель курсовой работы состоит в том, чтобы студент расширил и углубил теоретические и практические знания по анализу внешней и внутренней маркетинговой среды, приобрел навыки самостоятельного изучения данных, характеризующих финансово-хозяйственную деятельность конкретного предприятия, научился подбирать, систематизировать, анализировать и обобщать статистические и иные материалы по анализу внешней среды, овладел основами методики научного исследования.

Курсовая работа по анализу маркетинговой среды предприятия выполняется студентами дневного и заочного факультетов при подготовке специалистов по специальности 1-26 02 03 «Маркетинг».

1. ОБЩИЕ УКАЗАНИЯ

1.1. Требования, предъявляемые к курсовой работе

Курсовая работа представляет собой самостоятельное исследование студента в области анализа внешней и внутренней маркетинговой среды. Она должна удовлетворять следующим требованиям:

- обязательно должен присутствовать исследовательский подход к изучаемому теоретическому и фактическому материалу, при изложении материала необходимо дать описание и оценку разным научным школам и методикам анализа по теме курсовой, также обязательно должна присутствовать личная аргументированная точка зрения студента;

- при написании работы необходимо в обязательном порядке пользоваться учебно-методической литературой, нормативными документами, специализированными периодическими изданиями;

- при проведении исследования надо учитывать реальную экономическую ситуацию, в которой работает анализируемое предприятие, действующую законодательную и нормативную базу, действующие формы учета и отчетности;

- работа должна быть насыщена фактическими данными из отчетов предприятий, статистических справочников, других документально подтвержденных источников информации;

- цифровые данные должны быть обработаны и систематизированы;

- результаты исследования должны содержать конкретные выводы и предложения по повышению эффективности работы предприятия;

- работа должна быть написана грамотно, с четким и логическим изложением материала; аккуратно и правильно оформлена.

1.2. Выбор темы курсовой работы

Студенту предоставляется право самостоятельного выбора темы курсовой работы в соответствии с утвержденной тематикой, представленной в разделе 5. В отдельных случаях по согласованию с руководителем студент может взять тему, не входящую в рекомендованный кафедрой перечень, или несколько изменить название темы.

Выбор темы должен быть обоснованным. При этом студент должен руководствоваться научным и практическим интересом к той или иной проблеме, учитывать свою работу в научных секциях, характер практической работы на предприятии (для студентов-заочни-

ков), знание специальной литературы по соответствующему вопросу. Студент может выбрать и такую тему, которая была мало изучена им в процессе учебы, для того чтобы расширить свои знания в определенной области.

При выборе темы необходимо учитывать возможность собрать необходимый фактический материал для написания курсовой работы.

Кроме того, желательно, чтобы тематика курсовой работы совпадала с предполагаемой темой дипломной работы. Это позволит студенту более глубоко проработать материал и дать более глубокие и интересные предложения по повышению эффективности работы предприятия в анализируемом направлении.

Выбор темы оформляется по заявлению студента на имя заведующего кафедрой с просьбой утвердить названную студентом тему. Выбранная тема должна быть согласована с научным руководителем.

Студент выполняет курсовую работу под руководством научного руководителя, назначаемого решением кафедры из числа штатных преподавателей или совместителей.

Научный руководитель:

- осуществляет руководство работой студента в соответствии с разработанным графиком выполнения курсовых работ;

- оказывает студенту организационную, методическую и научную помощь, встречаясь со студентом не реже одного раза в неделю;

- контролирует выполнение студентом всех требований настоящего практического руководства;

- пишет отзыв на выполненную работу, в котором должны найти отражение актуальность темы, подробное изложение достоинств работы или ее недостатков, рекомендации по устранению отмеченных недостатков, вывод о соответствии работы предъявляемым требованиям и допуске ее к защите;

- проводит защиту и сдает курсовую работу и ведомость на кафедру.

1.3. Подбор и предварительное ознакомление студента с литературой по выбранной теме

Подбор литературы проводится студентом самостоятельно и должен начинаться с изучения предметных каталогов и библиографических справочников, находящихся в библиотеке университета или других библиотеках. Рекомендуется просмотреть предметно-тематические каталоги не только по разделам, строго совпадающим с темой курсовой работы, но и по темам, близким к избранной. При этом следует подбирать литературу, освещающую как теоретический, так и

прикладной аспекты учета и анализа хозяйственной деятельности. Особое внимание следует обращать на издания последних лет, так как в них наиболее полно отражается действующая практика работы, учитываются новые условия хозяйствования.

При подборе и изучении источников по теме курсовой работы необходимо также использовать информационные ресурсы Интернета, статьи в периодических изданиях.

Самостоятельная работа студента при подборе литературы предполагает консультирование с научным руководителем.

Предварительное ознакомление с литературой позволяет студенту правильно ориентироваться в основных направлениях темы и составить грамотный и обстоятельный план курсовой работы.

1.4. Составление первоначального варианта плана курсовой работы

На основе предварительного ознакомления с литературой и электронными источниками должен быть тщательно продуман первоначальный вариант плана курсовой работы.

Курсовая работа состоит из введения и трех разделов. Третий раздел одновременно является и заключением. При составлении плана прежде всего следует определить примерный круг вопросов, которые будут рассматриваться в отдельных разделах, и дать им соответствующие названия. Затем необходимо более тщательно рассмотреть содержание каждого раздела и определить последовательность вопросов, которые будут в нем излагаться.

План должен отражать основную идею работы, раскрывать ее содержание и характер. Предварительный план должен быть согласован с руководителем курсовой работы. При согласовании плана необходимо приложить к нему список просмотренных источников по теме курсовой работы.

1.5. Изучение отобранной литературы и составление окончательного варианта плана курсовой работы

После составления плана необходимо приступить к детальному изучению литературы, ее конспектированию и систематизации. Изучать литературу необходимо в такой последовательности: учебники и учебные пособия, монографии и научно-практические издания, законодательный и инструктивный материал, журнальные и газетные статьи, информация в Интернете. Это позволит постепенно накапливать и углублять знания, идти от простого к сложному. Прочитав и закон-

спектрировав тот или иной источник, следует определить, в каком разделе могут быть использованы полученные сведения. Систематизация сведений в соответствии с планом позволит проанализировать и сопоставить различные точки зрения отдельных авторов по тому или другому вопросу. Литературные источники по экономическому анализу хозяйственной деятельности предприятий широко иллюстрированы цифрами, аналитическими таблицами, расчетами. Изучая литературу, студент должен тщательно разобраться в них, полностью уяснить себе тот или иной аспект темы. Поскольку действующее законодательство периодически изменяется, при изучении литературы надо учитывать этот факт, так как в литературе может быть использован нормативный материал, который уже устарел на момент работы студента с источником.

После тщательного изучения и систематизации собранной по теме литературы возможны некоторые изменения первоначального варианта плана. Скорректированный план должен быть согласован с научным руководителем. На основании его составляется график написания курсовой работы.

1.6. Сбор и обработка фактического материала для курсовой работы

Особенностью курсовой работы по анализу маркетинговой среды является то, что пишется она на основе изучения данных о деятельности конкретного предприятия. Поэтому сбор фактического материала является одним из наиболее ответственных этапов. Цифровые данные рекомендуется брать из статистической отчетности, плановых и нормативных документов по показателям, которые отражают обобщающие и тематические результаты деятельности предприятия за последние три года.

Обработывая цифровые данные, следует продумать наиболее удобные и наглядные макеты аналитических таблиц. В таблицах должны быть не только размещены и увязаны те или иные показатели, но в необходимых случаях должна быть отражена их взаимозависимость, влияние одних показателей на другие. Влияние факторов на отклонения от базисного периода должно быть измерено. Количество и детализация фактических данных должна быть достаточной для выявления внутрипроизводственных резервов, разработке конкретных предложений, направленных на улучшение финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

При написании курсовых работ на так называемые «общие темы» конкретный материал о деятельности предприятий также необходим, так как он должен иллюстрировать отдельные теоретические положения работы.

2. СТРУКТУРА И ТИПОВОЕ СОДЕРЖАНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Для курсовой работы рекомендуется следующая примерная структура:

1. Титульный лист.
2. Содержание (оглавление).
3. Задание на курсовую работу.
4. Введение.
5. Основная часть:
 - первая глава;
 - вторая глава;
 - третья глава.
6. Список использованной литературы.
7. Приложения.

Введение (1–2 страницы)

В нем кратко характеризуется состояние вопроса и его актуальность, обосновывается необходимость и целесообразность проведения исследования, формулируются цель и задачи работы. Кратко следует коснуться содержания отдельных глав, охарактеризовать в общих чертах производственный профиль предприятия, анализу которого посвящена курсовая работа.

Первая глава – теоретико-методологическая (10–15 страниц)

Примерная структура 1-й главы

П.1.1. Методологические основы анализа ... (далее – по конкретной теме курсовой. Например: «Методологические основы анализа влияния научно-технических факторов внешней среды на деятельность предприятия»).

П.1.2. Сравнительная характеристика и содержание известных методик анализа (далее – по теме курсовой. Например: «Содержание известных методик анализа научно-технических факторов внешней среды, влияющих на деятельность предприятия»).

П.1.3. Пути повышения эффективности деятельности предприятия на основе (далее – по теме курсовой. Например: «Пути повышения эффективности деятельности предприятия на основе учета научно-технических факторов внешней среды, влияющих на деятельность предприятия»).

В *первой главе* следует раскрыть экономическое содержание и значение того направления анализа, которому посвящена курсовая работа, дать характеристику и оценку имеющихся взглядов по рассматриваемому вопросу, изложить свою точку зрения. Начинаться глава должна с оценки важности исследуемого направления для эффективной организации финансово-хозяйственной деятельности предприятия и разработки его маркетинговой и экономической стратегии. Далее необходимо описать цель, задачи анализа, источники информации. Перечень источников информации должен быть полным даже в том случае, если в практическом разделе использовались не все возможные источники. Например, при анализе производительности труда наряду с основными технико-экономическими показателями и балансом с приложениями должны быть перечислены все формы отчетности с индексом «труд», «кадры», первичные источники информации. Полностью должны быть даны названия этих форм. Описывать их содержание не надо, но при защите студент должен знать их содержание, даже если не использовал их в практическом анализе (допустим, если невозможно взять все нужные формы). Кроме того, студент должен знать содержание всех основных нормативных актов и официальных инструктивных материалов по теме курсовой работы. Перечень их должен быть обязательно дан в списке литературы.

В 1-м разделе должны быть раскрыты основные понятия по теме курсовой.

Далее необходимо рассмотреть существующие методики по теме анализа, раскрыть их содержание, а также содержание и методику расчета показателей, используемых в рассматриваемых методиках. Необходимо отметить положительные и отрицательные стороны этих методик. Аргументировать выбор методики, которая будет использоваться во второй (практической) главе курсовой работы. Если необходимо, студент может предложить свою методику, скомбинировав отдельные составляющие части рассмотренных методик. Здесь же можно рассмотреть и другие подходы (в частности зарубежные) к учету и анализу исследуемых направлений, и объяснить, почему мы пока не можем (или где – можем) использовать их при анализе деятельности отечественных предприятий.

В этой же главе необходимо определить пути улучшения протекания исследуемых хозяйственных процессов, обобщить передовой опыт, как отечественный, так и зарубежный.

Вторая глава – аналитическая (25–30 страниц)

Примерная структура 2-й главы

П.2.1. Краткая характеристика предприятия и анализ основных финансово-экономических показателей предприятия (название предприятия).

П.2.2. Анализ реализации продукции предприятия (название предприятия).

П.2.3. Анализ организации и эффективности маркетинговой деятельности предприятия (название предприятия).

П.2.4. Анализ эффективности использования ресурсов предприятия (название предприятия).

П.2.5. Анализ внешней маркетинговой среды предприятия (название предприятия).

П. 2.6–2.7. Определяются индивидуально, исходя из темы курсовой работы.

П. 2.8. Обобщающий анализ деятельности предприятия (название предприятия) и SWOT-анализ.

Примерное содержание пункта. 2.1 «Краткая характеристика предприятия и анализ основных финансово-экономических показателей предприятия»

Он должен начинаться с краткого описания предприятия и выпускаемой продукции: полное название предприятия, его организационно-правовая форма, отрасль, вышестоящая организация, месторасположение предприятия, производственный профиль, организационно-производственная структура, описание основных видов выпускаемой продукции, основные потребители и регионы, куда поставляется продукция, степень обновления, особенности ценообразования и налогообложения.

Далее проводится анализ основных технико-экономических и финансовых показателей деятельности анализируемого предприятия (примерные формы приведены в Приложении 1). Количество и структура анализируемых показателей может различаться в зависимости от специфики деятельности предприятия и принятой на предприятии системы отражения показателей.

Если предприятие имеет внешнеэкономическую деятельность, надо проанализировать динамику экспорта и динамику импорта, динамику внешнеторгового сальдо, долю экспорта в объеме выпущенной продукции.

*Примерное содержание пункта 2.2
«Анализ реализации продукции предприятия»*

Необходимо дать анализ инновационной деятельности предприятия, виды новой продукции за три года, степень ее инновационности (виды нематериальных активов – наличие патентов, лицензионных договоров, зарегистрированного товарного знака, наличие инноваций в упаковке, рекламе, сбыте и т. д.).

Для написания этой части отчета рекомендуется использовать пояснительную записку к годовому отчету, бизнес-план развития предприятия, а также основные формы, перечень которых приведен в Приложении 2.

Задачи анализа:

- оценить динамику по реализации продукции и динамику объема реализации;
- оценить выполнение плана реализации продукции по ассортименту;
- оценить выполнение плана реализации по структуре.

Анализ объема реализации начинается с определения количества реализованной продукции (табл. 1, 2):

- в стоимостных показателях;
- в натуральных показателях.

Таблица 1

**Анализ динамики реализованной продукции в целом
и по отдельным ассортиментным группам (примерная форма)**

Показатели	2010 г.	2011 г.	Отклонение 2011/2010 гг.		2012 г.	Отклонение 2012/2011 гг.	
			Сумма, млн р.	Темп роста, %		Сум- ма, млн р.	Темп роста, %
1. Товарная продукция в действующих ценах, млн р.							
2. Товарная продукция в сопоставимых ценах, млн р.							
3. Объем реализованной продукции, в том числе: – вид продукции А; – вид продукции Б; – т. д.							
4. Отгруженная продукция, млн р.							
5. Остатки продукции на складе сверх норматива							

Таблица 2

**Анализ динамики структуры реализованной продукции
по товарным группам (примерная форма)**

Показатели	2010 г.	2011 г.	Отклонение 2011/2010 гг.		2012 г.	Отклонение 2012/2011 гг.	
			Сумма, млн р.	Темп роста, %		Сум- ма, млн р.	Темп роста, %
Продукция А							
Продукция Б							
...							

Далее необходимо провести анализ рынков сбыта продукции (табл. 3). От рынков сбыта зависят объем продаж, средний уровень цен, выручка от реализации продукции, сумма полученной прибыли и т. д. В первую очередь, нужно изучить динамику о положении каждого вида продукции на рынках сбыта за последние 3–5 лет.

**Анализ структуры реализации продукции
по рынкам сбыта (примерная форма)**

Показатели	2010 г.		2011 г.		Отклонение 2011/2010 гг.	2012 г.		Отклонение 2012/2011 гг.
	Сум- ма, млн р.	%	Сум- ма, млн р.	%		Сум- ма, млн р.	%	
1. Внутренний рынок								
2. Внешний рынок, в том числе: – Российская Федерация; – Украина; – страны СНГ; – т. д.								
<i>Итого</i>								

В процессе анализа необходимо также выявить реальных и потенциальных конкурентов, провести анализ показателей их деятельности, определить сильные и слабые стороны их бизнеса, финансовые возможности, цели и стратегию конкурентов в области экспансии на рынке, технологии производства, качества продукции и ценовой политики. Это позволит предугадать образ их поведения и выбрать наиболее приемлемые способы борьбы по отвоеванию у конкурента ниши на рынке.

Кроме того, необходимо провести анализ ценовой политики предприятия на товарных рынках. Нужно описать товарную политику предприятия, систему товародвижения, дилерскую сеть и т. д.

Следует назвать основных конкурентов, дать анализ конкурентоспособности продукции по основным конкурентным параметрам. Если уровень конкурентоспособности продукции – разный, необходимо дать анализ конкурентоспособности двух основных видов продукции или ассортиментных групп.

Цены обеспечивают предприятию запланированную прибыль, конкурентоспособность продукции, спрос на нее. Через цены реализуются конечные коммерческие цели, определяется эффективность деятельности всех звеньев производственно-сбытовой структуры предприятия.

Ценовая политика состоит в том, что предприятие устанавливает цены на таком уровне и так изменяет их в зависимости от ситуации на рынке, чтобы обеспечить достижение краткосрочных и долгосрочных

целей (овладение определенной долей рынка, завоевание лидерства на рынке, получение запланированной суммы прибыли, максимизация прибыли, выживание фирмы и т. д.).

В изучении ценовой политики и анализе обоснованности цен на продукцию предприятия важным является установление следующего:

- насколько цены отражают уровень издержек;
- какова вероятная реакция покупателей на изменение цен (эластичность спроса);
- используется ли политика стимулирующих цен;
- привлекательны ли цены предприятия в сравнении с ценами конкурентов;
- чем отличается политика ценообразования на данном предприятии от ценовой политики конкурентов;
- как действует предприятие при изменении цен конкурирующими фирмами;
- какова государственная политика в области ценообразования на аналогичные товары.

Примерное содержание пункта 2.3 «Анализ организации эффективности маркетинговой деятельности предприятия»

Необходимо провести анализ и рассмотреть следующие вопросы.

Анализ организации маркетинговой деятельности на предприятии. Анализ структуры отдела маркетинга или другого отдела, выполняющего функции отдела маркетинга. Положение об отделе, взаимоотношения с другими отделами, документооборот отдела: статистическая отчетность и внутренняя отчетность. Должностные обязанности сотрудников отдела, уровень их квалификации, наличие базового образования. Система оплаты труда работников отдела. Система премирования как для общезаводских, так и для работников отдела.

Необходимо провести анализ и рассмотреть следующие вопросы.

Анализ коммуникативной политики предприятия. Анализ рекламной деятельности предприятия. Анализ выставочно-ярмарочной деятельности. Степень участия работников отдела в разработке новых видов продукции, формирования ассортимента, установления цены и системы скидок. Качество выполнения функций отдела маркетинга. Основные направления маркетинговой стратегии предприятия. Организация маркетинговых исследований на предприятии.

Примерное содержание пункта 2.4 «Анализ эффективности использования ресурсов предприятия»

Здесь необходимо проанализировать себестоимость товарной и реализованной продукции и эффективность использования отдельных видов ресурсов.

1. Анализ себестоимости продукции проводится по показателям:
 - величина себестоимости товарной продукции в динамике,
 - величина себестоимости реализованной продукции в динамике,
 - показатель затрат на 1 рубль реализованной продукции в динамике;
 - показатель затрат на 1 рубль товарной продукции в динамике;
2. Структура товарной продукции по элементам затрат в динамике.
3. Далее проводится анализ эффективности использования ресурсов:
 - анализ основных средств;
 - среднегодовая стоимость основных средств, структура основных средств по видам основных средств, общие коэффициенты обновления и выбытия, коэффициенты обновления и выбытия по активной части основных средств;
 - рассчитать коэффициенты износа основных средств в целом, и в разрезе основных групп основных средств (табл. 4, 5);
 - описать технологический уровень производства (степень прогрессивности используемых технологий и оборудования);
 - описать инвестиционные проекты, реализуемые (реализованные) за последние три года.
4. Анализ кадрового потенциала и производительности труда (табл. 6, 7).
Проанализировать:
 - динамику среднегодовой численности персонала, динамику структуры персонала.
 - уровень производительности труда по товарной и по реализованной продукции.
 - величину прибыли от реализации и чистой прибыли, приходящейся на одного работника.
 - динамику среднемесячной заработной платы.
 - уровень зарплатоемкости реализованной продукции.
 - соотношение темпов роста реализованной продукции и темпов роста среднемесячной заработной платы.
5. Анализ использования материальных ресурсов.
Проанализировать:
 - динамику уровня материальных затрат в общем и в разрезе отдельных статей;
 - материалоемкость товарной продукции:
6. Энергоемкость товарной продукции:
 - основные виды используемых основных материалов и их поставщики;
 - основные виды используемого энергетического сырья (газ, электрическая энергия) используемые местные виды топлива или альтернативные виды топлива.

7. Эффективность использования оборотных средств.

Проанализировать:

- среднегодовую стоимость оборотных средств;
- динамику структуры оборотных средств;
- оборачиваемость оборотных средств в оборотах и днях, как в целом, так и по видам отдельных оборотных средств.
- структуру дебиторской задолженности.

Все расчеты в обязательном порядке проводятся за три года в динамике и сопровождаются развернутым анализом. Под таблицами с расчетами нужна ссылка на виды документов, откуда взята информация.

Таблица 4

Показатели наличия и движения основных средств (примерная форма)

Показатель	Единицы измерения	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Темп роста, %	
					2010 / 2009	2011 / 2010
1. Среднегодовая стоимость основных средств	млн р.					
2. Стоимость основных средств на начало года	млн р.					
3. Поступило основных средств	млн р.					
4. Выбыло основных средств	млн р.					
5. Стоимость основных средств на конец года	млн р.					
6. Сумма амортизации, начисленная за год	млн р.					
7. Остаточная стоимость	млн р.					
8. Коэффициент обновления (п. 3 : п. 5)	–					
9. Коэффициент выбытия (п. 4 : п. 2)	–					
10. Коэффициент прироста ((п. 3 – п. 4) : п. 2)	–					
11. Коэффициент износа (п. 6 : п. 5)	–					
12. Коэффициент годности (п. 7 : п. 5)	–					

Источник. Отчетность предприятия.

Таблица 5

**Показатели интенсивности и эффективности использования
основных средств предприятия (примерная форма)**

Показатель	Единицы измерения	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Темп роста, %	
					2010 / 2009	2011 / 2010
1. Среднегодовая стоимость основных средств	млн р.					
2. Прибыль от реализации	млн р.					
3. Товарная продукция в действующих ценах	млн р.					
4. Среднесписочная численность ППП	чел.					
5. Фондоотдача (п. 3 : п. 1)	млн р./ млн р.					
6. Фондоёмкость (п. 1 : п. 3)	млн р./ млн р.					
7. Фондовооруженность (п. 1 : п. 4)	млн р./ чел.					
8. Фондорентабельность (п. 2 : п. 1)	млн р./ млн р.					
9. Физический износ основных средств	%					
10. Коэффициент обновления	Коэф- фициент					

Источник. Отчетность предприятия.

Таблица 6

Состав и структура работников предприятия (примерная форма)

Категория	2010 г.		2011 г.		Отклонение 2011/2010	2012 г.		Отклонение 2012/2011
	Чело- век	%	Чело- век	%		Чело- век	%	
Среднесписочная численность промышленно-производственного персонала:								
– рабочие, в том числе:								
основные								
вспомогательные								

Окончание табл. 6

Категория	2010 г.		2011 г.		Отклонение 2011/2010	2012 г.		Отклонение 2012/2011
	Чело- век	%	Чело- век	%		Чело- век	%	
– инженерно-технические работники, в том числе: руководители								
специалисты и другие служащие								
Персонал, занятый в неосновной деятельности								

Таблица 7

**Показатели эффективности и интенсивности использования
кадрового потенциала (примерная форма)**

Показатель	Единицы измерения	2010 г.	2011 г.	2012 г.	Темп роста, %	
					2011 / 2010	2012 / 2011
1. Среднесписочная численность персонала	человек					
2. Годовой фонд заработной платы	млн р.					
3. Среднемесячная заработная плата работников	р.					
4. Производительность труда работников	млн р./ человек					
5. Прибыль (убыток) отчетного периода	млн р.					
6. Индекс заработной платы	–					
7. Индекс производительности труда	–					
8. Коэффициент опережения	–					

Источник. Отчетность предприятия.

Под *оборачиваемостью капитала* понимается скорость прохождения средствами отдельных стадий производства и обращения. Оборачиваемость капитала характеризуют двумя основными показателями:

1. Оборачиваемость активов в оборотах (коэффициент оборачиваемости):

$$K_{об} = B / A,$$

где A – среднегодовая стоимость активов (всего капитала); B – выручка за анализируемый период (год); $K_{об}$ – показывает, сколько оборотов за анализируемый период (год) делают средства, вложенные в имущество предприятия. Если $K_{об}$ растет, то деловая активность повышается.

2. Длительность одного оборота:

$$D_{об} = T / K_{об}, \text{ дней},$$

где T – продолжительность (в календарных днях) анализируемого периода.

Между оборачиваемостью и финансовым результатом существует глубокая взаимосвязь: чем выше скорость обращения капитала, тем более высокий финансовый результат (прибыль) получит компания. В свою очередь, это означает рост деловой активности предприятия.

8. Анализ составляющих капитала, в том числе оборотных и внеоборотных активов, позволяет выявить причины наметившихся тенденций в оборачиваемости всего капитала (расчет показателей оборачиваемости см. в Приложении 3).

На следующем этапе анализа оборачиваемости капитала находится продолжительность операционного цикла, продолжительность финансового цикла и коэффициент устойчивости экономического роста. Операционный цикл – промежуток времени между приобретением запасов для осуществления деятельности и получением средств от реализации произведенной из них продукции или товаров и услуг.

Продолжительность операционного цикла предприятия определяется по следующей формуле:

$$\text{ПОЦ} = \text{ПО}_{см} + \text{ПО}_{нз} + \text{ПО}_{гп},$$

где ПОЦ – продолжительность операционного цикла предприятия, в днях; $\text{ПО}_{см}$ – период оборота среднего запаса сырья, материалов и полуфабрикатов, в днях; $\text{ПО}_{нз}$ – период оборота среднего объема незавершенного производства, в днях; $\text{ПО}_{гп}$ – период оборота среднего запаса готовой продукции, в днях.

Финансовый цикл (цикл денежного оборота) предприятия представляет собой период между началом оплаты поставщикам полученных от них сырья и материалов (погашением кредиторской задолженности) и началом поступления денежных средств от покупателей за поставленную им продукцию (погашением дебиторской задолженности).

Продолжительность финансового цикла (или цикла денежного оборота) предприятия определяется по следующей формуле:

$$P_{\text{фц}} = P_{\text{пц}} + \text{ПО}_{\text{дз}} - \text{ПО}_{\text{кз}},$$

где $P_{\text{фц}}$ – продолжительность финансового цикла (цикла денежного оборота) предприятия, в днях; $P_{\text{пц}}$ – продолжительность производственного цикла предприятия, в днях; $\text{ПО}_{\text{дз}}$ – средний период оборота текущей дебиторской задолженности, в днях; $\text{ПО}_{\text{кз}}$ – средний период оборота текущей кредиторской задолженности, в днях.

Операционный цикл начинается с момента поступления материалов на склад предприятия, а заканчивается в момент отгрузки покупателю продукции, которая была изготовлена из данных материалов.

Финансовый цикл начинается с момента оплаты поставщикам данных материалов (погашение кредиторской задолженности), заканчивается в момент получения денег от покупателей за отгруженную продукцию (погашение дебиторской задолженности).

Чем меньше финансовый цикл, тем лучше, и тем выше деловая активность предприятия.

Примерное содержание пункта 2.5 «Анализ внешней маркетинговой среды предприятия»

Описать факторы внешней среды, влияющие на Ваше предприятие, их проявление и оказываемое действие.

Для этого необходимо проанализировать тенденции на основных рынках предприятия, как на тех, на которых работает предприятие, так и тенденции в стране, регионе, мире.

Дать описание форм государственного регулирования для Вашего предприятия, государственные программы, в которых участвует предприятие.

Факторы внешней среды разбить соответственно классификации факторов внешней среды.

Анализ факторов внешней среды

Организации следят за внешней обстановкой с целью выявить и использовать ее благоприятные возможности для достижения корпоративных целей, избежать при этом угрозы препятствий. Этого добиваются пристальным изучением внешней среды на перспективу, составлением перечня возможностей и угроз, которые в дальнейшем позволят как использовать благоприятные возможности, так и найти действенные ответы на вызовы среды.

Данный процесс называется *анализом факторов внешней среды*.

Первым шагом по анализу факторов внешней среды является сбор информации о социальных, экономических, политических и технологических тенденциях в изменениях среды существования организаций.

После того как собранная информация будет оценена, возникшие вопросы обсуждаются на встречах с управляющими, задачей которых является определение возможностей и угроз и, что особенно важно, – разработка базовых показателей эффективности для действий в соответствии с выявленными возможностями и угрозами.

Управляющие высшего звена определяют приоритет этих показателей и составляют список наиболее важных факторов успеха, который передается в подразделения и широко распространяется и организации.

Рассмотрим классификацию факторов внешней среды. Основные факторы внешней среды, воздействующие на поведение организации, могут быть разделены на четыре крупные группы:

- политические и правовые;
- экономические;
- социальные и культурные;
- технологические.

Политические и правовые факторы. Различные факторы законодательного и государственного характера могут влиять на уровень существующих возможностей и угроз в деятельности организации. Выделим наиболее часто встречающиеся при проведении анализа внешней среды:

- изменения в налоговом законодательстве;
- расстановка политических сил; отношения между деловыми кругами и правительством;
- патентное законодательство;
- законодательство об охране окружающей среды;
- правительственные расходы;
- антимонопольное законодательство;
- денежно-кредитная политика и т. д.

Экономические факторы. Существует множество экономических факторов, которые могут воздействовать на организацию.

При анализе внешней обстановки для некоторой конкретной организации требуется оценить ряд *экономических показателей*. Сюда включаются ставка процента, курсы обмена валют, темпы экономического роста, уровень инфляции и некоторые другие показатели.

Социальные и культурные факторы формируют стиль нашей жизни, работы, потребления и оказывают значительное воздействие практически на все организации.

Можно перечислить основные социально-культурные факторы, с которыми организации сталкиваются чаще всего:

- рождаемость;
- смертность;
- коэффициенты интенсивности иммиграции и эмиграции;
- коэффициент средней продолжительности жизни;
- располагаемый доход;
- стиль жизни;
- образовательные стандарты;
- покупательские привычки;
- отношение к труду;
- отношение к отдыху;
- отношение к качеству товаров и услуг.

Технологические факторы. Их влияние на организации часто столь очевидно, что их считают основным двигателем производственного – и шире – социального прогресса. Революционные технологические перемены и открытия последних десятилетий (например, производство с помощью роботов, проникновение в повседневную жизнь человека компьютеров, новые виды связи, транспорта, оружия и многое др.) представляет большие возможности и серьезные угрозы, воздействие которых менеджеры должны осознавать и оценивать.

Результаты анализа следует представить в виде PEST–анализа (выводы – после табл. 8).

Таблица 8

Примерная форма PEST-анализа

Вид фактора	Сила и направление влияния	Описание фактора	Описание формы влияния на предприятие	Меры по усилению (ослаблению) влияния
Политико-правовые				
.....				
Экономические				
.....				
Социальные				
.....				
Технологические				
.....				

Примерное содержание пунктов 2.6–2.7 (выбирать индивидуально)

Далее идет детальный анализ непосредственно того направления деятельности, который определен темой курсовой работы по методике, выбранной в первой главе работы. Здесь должен быть проведен:

– диагностический анализ, включающий анализ динамики исследуемых показателей, выявление причин несоответствия фактического и запланированного (или базисного) состояния объекта, количественное измерение факторов и качественную оценку сложившейся хозяйственной ситуации;

– поисковый анализ выявления резервов повышения эффективности хозяйствования, обоснования вариантов управленческого решения по использованию этих резервов.

При проведении тематического анализа необходимо руководствоваться формами аналитических таблиц, предлагаемых в учебниках, практикумах по анализу хозяйственной деятельности, практических пособиях.

Анализ рассматриваемых вопросов должен быть иллюстрирован цифровыми данными, таблицами, графиками, диаграммами, схемами и т. п. При размещении данных в таблицах следует избегать избытка информации, перегрузки текста цифрами. Каждая таблица должна быть описана, не может быть так называемых «голых» таблиц, т. е. без описания. Это описание должно содержать не столько перечисление цифр, приведенных в таблице, а, что наиболее важно, давать оценку взаимосвязи показателей, динамики анализируемых показателей, причины и последствия этих изменений. Высокой наглядностью обладают графики и диаграммы, поэтому их рекомендуется использовать в аналитической части работы для обобщения выявленной динамики показателей.

Примерное содержание пункта 2.8 «Обобщающий анализ деятельности предприятия (название предприятия) и SWOT-анализ»

Основная часть заканчивается составлением SWOT-анализа. Методология SWOT-анализа предполагает сначала выявление сильных и слабых сторон, а также угроз и возможностей, а далее – установление цепочек связей между ними, которые в дальнейшем могут быть использованы для формулирования стратегии организации.

В конце главы должны содержаться краткие выводы по всей аналитической части, позволяющие оценить выполненную студентом аналитическую работу.

Третья глава – проектная (8–10 страниц)

Третья глава содержит комплекс рекомендаций и мероприятий по решению поставленных в курсовой работе задач и выявленных проблем. Здесь должны быть обоснованы и выбраны дальнейшие направления анализа (если это необходимо), предложены конкретные мероприятия по повышению эффективности рассматриваемого направления деятельности предприятия, кратко изложен механизм реализации этих предложений, показано, за счет чего будет получен экономический эффект от внедрения этих предложений. Обратите внимание – предложения должны быть конкретными, допустим, не просто повысить производительность труда, а конкретного – кого (какой категории рабочих или служащих) и за счет чего, т. е. должны быть предложены не просто пути, а конкретные мероприятия. Экономический эффект может рассчитываться двумя путями:

– через расчет прогнозируемой чистой прибыли с учетом затрат на мероприятие;

– через расчет точки безубыточности (расчет сделать, исходя из того, сколько продукции надо дополнительно продать, чтобы окупить затраты на мероприятие).

Предложений должно быть не менее 3-х.

Список использованной литературы

Он должен содержать не менее пятнадцати источников, в том числе законодательные и нормативные акты, инструктивные материалы, учебно-методическую литературу, журнальные и газетные источники, использованные интернет-ресурсы.

Приложения

Содержат использованные формы отчетности, плановые показатели, различные вспомогательные таблицы, бланки наблюдений, первичного учета и отчетности, отчеты об экспериментах, нормативы и тому подобные документы, буклеты и другие информативные материалы предприятия.

При выполнении конкретных тем в типовую структуру курсовой работы по согласованию с руководителем могут быть внесены необходимые изменения и дополнения.

3. ОФОРМЛЕНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

3.1. Общие требования к оформлению курсовой работы

Текстовый материал может быть набран на компьютере 14 шрифтом с одиночным интервалом или написан от руки разборчиво на одной стороне стандартного листа бумаги (210 x 297 мм). Устанавливаются поля: сверху и снизу – по 20 мм, слева – 25 мм, справа – 10 мм.

Страницы курсовой работы нумеруются арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию. Титульный лист включается в общую нумерацию работы. На первых трех страницах (титульный лист – первая страница; вторая страница – задание на курсовую работу, третья – содержание, четвертая – введение) номер не ставят, на последующих страницах номер проставляется в правом верхнем углу.

Работа сброшюровывается в скоросшивателе. Сшивание работы скрепками не допускается.

Работа подписывается автором и руководителем на титульном листе с указанием даты подписи.

3.2. Оформление текста курсовой работы

Текстовый оригинал работы должен содержать титульный лист, содержание работы, основной текст, список использованной литературы, приложения.

Титульный лист является паспортом работы. В нем указывается:
– название вуза (полностью) и кафедры, на которой выполнена работа;

– тема работы (с указанием объекта исследования);
– фамилии, имена, отчества студента и руководителя, их подписи и дата.

Содержание работы содержит перечень всех разделов курсовой работы с указанием начальной страницы расположения каждого.

Каждая глава начинается с новой страницы. Подразделы в главах располагаются на той же странице, что и предыдущий подраздел. Заголовки подразделов отделяются от текста сверху и снизу межстрочными интервалами. Начинаются они с красной строки, и после них точка не ставится. Прописными буквами пишется только название главы. Разделы нумеруются арабскими цифрами. После номера главы или подраздела ставится точка. Введение не нумеруется как глава. Подразделы нумеруются арабскими цифрами в пределах каждого раздела. Номер подраздела состоит из номера раздела и номера

подраздела, разделенных точкой. В конце номера подраздела также ставят точку. Например, «2.1» (первый подраздел второй главы).

Текст курсовой работы должен отвечать требованиям грамматики и стилистики, должен быть кратким и четким. Следует избегать шаблонных выражений и общих фраз. Термины и определения должны быть едиными, принятыми в научной литературе и соответствовать установленным стандартам. Если в работе применяются специфические сокращения, символы и термины, то их следует разъяснить. В тексте не допускается сокращать слова, не придерживаясь правил русской орфографии.

На все заимствованные из литературных источников сведения, формулы, цифровые данные необходимо дать ссылки следующим образом: цифрами в квадратных скобках обозначаются номер источника согласно списку литературы и страница, на которой имеется необходимая информация. Например: [15, с. 127].

Все цитаты заключаются в кавычки, пропуски в них обязательно отмечаются многоточием. Внизу страницы или в конце цитаты должна быть ссылка на источник, откуда цитата взята.

3.3. Оформление иллюстраций и формул

Для пояснения и дополнения текста в курсовой работе может быть использован различный иллюстрированный материал: таблицы, графики, рисунки, диаграммы, схемы и др. Наиболее наглядными и простыми иллюстрациями являются таблицы. Каждая из них должна иметь название. Нумеруются таблицы арабскими цифрами в пределах каждой главы. В правом верхнем углу над соответствующий заголовком помещается надпись «Таблица» и арабскими цифрами указывается ее номер. Номер таблицы состоит из номера раздела и номера таблицы, разделенных точкой. Например, «Таблица 2.3» (третья таблица второго раздела). Таблицы с большим количеством граф или строк допускается делить на части и помещать на нескольких листах со словом, например, «Продолжение таблицы 2.3».

Таблица данных – это система строк и столбцов, в которых в определенной последовательности и связи излагаются информативные сведения об анализируемых социально-экономических явлениях и объектах. Различают подлежащее и сказуемое аналитической таблицы; первое в таблицах обычно располагается слева, а второе – справа, хотя могут быть и исключения. В подлежащем указываются характеристики анализируемого объекта или процесса (чаще всего в виде наименований экономических показателей), в сказуемом дается

их количественная оценка. По характеру подлежащего статистические таблицы делятся на простые, групповые и комбинационные. В подлежащем простой таблицы объект изучения не подразделяется на группы, а дается простой перечень единиц совокупности. Единицы упорядочивают по одному-двум признакам (чаще всего – по убыванию или возрастанию). Сказуемое содержит данные о каждой единице совокупности.

В подлежащем групповой таблицы объект изучения подразделяется на группы по одному признаку. В сказуемом указываются число единиц в группах (абсолютное и в процентах к итогу) и сводные показатели по группам.

В подлежащем комбинационной таблицы совокупность подразделяется на группы не по одному, а по нескольким признакам.

Заголовки граф таблицы должны содержать названия показателей и единицы их измерения. Если все показатели выражены в одних и тех же единицах (например, в рублях), эта единица измерения может указываться в заголовке всей таблицы, а не в отдельных графах.

Итоговая строка чаще всего завершает таблицу. Если же она приводится в начале, то во второй строке указывается «в том числе», а все последующие строки содержат значения, составляющие итоговую строку.

При заполнении таблицы рекомендуется придерживаться одной и той же степени точности в пределах каждой графы. При вычислении числовых данных в таблице (и вообще при проведении вычислений в анализе) не нужно стремиться к излишней точности. Точность вычислений должна определяться потребностями практики. При заполнении клеток таблицы нужно придерживаться следующих требований:

- пустых клеток быть не должно;
- «–» означает, что явление отсутствует;
- «...» означает, что нет сведений;
- 0,0 означает, что число данной клетки находится за пределами точности, принятой в таблице;
- «х» означает, что клетка не подлежит заполнению.

Если таблица основана на заимствованных данных, обязательно указывается их источник.

Подготовка аналитических таблиц в отличие от статистических нередко подразумевает включение в них несложных алгоритмов, например, перемножение или сложение значений показателей некоторых граф таблицы и приведение результата в отдельной графе, что как раз и

обеспечивает понимание логики формирования и сущности рассчитанного показателя. В этом случае во избежание громоздкости таблиц и повышения их наглядности рекомендуется нумеровать графы. Наиболее распространенной является следующая нумерация: графа с подлежащим таблицы нумеруется заглавной буквой «А», а графы сказуемого – арабскими цифрами. Нумерация граф таблицы обязательна в случае, если таблица переносится на следующую страницу.

Иллюстрации, как правило, размещаются в тексте после абзацев, содержащих ссылки на них, или на следующей странице текста. Если они носят вспомогательный характер, их размещают в приложении.

Иллюстрации, кроме таблиц, обозначаются словами «Рис.» Их нумерация производится аналогично нумерации таблиц.

Примечания и ссылки к иллюстрациям даются непосредственно под ними.

При написании математических формул нумеруются только те формулы, на которые в последующем тексте будут ссылки. Номер ставится арабскими цифрами в круглых скобках с правой стороны, и состоит из номера раздела и порядкового номера формулы в разделе, и разделяется точкой, например, (1.2), т. е. вторая формула первого раздела. Значение символов расшифровывается непосредственно под формулой в той же последовательности, в какой они даны в формуле. Значение каждого символа дается с новой строки. Первую строку объяснения начинают со слова «где», без двоеточия. Формулы отделяются от текста одним межстрочным интервалом.

3.4. Оформление списка использованной литературы и приложений

Список использованной литературы помещается в конце курсовой работы. Вся литература располагается в алфавитном порядке или по мере упоминания их в тексте. Вначале располагаются законодательные и нормативные документы, затем – инструктивный материал, далее – учебники, учебные пособия, монографии, научно-практические издания в алфавитном порядке, затем – журнальные, газетные статьи, интернет-источники.

Приложения оформляют как продолжение работы на последующих страницах, но без нумерации страниц, и располагают в порядке появления ссылок в тексте. В приложения выносятся громоздкие таблицы, вспомогательные расчеты, отдельные иллюстрации. Каждое приложение начинается с нового листа (страницы) с указанием в верхнем правом углу слова «Приложение» и его номера. Прило-

жения нумеруются арабскими цифрами (без знака). Например, «Приложение 1». В тексте дается ссылка на номер приложения.

4. ПОРЯДОК ЗАЩИТЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Отредактированная и полностью оформленная работа сдается на кафедру, где она регистрируется и передается научному руководителю работы на проверку. Руководитель, приняв положительное решение, подписывает работу и вместе с отзывом возвращает работу на кафедру.

В отзыве должны быть отражены следующие вопросы:

- соответствие содержания работы ее названию;
- правильность постановки вопросов;
- степень использования экономико-математических методов анализа;
- обоснованность выводов и предложений;
- возможность практического использования полученных результатов;
- соответствие требованиям методики;
- качество оформления.

Кроме того, в отзыве о работе должны быть отмечены как положительные стороны работы, так и ее недостатки. В заключение отзыва руководитель выносит решение о возможности (или невозможности) допуска работы к защите.

Если работа не допускается к защите, то в отзыве должны быть четко указаны причины. В этом случае студент обязан устранить указанные недостатки и повторно представить работу на проверку.

Защита курсовой работы проводится на заседании комиссии, утвержденной заведующим кафедрой, в заранее назначенное время. В процессе защиты студент должен кратко изложить содержание работы, основные выводы и предложения, ответить на замечания рецензента и на заданные в ходе защиты вопросы.

Несвоевременное представление курсовой работы на кафедру без уважительной причины приравнивается к неявке на экзамен.

5. ТЕМЫ КУРСОВЫХ РАБОТ

1. Механизмы воздействия факторов макросреды на деятельность предприятия.
2. Механизмы воздействия факторов микросреды на деятельность предприятия.
3. Методы анализа факторов внешней среды предприятия.
4. Эволюция внешней среды предприятия.
5. Характеристика внешней среды предприятия и их оценка.
6. Структура конкурентных сил предприятия и факторы ее динамики.
7. Влияние научно-технологических факторов на деятельность предприятия.
8. Влияние информационной революции на деятельность предприятия.
9. Влияние контактных аудиторий на деятельность предприятия.
10. Глобализации и ее влияние на деятельность предприятий.
11. Методы анализа привлекательности стран и отраслей для размещения производства.
12. Влияние политико-правовых факторов на деятельность предприятия.
13. Влияние социально-экономических факторов на деятельность предприятия.
14. Влияние демографических и национальных факторов на деятельность предприятия.
15. Основные методы анализа внутренней среды предприятия.
16. Комплексная оценка производственно-финансовой деятельности предприятия и перспектив его развития.
17. Анализ эффективности хозяйственной деятельности предприятия.
18. Анализ финансового состояния предприятия.
19. Анализ деловой активности предприятия.
20. Анализ эффективности использования капитала и рентабельности деятельности предприятия
21. Анализ образования и использования прибыли предприятия.
22. Анализ себестоимости продукции.
23. Анализ организационно-технического уровня производства.
24. Анализ эффективности системы управления качеством на предприятии.
25. Анализ состава и структуры основных средств предприятия и эффективности их использования.

26. Анализ производства и реализации продукции.
27. Анализ конкурентоспособности предприятия и продукции.
28. Анализ эффективности организации маркетинговой деятельности на предприятии.
29. Анализ эффективности маркетинговой стратегии предприятия.
30. Анализ внешнеэкономической деятельности предприятия.
31. Анализ уровня кадрового потенциала предприятия и эффективности его использования.
32. Анализ эффективности использования материальных ресурсов на предприятии.
33. Анализ наличия, структуры и эффективности использования оборотных средств предприятия.
34. Анализ риска производственно-финансовой деятельности предприятия и путей его снижения.
35. Разработка маркетинговой стратегии предприятия на основе анализа внешней и внутренней маркетинговой среды

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Анализ экономики. Страна, рынок, фирма : учебник / под ред. В. Е. Рыбалкина. – М. : Междунар. отношения, 1999. – 304 с.
2. Ансофф, И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
3. Гибсон, Дж. Л. Организации: поведение, структура, процессы : пер. с англ. / Дж. Л. Гибсон, Д. М. Иванцевич, Д. Х.-мл. Доннелли. – 8-е изд. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 662 с.
4. Ермолович, Л. Л. Практикум по анализу хозяйственной деятельности предприятия / Л. Л. Ермолович. – Минск : Современ. шк., 2005. – 383 с.
5. Котлер, Ф. Основы маркетинга : пер. с англ. / В. Котлер. – М. : Бизнес-книга ; ИМА-Кросс. Плюс, 1995. – 702 с.
6. Калина, А. В. Современный экономический анализ и прогнозирование (микро- и макроуровни) : учеб.-метод. пособие / А. В. Калина, М. И. Конева, В. А. Яценко. – 3-е изд., перераб. и доп. – К. : МАУП, 2003. – 416 с.
7. Круглов, М. И. Стратегическое управление компанией : учебник / М. И. Круглов. – М. : Высш. шк., 1998. – 367 с.
8. Любушин, Н. П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия : учеб. пособие для вузов / Н. П. Любушин, В. Б. Лещева, В. Г. Дьякова ; под ред. Н. П. Любушина. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 471 с.
9. Ламбен, Ж.-Ж. Стратегический маркетинг: Европейская перспектива : пер. с фр. / Ж.-Ж. Ламбен. – СПб. : Наука, 1996. – 589 с.
10. Менар, К. Экономика организаций : пер. с фр. / К. Менар ; под ред. А. Г. Худокормова. – М. : ИНФРА-М, 1996. – 160 с.
11. Мильнер, Б. З. Теория организации / Б. З. Мильнер. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 480 с.
12. Минцберг, Г. Школы стратегий : пер. с англ. / Г. Минцберг, Б. Альстрэнд, Дж. Лэмпел ; под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб. : Питер, 2000. – 336 с.
13. Мескон, М. Х. Основы менеджмента : пер. с англ. / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело, 1997. – 704 с.
14. Палий, В. Ф. Техничко-экономический анализ производственно-хозяйственной деятельности машиностроительных предприятий / В. Ф. Палий, Л. П. Суздальцева. – М. : Машиностроение, 1989. – 272 с.

15. Савицкая, Г. В. Экономический анализ : учебник / Г. В. Савицкая. – 12-е изд., испр. и доп. – М. : Новое знание, 2006. – 679 с.

16. Экономический анализ: ситуации, тесты, примеры, задачи, выбор оптимальных решений, финансовое прогнозирование / под общ. ред. М. И. Баканова, А. Д. Шеремета. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 656 с.

Дополнительная

1. Азоев, Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.

2. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учеб. пособие / Л. Л. Ермолович [и др.] ; под общ. ред. Л. Л. Ермолович. – Минск : Современ. шк., 2006. – 736 с.

3. Анализ финансовой отчетности : учеб. пособие / под ред. О. В. Ефимовой, М. В. Мельник. – М. : Омега-Л, 2004, – 408 с.

4. Анализ экономики. Страна, рынок, фирма : учебник / под общ. ред. В. Е. Рыбалкина. – М. : Междунар. отношения, 1999. – 304 с.

5. Анташов, В. А. Экономический советник менеджера : учеб.-практ. пособие по управлению предприятием / В. А. Анташов, Г. В. Уварова. – Минск : Финансы, учет, аудит, 1996. – 520 с.

6. Ансофф, И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб. : Питер-Ком, 1999. – 416 с.

7. Блауберг, И. В. Проблема целостности и системный подход / И. В. Блауберг. – М. : Эдиториал УРСС, 1997. – 454 с.

8. Бердникова, Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия / Т. Б. Бердникова. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 224 с.

9. Бизнес-план инвестиционного проекта: отечественный и зарубежный опыт. Современная практика и документация : учеб. пособие под общ. ред. В. М. Попова. – 5-е изд. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 432 с.

10. Воронов, А. Конкуренция в XXI веке / А. Воронов // Маркетинг. – 2001. – № 5. – С. 16–24.

11. Гиг, Дж. Прикладная общая теория систем / Дж. Гиг. – М. : Мир, 1981. – 733 с.

12. Дойль, П. Маркетинг, ориентированный на стоимость / П. Дойль. – СПб. : Питер, 2001. – 480 с.

13. Зудилин, А. П. Анализ хозяйственной деятельности предприятий развитых капиталистических стран / А. П. Зудилин. – Екатеринбург : Каменный пояс, 1992. – 224 с.

14. Елисеева, Т. П. Экономический анализ хозяйственной деятельности : учеб. пособие / Т. П. Елисеева. – Минск : Современ. шк., 2007. – 944 с.

15. Киреева, Н. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учеб. пособие / Н. В. Киреева. – М. : Соц. отношения, 2007. – 512 с.

16. Любушкин, И. П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия / И. П. Любушкин, В. Б. Лещева, В. Г. Дьякова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 471 с.

17. Манн, Р. Контроллинг для начинающих / Р. Манн, Э. Майер ; пер. с нем. – М., 1992.

18. Моделирование рискованных ситуаций в экономике и бизнесе : учеб. пособие / А. М. Дубров [и др.] ; под общ. ред. Б. А. Лагоши. – 2-е изд. перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 224 с.

19. Организация и методы оценки предприятия (бизнеса) : учебник / под. общ. ред. В. И. Кошкина. – М. : ЭКМОС, 2002. – 944 с.

20. Пласкова, Н. С. Экономический анализ : учебник / Н. С. Пласкова. – М. : Эксмо, 2007. – 704 с.

21. Скоун, Т. Управленческий учет (как его использовать для контроля бизнеса) / Т. Стоун ; пер. с англ. – М. : Аудит ИНИТИ, 1997. – 179 с.

22. Осадник, В. Значение интеграции рыночного и ресурсного подходов для стратегического управления предприятием / В. Осадник // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – № 4. – С. 80–86.

23. Портер, М. Э. Конкуренция : учеб. пособие / М. Э. Портер ; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2000. – 495 с.

24. Портер, М. Э. Международная конкуренция / М. Э. Портер ; пер. с англ. – М. : Междунар. отношения, 1993. – 896 с.

25. Томпсон, А. А.-мл. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации : учебник для вузов / А. А.-мл. Томпсон, А. Дж. Стрикленд ; пер. с 9-го англ. изд. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 412 с.

26. Траут, Д. Новое позиционирование / Д. Траут. – СПб. : Питер, 2000. – 192 с.

27. Фостер, Р. Обновление производства: атакующие выигрывают / Р. Фостер. – М. : Прогресс, 1997. – 270 с.

28. Холл, Р. Х. Организация: структуры, процессы, результаты. – СПб. : Питер, 2001. – 512 с.

29. Хэй, Д. Теория организации промышленности : в 2 т. / Л. Хэй ; пер. с англ. ; под ред. А. Г. Слуцкого. – СПб. : Экон. шк., 1999. – Т. 2. – 592 с.

30. Шерер, Ф. Структура отраслевых рынков : пер. с англ. / Ф. Шерер, Д. Росс. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 698 с.

31. Шпотов, Б. О современных теориях конкурентных преимуществ и отраслевого лидерования / Б. Шпотов // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – № 3. – С. 50–55.

32. Юданов, А. Ю. Конкуренция: теория и практика / А. Ю. Юданов. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Тандем ; ГНОМ-ПРЕСС, 1998. – 384 с.

33. Гинзбург, А. И. Экономический анализ / А. И. Гинзбург. – СПб. : Питер, 2003. – 480 с.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Таблица П.1.1

Основные технико-экономические показатели (примерная форма)

Наименование показателей	Годы			Абсолютное изменение		Темп роста	
	2010	2011	2012	2011/2010	2012/2011	2011/2010	2012/2011
Объем производства продукции в текущих ценах за вычетом налогов, млн р.							
Объем отгруженной продукции, млн р.							
Затраты на производство продукции (работ, услуг), млн р.							
В том числе:							
– материальные затраты (МЗ), млн р.:							
сырье и материалы							
топливо							
электроэнергия							
теплоэнергия							
– расходы на оплату труда, млн р.							
– отчисления на социальные нужды, млн р.							
– амортизация основных средств и нематериальных активов (А _о), млн р.:							
в том числе реклама							
– прочие затраты, млн р.							
Выручка от реализации продукции с НДС, млн р.							
Выручка от реализации продукции (без НДС), млн р.							
Себестоимость реализованных товаров (С), млн р.							
Налоги, сборы, платежи, млн р.							
Прибыль отчетного периода, млн р.							
В том числе прибыль от реализации (ПР), млн р.							
Чистая прибыль, млн р.							
Рентабельность реализованной продукции, %							
Рентабельность продаж, %							
Численность персонала (Ч _п), человек							

Окончание табл. П.1.1

Наименование показателей	Годы			Абсолютное изменение		Темп роста	
	2010	2011	2012	2011/2010	2012/2011	2011/2010	2012/2011
Производительность труда, млн р.							
Фонд заработной платы (ФЗП), млн р.							
Среднемесячная заработная плата ППП, тыс. р.							
Добавленная стоимость (ДобС), млн р.							
Чистый доход (ЧД)							
Материалоотдача, р. / р.							
Зарплатоотдача, р. / р.							
Амортизациоотдача, р. / р.							
Выручка от реализации на 1 работника, млн р.							
Прибыль от реализации на 1 работника, млн р.							
Чистая прибыль на 1 работника, млн р.							
Чистая прибыль на 1 рубль заработной платы, р.							
Добавленная стоимость на 1 работника, млн р.							
Соотношение расходов на оплату труда и добавленной стоимости							
Доля налогов в выручке от реализации, %							
Доля чистой прибыли в составе прибыли отчетного периода, %							
Глубина добавленной стоимости, %							

Анализ финансового состояния (примерная форма)

Показатели	Единицы измерения	Формула расчета	На 01.01.2011 г.	На 01.01.2012 г.	На 01.01.2012 г.	Абсолютное отклонение	
						2011/2012	2012/2011
Отношение дебиторской задолженности к выручке от реализации	коэффициент	ДЗ / ВР с НДС					
Отношение кредиторской задолженности к выручке от реализации,	коэффициент	КЗ / ВР с НДС					
Отношение дебиторской и кредиторской задолженности	коэффициент.	ДЗ / КЗ					
Рентабельность собственного капитала	%	ЧП / СС _{ср.зн.}					
Наличие собственных оборотных средств	млн р.	(СС+ДО) – ВНА					
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	коэффициент	СОК / ОА					
Коэффициент текущей ликвидности	коэффициент	ОА / КО					
Коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами	коэффициент	(ДО + КО) / ВБ					
Коэффициент структуры капитала (соотношение заемных и собственных средств)	коэффициент	(ДО + КО) / СС					
Коэффициент структуры имущества (соотношение внеоборотных и оборотных активов)	коэффициент	ВНА / ОА					
Маневренность собственного капитала	коэффициент	СОК/СК					
Коэффициент промежуточной ликвидности	коэффициент	(ДС + ФВ + ДЗ) / КО					
Коэффициент абсолютной ликвидности	коэффициент	(ДС + ФВ) / КО					
Рентабельность капитала	%	ЧП / А					

Приложение 2

Таблица П.2.1

Форма статистической отчетности для написания курсовой работы (примерная форма)

Наименование формы	Индекс формы	Старый индекс формы	Период	Примечания
Баланс производственных мощностей	1-п (баланс мощностей)	БМ	Годовая	<p>1. В графе Д по строке 01 в графах 1—17 приводятся данные о наличии, движении, использовании мощностей в фактической номенклатуре и ассортименте продукции отчетного года и выпуске продукции на этих мощностях.</p> <p>2. Приводится режим работы, принятый в расчете мощности по каждому виду продукции (смен или часов работы в сутки)</p>
Отчет о производстве продукции и выполненных работах, услугах промышленного характера	12-п (срочная)	1-п (месячная)	Месячная	<p>Отражается изготовленная только в отчетном периоде продукция производственно-технического назначения, выпускаемая в течение трех лет с начала ее серийного производства или единичного изготовления, и произведенные только в отчетном периоде потребительские товары, выпускаемые в течение двух лет с начала освоения.</p> <p>Данные о производстве продукции в натуральном выражении приводятся по всем видам продукции (включая продукцию, выработанную из дачвальческого сырья), произведенной юридическим лицом (обособленным подразделением) за отчетный и предыдущий годы</p>

Продолжение табл. П.2.1

Наименование формы	Индекс формы	Старый индекс формы	Период	Примечания
				Данные по производству потребительских товаров за предыдущий год приводятся в методологии и фактических отпускных ценах отчетного года без налога на добавленную стоимость, акцизов и других налогов и платежей из выручки
Отчет о производстве и отгрузке промышленной продукции	1-п (натура)			
Основные сведения о выпуске товаров и услуг по видам экономической деятельности	4-у	1-У	Квартальная	По видам экономической деятельности, относящимся к торговле, отражается валовой доход. По строке 12 отражаются данные, характеризующие деятельность по производству промышленной продукции (работ, услуг), используемой своими непромышленными подразделениями; деятельность по производству сельскохозяйственной продукции, используемой своими несельскохозяйственными подразделениями; деятельность по строительству в части стоимости материалов заказчика, принятых на забалансовый счет 003 и использованных в строительстве. По видам экономической деятельности, относящимся к торговле, отражается валовой доход.

Наименование формы	Индекс формы	Старый индекс формы	Период	Примечания
				По строке 22 отражаются данные, характеризующие деятельность по производству промышленной продукции (работ, услуг), используемой своими непромышленными подразделениями; деятельность по производству сельскохозяйственной продукции, используемой своими несельскохозяйственными подразделениями; деятельность по строительству в части стоимости материалов заказчика, принятых на забалансовый счет 003 и использованных в строительстве. Заполняется в отчете за январь–декабрь. Заполняется в целом по организации по всем видам экономической деятельности
Отчет об остатках готовой продукции				
Статистика топливно-энергетического комплекса				
Отчет о расходе топливно-энергетических ресурсов на производство отдельных видов энергоемкой продукции	1-тэк (энергоёмкая продукция)	2-тэр	Годовая	Данные отчета заполняются в целых числах
Отчет о расходе топливно-энергетических ресурсов	12-тэк	1-тэр	Месячная	Данные разделов I и II заполняются в целых числах, данные раздела III – с одним знаком после запятой
Отчет о расходе местных видов топлива	12-тэк (мвт)	1-топ (мест)	Месячная	Данные отчета заполняются в целых числах

Наименование формы	Индекс формы	Старый индекс формы	Период	Примечания
Статистика материальных ресурсов				
Отчет об остатках, поступлении и расходе сырья и материалов	1-мр (сырье и материалы)	3-сн	Годовая	Данные отчета в тоннах, тысячах метров заполняются с одним знаком после запятой; о материалах, отражающихся в килограммах, штуках, кубических и квадратных метрах – в целых числах
Статистика малых предприятий				
Отчет о финансово-хозяйственной деятельности субъекта малого предпринимательства	1-мп	1-МП	Годовая	Терминология, приведенная в настоящей работе, используется только для заполнения данного отчета
Статистика инвестиций и строительства				
Отчет о строительстве объектов, включенных в Государственную инвестиционную программу	6-ис (инвестиции)	1-инвест	Месячная	
Годовой отчет о вводе в действие объектов, основных средств и использовании инвестиций в основной капитал	1-ис (инвестиции)	2-кс	Годовая	Данные заполняются с двумя знаками после запятой. Терминология, приведенная в настоящей работе, используется только для заполнения данного отчета
Статистика внешней торговли				
Отчет о ценах производителей промышленной продукции	12-цены (производителей)	1-цены производителей	Месячная	

Наименование формы	Индекс формы	Старый индекс формы	Период	Примечания
Статистика науки и инновации				
Отчет об инновационной деятельности организации	1-нт (инновация)	1-инновация	Годовая	Строки 301–305 заполняют все промышленные организации. Строки 306, 307 заполняют все организации отраслей сферы услуг. Заполняют организации, осуществлявшие инновационную деятельность в течение последних трех лет. Терминология, приведенная в настоящей работе, используется только для заполнения данного отчета
Отчет о создании и использовании передовых производственных технологий	1-нт (технология)	1-технология	годовая	
Отчет об отдельных финансовых показателях	1-ф (офп)	4-ф	Годовая	Строки 120, 121, 122 заполняются только по указанию органов государственной статистики. Данные отчета, представленные в миллионах рублей, заполняются в целых числах
Отчет о наличии и движении основных средств и других внеоборотных активов	1-ф (ОС)	11	Годовая	Строка 100 заполняется только по указанию органов государственной статистики. Данные отчета, представленные в миллионах рублей, заполняются в целых числах
Отчет о составе средств и источниках их образования	4-ф (баланс)	2-ф	Квартальная	
Отчет об инвестициях в Республику Беларусь из-за рубежа и инвестициях из Республики Беларусь за рубеж	4-ф (инвест)	2-инвест	Квартальная	Терминология, приведенная в настоящей работе, используется только для заполнения данного отчета

Продолжение табл. П.2.1

Наименование формы	Индекс формы	Старый индекс формы	Период	Примечания
Отчет о состоянии расчетов	12-ф (расчеты)	6-ф	Месячная	Данные отчета в миллионах рублей заполняются в целых числах
Отчеты о финансовых результатах	12-ф (прибыль)	5-ф	Месячная	Строки 07–15, 28, 29 заполняются только по указанию органов государственной статистики
Баланс с приложениями	Баланс и Приложения 2, 3, 4, 5			
Основные сведения о выпуске товаров и услуг по видам экономической деятельности	4-у	1-У	Квартальная	По видам экономической деятельности, относящимся к торговле, отражается валовой доход. По строке 12 отражаются данные, характеризующие деятельность по производству промышленной продукции (работ, услуг), используемой своими непромышленными подразделениями; деятельность по производству сельскохозяйственной продукции, используемой своими несельскохозяйственными подразделениями; деятельность по строительству в части стоимости материалов заказчика, принятых на забалансовый счет 003 и использованных в строительстве. По видам экономической деятельности, относящимся к торговле, отражается валовой доход

Продолжение табл. П.2.1

Наименование формы	Индекс формы	Старый индекс формы	Период	Примечания
				<p>По строке 22 отражаются данные, характеризующие деятельность по производству промышленной продукции (работ, услуг), используемой своими непромышленными подразделениями; деятельность по производству сельскохозяйственной продукции, используемой своими несельскохозяйственными подразделениями; деятельность по строительству в части стоимости материалов заказчика, принятых на забалансовый счет 003 и использованных в строительстве.</p> <p>Заполняется в отчете за январь-декабрь.</p> <p>Заполняется в целом по организации по всем видам экономической деятельности</p>
Отчет о затратах на производство продукции (работ, услуг)	4-ф (затраты)	5-3	Квартальная	<p>Заполняют только организации, основной отраслью экономики которых является промышленность.</p> <p>Заполняют только организации, основной отраслью экономики которых является сельское хозяйство.</p> <p>Заполняют организации, основной отраслью экономики которых является оптовая торговля.</p> <p>Раздел V заполняется только в отчете за год.</p> <p>Строка 125 заполняется только по указанию органов государственной статистики.</p> <p>Данные отчета, представленные в миллионах рублей, заполняются в целых числах</p>

Окончание табл. П.2.1

Наименование формы	Индекс формы	Старый индекс формы	Период	Примечания
Статистика труда				
Отчет о численности, составе и профессиональном обучении кадров	6-т (кадры)	6-т (кадры)	Один раз в два года	
Отчет о распределении численности работников по размерам начисленной заработной платы	1-т (май)	3-труд	Один раз в год	Терминология, применяемая в настоящей работе, используется только для заполнения данного отчета
Отчет об использовании календарного фонда времени	1-т (фонд времени)	4-труд	Полугодовая	
Отчет по труду и движению работников	12-т	1-труд	Месячная	Строку 12 ежемесячно заполняют организации государственной формы собственности лесного хозяйства, здравоохранения, физкультуры и спорта, социального обеспечения, образования, культуры, искусства, науки и научного обслуживания, органов государственного управления, судебные и юридические учреждения. Терминология, применяемая в настоящей работе, используется только для заполнения данного отчета
Отчет по труду	1-т	1-труд	Годовая	

Приложение 3

Таблица П.3.1

Расчет продолжительности оборота оборотных средств в 2009–2011 гг. (примерная форма)

Показатели	Единицы измерения	Годы			Отклонение 2010/2009	Отклонение 2011/2010	Темп роста 2010/2009, %	Темп роста 2011/2010, %	Отклонение темпов роста, %
		2009	2010	2011					
Расчет продолжительности оборота оборотных средств капитала предприятия	дней								
В том числе собственного капитала:									
оборотных активов	дней								
сырья и материалов	дней								
готовой продукции и товаров для реализации	дней								
дебиторской задолженности	дней								
кредиторской задолженности	дней								
В том числе по поставщикам и подрядчикам	дней								
Расчет продолжительности оборота оборотных средств:									
незавершенного производства	дней								
расходов будущих периодов	дней								
Налоги по приобретенным ценностям	дней								
Денежные средства и финансовые вложения	дней								

Таблица П.3.2

Расчет коэффициентов оборачиваемости в 2010–2012 гг. (примерная форма)

Показатели	Единицы измерения	Формула расчета	Годы			Абсолютное отклонение	
			2010	2011	2012	2011 / 2010	2012 / 2011
Расчет коэффициентов оборачиваемости капитала предприятия	коэффициент	$ВР \text{ с НДС} / А$					
В том числе собственного капитала:	коэффициент	$ВР \text{ с НДС} / СК$					
оборотных активов	коэффициент	$ВР \text{ с НДС} / А$					
сырья и материалов	коэффициент	$Стп / З_{см}$					
готовой продукции и товаров для реализации	коэффициент	$ВР \text{ без НДС} / ГП$					
дебиторской задолженности	коэффициент	$ВР \text{ с НДС} / ДЗ$					
кредиторской задолженности	коэффициент	$ВР \text{ с НДС} / КЗ$					
В том числе по поставщикам и подрядчикам	коэффициент	$ВР \text{ с НДС} / ПП$					
Расчет коэффициентов оборачиваемости: незавершенного производства	коэффициент	$ТП / НезПр$					
расходов будущих периодов	коэффициент	$ВР \text{ с НДС} / ВБП$					
Налоги по приобретенным ценностям	коэффициент	$ВР \text{ с НДС} / НПЦ$					
Денежные средства и финансовые вложения	–	$ВР \text{ с НДС} / ДС + ФКВ$					

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие.....	3
1. ОБЩИЕ УКАЗАНИЯ.....	4
1.1. Требования, предъявляемые к курсовой работе.....	4
1.2. Выбор темы курсовой работы.....	4
1.3. Подбор и предварительное ознакомление студента с литературой по выбранной теме.....	5
1.4. Составление первоначального варианта плана курсовой работы.....	6
1.5. Изучение отобранной литературы и составление окончательного варианта плана курсовой работы.....	6
1.6. Сбор и обработка фактического материала для курсовой работы.....	7
2. СТРУКТУРА И ТИПОВОЕ СОДЕРЖАНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.....	8
3. ОФОРМЛЕНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.....	25
3.1. Общие требования к оформлению курсовой работы.....	25
3.2. Оформление текста курсовой работы.....	25
3.3. Оформление иллюстраций и формул.....	26
3.4. Оформление списка использованной литературы и приложений.....	28
4. ПОРЯДОК ЗАЩИТЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.....	29
5. ТЕМЫ КУРСОВЫХ РАБОТ.....	30
Рекомендуемая литература.....	32
Приложения.....	36

Учебное электронное издание комбинированного распространения

Учебное издание

**Гиль Марина Олеговна
Каюкова Ольга Сергеевна**

АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ

**Учебно-методическое пособие
по курсовой работе
для студентов специальности
1-26 02 03 «Маркетинг»
дневной и заочной форм обучения**

Электронный аналог печатного издания

Редактор *Т. Н. Мисюрова*
Компьютерная верстка *Е. Б. Яцук*

Подписано в печать 13.05.14

Формат 60x84/16. Бумага офсетная. Гарнитура «Таймс».

Ризография. Усл. печ. л. 3,02. Уч.-изд. л. 3,38.

Изд. № 25.

<http://www.gstu.by>

Издатель и полиграфическое исполнение
Гомельский государственный
технический университет имени П. О. Сухого.
Свидетельство о гос. регистрации в качестве издателя
печатных изданий за №1/273 от 04.05.2014 г.
246746, г. Гомель, пр. Октября, 48