

Методические рекомендации к написанию контрольной работы для студентов заочной формы обучения

Цель и задачи контрольной работы

В соответствии с учебным планом НГУ им. П.Ф.Лесгафта направления 49.03.01 - «Физическая культура», предусматривается выполнение контрольной работы в 10 семестре по дисциплине «Спортивный маркетинг».

Контрольная работа должна представлять собой исследование, позволяющее определить способности студента решать научные и практические проблемы в рамках изучаемой дисциплины. Выполнение контрольной работы для студентов заочной формы обучения является одной из важнейших форм самостоятельного изучения студентами программного материала. Ее задачами являются: усвоение теоретических положений и методических аспектов изучения дисциплины, выработка необходимых приемов анализа и обобщения теоретических положений и информационных источников, а также практики; выработка навыков самостоятельной работы с научной литературой и нормативными актами, овладение и закрепление правовой терминологии; расширение научного и профессионального кругозора студента, формирование интереса к научно-исследовательской работе, приобретение навыков творческого подхода к изучению специальных дисциплин; организация контроля за самостоятельной работой студентов, за тем, насколько успешно выполняется каждым из них учебный план и усваивается материал в объеме, установленном программой.

Основные требования, предъявляемые к контрольной работе

Выполнение контрольной работы состоит из следующих этапов: выбор темы; подготовка к выполнению работы; составление плана; написание и оформление контрольной работы; защита. Основным критерием оценки контрольной работы является достаточно высокий уровень освещения в ней научно-теоретических проблем, актуальность и практическая значимость исследования. В целом стиль исследования должен быть строго научным (в исключительном случае - научно-публицистическим). Общими требованиями к написанию научной работы являются точность и ясность языка, исключающие возможность субъективного толкования; предельная четкость мысли, логическая последовательность и аргументированность. Обращение к источникам Интернет позволяет студентам оперировать большими массивами информации, однако следует использовать статьи, книги, диссертации, авторефераты диссертаций и др., размещенные на официальных сайтах (перечень приведен в списке литературы). Заимствование текста без ссылки на источник, в том числе работ, размещенных в сети Интернет, не допускается.

Требования к оформлению контрольной работы

Размер полей (расстояние между текстом и краем страницы): слева - 30мм, справа - 10мм, сверху - 25мм, снизу - 25мм. Нумерация страниц - по центру вверху страницы на уровне 15мм от края листа арабскими цифрами.

Межстрочный интервал – 1,5; размер шрифта (кегель) – 14; тип (гарнитура) шрифта Times New Roman.

Нумерация страниц в контрольной работе сквозная. Таблицы и рисунки, расположенные на отдельных листах, список литературы и приложений необходимо включать в сквозную нумерацию страниц. Первой страницей является титульный лист, второй - оглавление. На странице 1 номер не проставляется. Первой страницей, имеющей номер (номер «2») является «Оглавление».

Содержание контрольной работы

Содержание контрольной работы состоит из Введения, Основной части (глав / разделов) и Заключения.

Объем контрольной работы составляет 10-15 страниц компьютерного текста.

Структура контрольной работы содержит следующие разделы:

1. Титульный лист.
2. Оглавление (содержание), где последовательно перечисляются заголовки глав (разделов), параграфов (подразделов) глав и приложений, указываются номера страниц, на которых они помещены.
3. Основная часть состоит из введения, двух глав и заключения.
4. Список литературы, включающий все использованные источники в алфавитном порядке. Сведения о книгах и статьях должны соответствовать правилам библиографического описания.
5. Приложения, являющийся вспомогательным материалом, который при включении в основную часть контрольной работы загромождает текст (расчеты, графики, таблицы, рисунки и пр.).

Студенты могут предлагать собственные темы, связанные со спортивными интересами и предпочтениями.

Во введении автор определяет объект, предмет, цель, задачи исследования. Объем введения - одна страница.

Объект исследования – это то, на что направлен процесс познания (индивид, коллектив, общность людей, сфера деятельности и т.п.). Связь объекта и предмета легко запоминаются по формуле: «исследуем такой-то объект на предмет чего-то». Всегда в объекте содержится предмет, а не наоборот.

Предмет исследования – один из аспектов, часть рассматриваемого объекта (свойства, состояния, процессы, направления и особенности деятельности структур по связям с общественностью, их сотрудников в конкретных сферах общественных отношений и т.д.). Предмет исследования совпадает с названием работы и содержится в цели сразу после сказуемого («выявить... что?», «определить... что?», «сформировать... что?»).

Цель исследования формулируется, исходя из проблемы, которую следует разрешить студенту в процессе выполнения контрольной работы и представляет собой в самом сжатом виде тот результат, который должен быть получен в итоге исследования. *Проблема* – объективно возникающий в ходе развития познания вопрос или целостный комплекс вопросов, решение

которых представляет существенный практический или теоретический интерес. *Суть – знание о незнании.* Проблема выступает как осознание, констатация недостаточности достигнутого к данному моменту уровня знаний, что является либо следствием открытия новых фактов, связей, законов, обнаружения логических изъянов существующих концепций или теорий, либо следствием появления новых запросов практики связей с общественностью, которые требуют выхода за пределы уже полученных знаний, движения к новым знаниям. Формулировку цели рекомендуется начинать со слов: «определить», «охарактеризовать», «выявить», «найти», «сформировать/создать» или близких по значению синонимов.

Цель исследования – его ожидаемый результат, то есть решение практических задач и новые знания о рассматриваемом предмете исследования. В соответствии с целью и предметом исследования, логически определяются задачи контрольной работы (должно быть не более двух задач). Рекомендуется формулировать задачи с глаголов в форме перечисления: «изучить...», «выявить...», «проанализировать...», «разработать...», «описать...» и т.п. Заголовки контрольной работы отражают суть поставленной задачи. Первая задача может быть связана с выявлением, методологическим обоснованием сущности, природы и структуры исследуемого объекта, вторая – с анализом состояния исследуемого предмета.

Первая глава, как правило, носит теоретический характер. В ней рассматривается обзор литературы, систематизируются позиции российских и зарубежных учёных и аргументируется собственная точка зрения относительно понятий, проблем, определений. При рассмотрении теоретических вопросов необходимо использование статистического материала, что позволяет наглядно доказывать то или иное высказывание автора или предлагаемые им решения. *Рекомендуемый объем первой главы – 5-7 страниц.*

Вторая глава выполняется на основе всестороннего изучения и анализа материала по исследуемой теме. *Рекомендуемый объем первой главы – 5-7 страниц.*

Заключение содержит выводы по теме работы. Выводы представляют собой результат теоретического осмысления и практической оценки исследуемой проблемы, с указанием как отрицательных, так и положительных моментов. Количество общих выводов должно вытекать из количества задач, сформулированных во введении контрольной работы. Заключение рекомендуется писать в виде тезисов, примерный объем 1 страница.

В список литературы включают все использованные источники в алфавитном порядке. Сведения о книгах, учебниках, статьях и других изданиях должны соответствовать правилам библиографического описания. Список литературы включает не менее 15 источников. Ресурсы сети Интернет приводятся после списка литературы, озаглавлены как «Ресурсы Интернет» и имеют собственную нумерацию.

В приложения следует включать вспомогательный материал (чертежи, схемы, графики, таблицы, диаграммы, фотографии, инструкции, методики, промежуточные расчеты).

Студенты заочной формы обучения готовят контрольную работу по дисциплине «Спортивный маркетинг». Перечень тем контрольных работ:

1. Сущность спортивного маркетинга и его роль в обществе и деятельности организаций в сфере физической культуры и спорта.
2. Специфика маркетинга спортивных и физкультурно-оздоровительных услуг.
3. Эволюция концепции спортивного маркетинга и ее сущность на каждом этапе развития.
4. Понятие категории «система управления спортивным маркетингом».
5. Функции спортивного маркетинга.
6. Основные элементы маркетинговой информационной системы и этапы проведения маркетингового исследования.
7. Основные методы и технологии проведения маркетинговых исследований.
8. Основные составляющие опроса, наблюдения, эксперимента.
9. Основные факторы макро- и микросреды, в которой функционирует предприятие в сфере физической культуры и спорта.
10. Классификация рынков и их особенности.
11. Основные признаки сегментации для рынков товаров производственного назначения и потребительских товаров.
12. Процедура выбора наиболее перспективных рынков.
13. Процесс исследования конкуренции на рынке спортивных товаров и услуг.
14. Мотивационный анализ поведения покупателей.
15. Трёхуровневая модель анализа потребительских свойств спортивного товара.
16. Стадии жизненного цикла спортивного товара и соответствующие им стратегии маркетинга.
17. Роль стандартизации и дифференциации в товарной политике предприятия в сфере физической культуры и спорта.
18. Основные этапы процесса разработки товара-новинки.
19. Товарная политика спортивной организации и процедура формирования товарного ассортимента.
20. Роль товарного знака в современных условиях.
21. Процесс формирования ценовой политики в отношении конкретного спортивного товара.
22. Виды каналов сбыта и критерии их выбора в отношении конкретного спортивного товара.
23. Прямой маркетинг в сбытовой политике.
24. Роль и цели Public relations (PR) в коммуникационной политике предприятия в сфере физической культуры и спорта.

25. Роль и цели рекламы в маркетинговой практике.

Пример оформления титульного листа для контрольной работы представлено на следующей странице рабочей программы.

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И ЗДОРОВЬЯ
ИМЕНИ П. Ф. ЛЕСГАФТА, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ»

Кафедра менеджмента и экономики спорта

Дисциплина Спортивный маркетинг

СИДОРОВ АНДРЕЙ АЛЕКСАНДРОВИЧ

Контрольная работа

**ОСНОВНЫЕ ПРИЗНАКИ СЕГМЕНТАЦИИ ДЛЯ РЫНКОВ ТОВАРОВ
ПРОИЗВОДСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ
ТОВАРОВ.**

.Направление подготовки 49.03.01 – Физическая культура

... Проверил: _____

Дата _____

.. Количество баллов _____

Санкт-Петербург

20__

Методические указания по подготовке презентаций

Для подготовки компьютерной презентации используется *специализированная* программа *PowerPoint*.

Презентация предполагает сочетание информации различных типов: текста, графических изображений, музыкальных и звуковых эффектов, анимации и видеофрагментов. Поэтому необходимо учитывать специфику комбинирования фрагментов информации различных типов. Для текстовой информации важен выбор шрифта, для графической — яркость и насыщенность цвета, для наилучшего их совместного восприятия необходимо оптимальное взаиморасположение на слайде.

Текстовая информация

— размер шрифта: 24-54 пункта (заголовки), 18-36 пунктов (обычный текст);

— цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать (текст должен хорошо читаться), но не резать глаза;

— тип шрифта: для основного текста гладкий шрифт без засечек (Arial,Tahoma, Verdana), для заголовка можно использовать декоративный шрифт, если он хорошо читаем;

— курсив, подчеркивание, жирный шрифт, прописные буквы рекомендуется использовать только для смыслового выделения фрагмента текста.

Графическая информация

— рисунки, фотографии, диаграммы призваны дополнить текстовую информацию или передать ее в более наглядном виде;

— желательно избегать в презентации рисунков, не несущих смысловой нагрузки, если они не являются частью стилевого оформления;

— цвет графических изображений не должен резко контрастировать с общим стилевым оформлением слайда;

— иллюстрации рекомендуется сопровождать пояснительным текстом;

— если графическое изображение используется в качестве фона, то текст на этом фоне должен быть хорошо читаем.

Единое стилевое оформление

— стиль может включать: определенный шрифт (гарнитура и цвет), цвет фона или фоновый рисунок, декоративный элемент небольшого размера и др.;

— не рекомендуется использовать в стилевом оформлении презентации более 3 цветов и более 3 типов шрифта;

— оформление слайда не должно отвлекать внимание слушателей от его содержательной части;

— все слайды презентации должны быть выдержаны в одном стиле.

Методические указания по работе с научными сайтами

Рекомендации и алгоритм действий перед началом работы:

а) осуществлять поиск и отбирать необходимую информацию в соответствии с определенной задачей и потребностями, использовать ее для достижения своих целей;

б) анализировать и оценивать прочитанное;

в) сортировать информацию на главную и второстепенную;

г) быстро ориентироваться в тексте, опираясь на такие подсказки, как ключевые слова, структура текста, предваряющая информация и др.

Предлагаются следующие формы работы с Интернет ресурсами:

1. Использование ресурсов Интернет при прохождении новой темы (подбирается дополнительный материал, определяются цели и задачи).

2. Самостоятельная работа с Интернет ресурсами для подготовки докладов, сообщений (активное использование поисковых систем).

3. Участие в международных проектах (целесообразно подбирать темы проектов, которые вписываются в заданную программу).

4. Переписка по электронной почте (подготовка к данному виду деятельности требует определенной технической подготовки, поэтому у каждого должен быть «почтовый ящик»). Можно создавать учетные записи на англоязычных сайтах.