

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович

Должность: ректор

Дата подписания: 27.09.2022 12:00:02

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

Автономная некоммерческая организация высшего образования

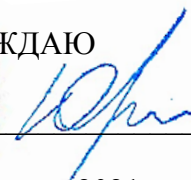
“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

 С.С. Юров

«27» августа 2021 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ по подготовке и оформлению реферата

Для направления подготовки:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

организационный; маркетинговый; авторский, проектный

Направленность (профиль):

«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Форма обучения:

очная, очно-заочная, заочная

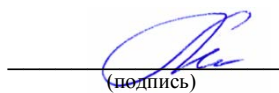
Москва – 2021

Разработчик: Е.С. Мальцева, кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«23» августа 2021 г.  / Е.С. Мальцева /

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ  /Н.Е. Козырева /
(подпись)

Заведующая кафедрой  / Е.С. Мальцева /
(подпись)

Протокол заседания кафедры № 1 от «25» августа 2021 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение

1. МЕТОДИКА ПОДГОТОВКИ РЕФЕРАТА

1.1. Выбор темы реферата

1.2. Написание текста реферата

1.4. Оформление реферата

1.5. Критерии оценки реферата

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.

Приложение 1. Образец оформления титульного листа реферата

ВВЕДЕНИЕ

Реферат является одним из видов образовательного процесса и имеет большое значение как с точки зрения углубления теоретических знаний, так и формирования навыков самостоятельной работы, методов исследования.

В соответствии с рабочими программами учебных дисциплин реферат выполняется студентами в течение относительно короткого периода времени (от 1 недели до 1 месяца) и проверяются преподавателем в учебном семестре, а не в зачетно-экзаменационную сессию как курсовая работа или проект.

Первоначальный смысл слова «реферат» (нем. Referat, от лат. *referre* – докладывать, сообщать) – краткий обзор содержания одной или нескольких печатных работ по избранной теме. Реферат представляет собой самостоятельную письменную работу по определенной теме или научной проблеме, обобщающую информацию из нескольких источников. Реферат предполагает осмысленное изложение наиболее важных (с точки зрения автора реферата) моментов, главных идей, содержащихся в научной и учебной литературе по выбранной теме, а также собственных взглядов на проблему.

В отличие от курсовой работы, а также от выпускной квалификационной работы содержание реферата не требует авторского научного исследования и научной или практической новизны.

Цель реферата:

- закрепить, углубить и расширить теоретические знания студента;
- овладеть навыками самостоятельной работы;
- развить умения формулировки аргументированных выводов и предложений по исследуемой проблеме;
- выработать умение выступления перед студентами с изложением сути проблемы, изложенной в реферате (если выступление предусмотрено программой учебной дисциплины или запланировано преподавателем на практическом занятии).

При написании реферата следует избегать неправомерного заимствования информации из других источников, необходимо делать ссылки на источники и литературу, а также проверять работу/проект в системе Антиплагиат. Студент лично отвечает за качество реферата.

ГЛАВА 1. МЕТОДИКА ПОДГОТОВКИ РЕФЕРАТА

1.1. Выбор темы реферата

Выбор темы реферата осуществляется студентом самостоятельно с учетом его интересов и пожеланий. Тему можно выбрать как из ниже приведенного списка, так и сформулировать самому с обязательным согласованием у преподавателя. Для того чтобы избежать многократного дублирования темы студентами предлагается два возможных варианта решения данной проблемы:

Староста группы выдает студентам список тем рефератов в одном экземпляре и предлагает написать свою фамилию напротив выбранной темы или же вписать предполагаемую формулировку своей темы в соответствии с заданной проблематикой. В случае если несколько студентов выбирают одну тему, преподаватель может предложить для исследования различные аспекты интересующей их проблемы и оказать помощь в окончательной формулировке тем рефератов.

Выбранная тема в процессе работы может корректироваться по согласованию с преподавателем.

1.2. Написание реферата

В отличие от курсовой работы в реферате не используется развернутый план.

Правильно построенный план реферата служит организующим началом в работе студента, помогает систематизировать материал, обеспечивает последовательность изложения. План составляется индивидуально с учетом замысла работы, однако при всем разнообразии подходов традиционным считается наличие следующих разделов: введение, основную часть (не более двух глав), заключение и список литературы.

Во введении обосновывается актуальность выбранной проблемы, определяется ее значимость. Объем введения составляет обычно от 1 до 2 страниц.

Основная часть реферата состоит из одной или нескольких глав (в зависимости от замысла автора). Если глав несколько, то они должны быть логически связаны друг с другом. В заключении обобщается изложенный в основной части материал, формулируются общие выводы, указывается, что нового лично для себя вынес автор реферата из работы над ним. Делая выводы, необходимо учитывать, что в научной литературе могут встретиться различные точки зрения на рассматриваемую в реферате проблему. Если это отражено в основной части, то в заключении необходимо отметить, какая из точек зрения больше импонирует автору реферата.

В заключении подводится итог проведенного исследования, делаются краткие выводы, предложения, полученные автором в результате его работы. Здесь можно отразить перспективы развития рассматриваемого явления на практике.

Реферат может содержать приложения, в которых могут быть представлены дополнительные материалы и иллюстрации, на которые дается ссылка в содержании работы, др.

Подготовка к выполнению реферата предполагает подбор материала (в том числе работу с электронной библиотечной системой), изучение научных работ, данных официальных сайтов, статей периодической печати. Начинать работу следует с учебной

литературы, рекомендованной по соответствующей теме. Это позволит определить логику построения реферата.

При изучении литературы, источников Интернет необходимо делать черновые записи. Записи должны сопровождаться указанием источника информации (автор, название книги или статьи, для статьи - название журнала, номер, год издания, страница). Это сэкономит время при последующем оформлении реферата.

При написании курсовой работы материал следует излагать четко и логически последовательно. Каждый вопрос плана следует представлять в соответствии с продуманной схемой, правильно используя и комментируя цитаты, не перегружая ими текст. Громоздкие таблицы и рисунки можно выносить в приложение.

Важно помнить, что изложение вопросов должно быть аргументированным, а не декларативным. По многим проблемам специалисты имеют разные точки зрения, подчас противоположные. Дискуссии находят свое отражение в литературе. В ходе подготовки реферата студент должен определить, какая из точек зрения ему больше импонирует. Привести аргументы. Это придаст работе творческий характер.

Следует отметить, что самостоятельность, творческий подход является важнейшим требованием к написанию реферата. Механическое списывание статей или глав учебников, злоупотребление цитатами (на полстраницы) не приносит пользы, и такая работа не может получить высокую оценку.

1.4. Оформление реферата

Текст распечатывается на компьютерном принтере в соответствии со следующими требованиями:

- шрифт Times New Roman;
- размер шрифта - 14 pt;
- межстрочный интервал - 1,5;
- поля: слева - 3 см, справа – не более 1,5 см, сверху и снизу - 2 см;
- абзацный отступ – 1,25 см
- выравнивание текста - «по ширине страницы».

Текст каждой главы начинается с новой страницы. Это же правило относится и к другим основным структурным частям работы: введению, заключению, списку литературы, приложениям.

Внутри одной главы параграфы следуют один за другим и не переносятся на новую страницу.

Нумерация страниц текста должна быть сквозной, первой страницей является титульный лист (см. Приложение 1), номер на котором не ставится. На последующих страницах номер проставляется арабскими цифрами **внизу, справа**. Второй лист - Содержание. Формат нумерации страниц - шрифт Times New Roman, размер шрифта – 11.

Все рисунки: диаграммы, схемы, гистограммы, фотографии и т.п. обозначаются «Рис.», таблицы – словом «Таблица», с указанием номера. Нумерация рисунков и таблиц осуществляется последовательно по всему тексту реферата. Диаграммы, схемы, гистограммы, графики и т.п. выполняются непосредственно в работе, с применением инструментов Microsoft Office.

Заголовок таблицы помещается после слова «Таблица» над соответствующей таблицей с выравниванием «по левому краю» без абзацного отступа, начинается с

прописной буквы и выделяется курсивом. Подчеркивать заголовки не следует. Точка в конце заголовка не ставится. Таблицу рекомендуется помещать после первого упоминания о ней в тексте.

Названия верхней строки таблицы должны находиться на одной странице с таблицей. При переносе части таблицы на следующую страницу необходимо указать «Продолжение Таблицы (номер таблицы)» с выравнением по правой стороне. Шрифт текста в таблице должен быть Times New Roman - 12 pt, одинарный интервал.

Образец:

Таблица 1. Сравнительная таблица систем автоматизации

	K★50	 eLama.ru	 Alytics	 origami	marilyn
Поддерживаемые рекламные системы	Яндекс. Директ, Google AdWords	Яндекс. Директ, Google AdWords, Я. Маркет, Google Merchant, ВКонтакте, myTarget	Яндекс. Директ, Google AdWords	Яндекс. Директ, Google AdWords	Яндекс. Директ, Google AdWords, Яндекс. Маркет, Google Merchant, Facebook, ВКонтакте, myTarget, Бегун, Google DoubleClick BidManager, Яндекс. Дисплей, AdFox, YouTube
Поддерживаемые системы аналитики	Google Analytics, Яндекс. Метрика, CRM клиента, CallTracking сервисы, Compete, конверсии из AdWords	Google Analytics, Яндекс. Метрика, CallTracking-сервисы	Google Analytics, BigQuery, CRM клиента, CallTracking сервисы, Mindbox	Google Analytics, CRM клиента, CallTracking сервисы, получение конверсий по postback, конверсии из AdWords	Google Analytics, Яндекс. Метрика, CRM клиента, CallTracking-сервисы

Заголовок рисунка помещается сразу после слова «Рис.» под соответствующим рисунком с выравнением «по левому краю», начинается с прописной буквы и выделяется курсивом.

Образец:



Рис.1. Пример расположения рекламного щита

Список литературы включает в себя учебники, учебные пособия, нормативно-правовые акты, интернет-ресурсы и т.п. Используемые источники располагаются в следующем порядке с использованием сквозной нумерации:

- нормативные правовые акты (в порядке значимости),
- научная и учебная литература (в алфавитном порядке по фамилии первых авторов или заглавий изданий (если автор не указан);
- источники на иностранных языках (указывается в латинском алфавите и размещается после перечня литературы на русском языке);
- ресурсы Интернет.

Примеры оформления списка литературы

Оформление нормативно-правовых актов

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть первая) Федеральный закон принят 30.11.1994 года № 51 - ФЗ (ред. от 30.12.2015) // Российская газета. - №2 от 12.01.2016.

Оформление книг

одного, двух или трех авторов:

1. Синяева И.М. Маркетинг торговли: учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев; под ред. Л.П. Дашкова. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2015. – 750с.

2. Чернопятав А.М. Маркетинг: учебник: / А.М. Чернопятав. – 2-е изд., стер. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 439 с.

более трех, авторов:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / В.Т. Гришина, Л.А. Дробышева, Т.Л. Дашкова [и др.]; под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. – 9-е изд. – Москва: Дашков и К, 2018. – 446 с.

При оформлении **электронной книги**, пользуются теми же правилами что и для оформления книг, но с указанием **режима доступа, ссылкой на источник и датой обращения**.

1. Фомичев А.Н. Стратегический менеджмент: учебник для вузов / А.Н. Фомичев. – Москва: Дашков и К, 2018. – 468 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496068> (дата обращения: 16.01.2019). – Текст: электронный.

Оформление статей из журналов / газет

1. Варламова Т.П. Ипотечное кредитование в России: история и современное состояние / Т.П. Варламова // Поволжский торгово-экономический журнал. - 2014. - № 5 (39). - С. 42-50.

Оформление электронных источников (ресурсов).

1. Федеральная служба государственной статистики: Официальный сайт [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики. - 1995-2019. - URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 16.02.2019).

Ссылки на используемую литературу

В реферате, при необходимости, делаются ссылки на использованную литературу и источники. При написании текста реферата используется затекстовая ссылка. Она размещается в конце цитируемого или излагаемого материала другого автора, оформляется в квадратных скобках. Первая цифра указывает на порядковый номер издания в списке литературы, вторая цифра на номер страницы (или их диапазон), например: [23, с.50], [23, с.50-53].

Общие правила цитирования

Текст цитаты заключается в кавычки и приводится в той грамматической форме, в какой он дан в источнике, с сохранением особенностей авторского написания. Цитирование должно быть полным, без произвольного сокращения цитируемого фрагмента и без искажения смысла. Пропуск второстепенных слов, не влияющих на смысл, обозначается многоточием. Не следует злоупотреблять цитатами. Оптимальное количество цитат в тексте – не более двух на странице. Каждая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник, откуда она была позаимствована.

Оформленный реферат предоставляется преподавателю на проверку. В случае, если есть существенные замечания, работа возвращается студенту на доработку.

В отличие от курсовой работы/проекта реферат не является формой промежуточной аттестации. Оценка за него в зачетную книжку не ставится.

1.5. Критерии оценки реферата

Оценка рефератов производится преподавателем по шкале «зачтено»/ «не зачтено»

Критерии	Показатели
1. Новизна реферированного текста	- актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
2. Степень раскрытия сущности проблемы	- соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы
3. Обоснованность выбора источников	- круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
4. Соблюдение требований к оформлению	- правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы;

	- соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев.
5. Грамотность	- отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

Лучшие рефераты рекомендуются на конкурс студенческих научных работ, для выступления на студенческих конференциях и олимпиадах.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Грошев, И. В. Системный бренд-менеджмент : учебник / И. В. Грошев, А. А. Краснослободцев. – Москва : Юнити, 2015. – 655 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117920>
2. Дымова, С. С. Введение в рекламу и PR : учебное пособие : [16+] / С. С. Дымова, В. С. Матюшкин, В. Ю. Филин ; Институт бизнеса и дизайна. – Москва : Институт Бизнеса и Дизайна, 2019. – 130 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572919>
3. Макашев, М. О. Бренд : учебное пособие / М. О. Макашев. – Москва : Юнити, 2015. – 207 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114390>
4. МакДональд, М. Брендинг. Как создать мощный бренд : учебник / М. МакДональд, Л. Чернатони. – Москва : Юнити, 2015. – 559 с. – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436697>
5. Музыкант, В. Л. Управление брэнд-коммуникациями / В. Л. Музыкант ; Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС» (Институт). – 2-е изд., доп. и перераб. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. – 380 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464162>
6. Родькин, П. Е. Брендинг территорий: городская идентичность и дизайн : учебное пособие : [16+] / П. Е. Родькин. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 93 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597418>
7. Формирование бренда предприятия : учебное пособие / О. В. Бондарская, Т. А. Бондарская, Р. Г. Гучетль, Л. Г. Попова ; Тамбовский государственный технический университет. – Тамбов : Тамбовский государственный технический университет (ТГТУ), 2017. – 214 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499002>
8. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф. И. Шарков. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 324 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116042>
9. Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 272 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573436>

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»**

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ
Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Реферат

по дисциплине: Экономика

на тему: **«Сущность рынка монополистической конкуренции с
дифференциацией продукта»**

Выполнила:

студентка 2 курса
очной формы обучения
Иванова Любовь Сергеевна

Проверила:

к.э.н., доцент
Мальцева Елена Сергеевна

Москва, 2021