

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»**

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

Кафедра Маркетинга, торгового и таможенного дела

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению реферата
по дисциплине «АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»
для обучающихся очной и заочной форм обучения
направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело»**

Симферополь, 2019 г.

Методические указания по выполнению реферата по дисциплине «Анализ маркетинговой деятельности» для обучающихся очной и заочной форм обучения направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело» [Электронный ресурс] / Составитель: ассистент Улановская О.Н. – Симферополь: ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Институт экономики и управления, 2019 – 17 с.

Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры «Маркетинга, торгового и таможенного дела»

«_____» _____ 2019 г. Протокол № _____

Составитель: Улановская Оксана Николаевна, ассистент

Рецензент:

Улановская О.Н. 2019
© ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени
В.И. Вернадского», 2019

СОДЕРЖАНИЕ

1. Значение и основные требования к реферату	4
2. Темы реферата	12
3. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	13
Приложение	17

1. ЗНАЧЕНИЕ И ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К РЕФЕРАТУ

Реферат - это краткий доклад на определенную тему, в котором представлен обзор одного или нескольких источников. Реферат может являться изложением содержания научной работы, книги или статьи.

Реферат представляет собой письменную работу, отражающую имеющиеся в научной, учебной и периодической литературе концепции по заданной теме дисциплины. Он пишется стандартным, клишированным языком, в официально-деловом стиле.

Задача студента состоит в том, чтобы в своей работе максимально полно, используя рекомендованную литературу, понять и правильно передать позицию авторов. В процессе написания реферата студент приобретает навыки правильного цитирования авторских текстов, грамотного построения ссылок на используемый библиографический список.

Различают два вида рефератов:

1. Репродуктивные – воспроизводят содержание текста первоисточника. К ним относят:

- реферат-конспект, который содержит фактическую информацию о результатах, методах исследования, возможностях их применения в обобщенном виде;

- реферат-резюме, который содержит только основные положения данной темы;

2. Продуктивные – содержат творческое или критическое осмысление реферируемого источника. К ним относят:

- реферат-обзор, в котором сопоставляются различные точки зрения по изучаемому вопросу, изложенные в различных источниках;

- реферат-доклад - содержит анализ информации первоисточников и объективную оценку проблемы.

Рефераты, выполненные по тематике самостоятельной работы, могут быть представлены на семинарах, научно-практических конференциях, а также учитываться при формировании зачетной оценки по дисциплине.

Выполнение реферата, по сути, является самостоятельным научным исследованием и дает представление о том, насколько обучающийся владеет знаниями по определенной теме/разделу/вопросу дисциплины и может их применить на практике. Работа над рефератом предусматривает использование теоретических знаний, а также практических умений и навыков, приобретенных во время учебы. В ходе работы обучающийся должен продемонстрировать навыки работы с источниками информации, умение выбирать материалы по теме исследования, обобщать, анализировать, делать выводы и формулировать предложения.

Положения, представленные в реферате, должны быть изложены последовательно и аргументировано. Выводы должны быть обоснованными и содержать краткие резюме по всем рассматриваемым вопросам. Предложения должны иметь практическую значимость в определенной области применения.

Реферат должен быть написан научным языком с использованием понятийного аппарата (терминологии), используемого для освещения вопросов выбранной темы. Следует обращать внимание на точность применения формулировок, простоту и четкость изложения мысли, а также достоверность использованных источников информации, на которые следует оформлять ссылки по тексту работы. Рекомендуемый объем реферата 12-15 страниц (без приложений).

Этапы работы над рефератом.

1. Выбор темы (примерная тематика рефератов составляется преподавателем и доводится до сведения обучающихся в начале изучения дисциплины).
2. Подбор источников информации.
3. Предварительное ознакомление с литературой.
4. Составление плана работы.
5. Изучение и осмысление литературы.
6. Написание и редактирование текста.

7. Формулирование выводов.

8. Оформление текста реферата в соответствии с предъявляемыми требованиями.

9. Сдача работы (реферата).

Преподавателем также может быть предусмотрена защита реферата, во время которой обучающийся должен грамотно и логично изложить основную идею по заданной теме, обосновать ее актуальность, продемонстрировать умение работать с различными источниками информации, донести до слушателей основные положения проделанной работы, обобщенные результаты и выводы.

По усмотрению преподавателя рефераты могут быть представлены на семинарах, научно-практических конференциях, а также использоваться как зачетные работы по пройденным темам.

Методические рекомендации.

Тема реферата выбирается из списка, составленного преподавателем в соответствии с рабочей программой дисциплины, или предлагается самим обучающимся. Во втором случае требуется согласовать тему с преподавателем.

Вторым этапом является подбор источников информации по выбранной теме. Обучающемуся необходимо подобрать источники, проверить их актуальность и сформировать библиографический список. После ознакомления с содержанием подобранных источников информации, составляется план будущего реферата, определяются его цели и задачи.

Текст реферата не должен копироваться с учебников, справочников, нормативно-правовых документов, Интернет-источников. Обучающийся, опираясь на опыт ведущих специалистов в данной области, должен выполнять самостоятельное, творческое исследование, связанное с анализом изложенных фактов, учетом влияния выявленных факторов, установлением взаимосвязей и зависимостей и пр.

При подборе источников особое внимание следует уделять изданиям

последних 5 лет, в том числе материалов периодических изданий, сборников научных конференций и т.д., так как они освещают последние достижения науки в соответствующей области знаний. Также следует проверять актуальность, обусловленную сроками действия правовых актов и нормативных документов.

Работая с источниками, следует фиксировать их библиографию и делать рабочие записи. Собранная информация систематизируется, обобщается, анализируется. При этом определяется, какой из вопросов является главным, т.е. отражает цель проведения исследования. Его раскрытию должны быть подчинены все остальные вопросы (параграфы) плана реферата.

При составлении плана реферата необходимо учитывать:

- проблема, цель и задачи планируемой работы должны содержать теоретические и практические аспекты;
- план должен содержать вопросы, необходимые для полного и глубокого раскрытия темы (достижения цели или разрешения поставленной проблемы);
- вопросы должны раскрывать и логически дополнять друг друга;
- в плане не должно содержаться аспектов (вопросов), которые не связаны с целью реферата;
- решенные в работе задачи должны дать ответ на вопрос о том, как поставленную (возникшую) проблему можно разрешить (т.е. что практически нужно делать);
- выводы должны основываться на полученных результатах;
- для предложений должна быть продумана область возможного использования/применения.

Структура и содержание реферата, соотношение его вопросов и подвопросов определяется темой.

Рекомендуемые структурные элементы реферата

1. Титульный лист
2. Введение

3. Основная часть: параграфы или вопросы
4. Заключение
5. Список использованных источников
6. Приложения

Требования к содержанию

Введение (1-2 страницы) должно включать в себя краткое обоснование актуальности выбранной темы, которая может рассматриваться в связи со сложностью вопроса, наличием многочисленных теорий и/или их противоречивости. Также необходимо показать, почему рассматриваемый вопрос представляет научный интерес, область его возможного применения и практическое значение. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна с научной или практической точки зрения.

Важно выделить цель и задачи, которые планируется решить для реализации цели. Обычно одна задача ставится на один параграф (вопрос) реферата.

Цель исследования – то, что необходимо выяснить, изучая тему. Например: выявить особенности (сущность)...; провести сравнительный анализ и определить...; определить основные (характерные) черты ...; обозначить (выявить) специфику явления и т.п.).

Задачи исследования – это средства достижения цели. Примерные формулировки: подобрать и изучить литературу по теме; провести аналитический обзор литературы; проанализировать ...; осветить ...; исследовать ...; рассмотреть процесс (явление) и т.п.) работы над рефератом, дается характеристика используемой литературы. *Например:* «При изучении данной темы была изучена литература ..., в которой рассмотрены (представлены) ... В наибольшей степени проблема (вопрос) освещены в ... (книге, статье, монографии и т.п.)»).

Основная часть реферата (10-12 страниц) должна содержать материал, раскрывающий тему. Его необходимо распределить на параграфы (вопросы), сформулировать их название, расположить, соблюдая логику изложения.

Основная часть реферата, кроме содержания, выбранного из разных литературных источников, также должна включать в себя собственное мнение обучающегося и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты.

Изложение материала ведется с использованием специальных речевых оборотов, таких как «важное значение имеет», «уделяется особое внимание», «поднимается вопрос», «можно сделать следующие выводы», «исследуемая проблема», «освещаемый вопрос», «служит основанием для» и т.п. К языковым и стилистическим особенностям рефератов относятся слова и обороты речи, носящие обобщающий характер, словесные клише, научные (специфические) термины. Предложения в тексте, как правило, неопределенно-личные, в которых акцент делается на действие, без указания того, кто его выполняет. Например: «проведено сопоставление....», «получены следующие результаты....», «исследование показало...» и т.д.

Заключение (2-3 страницы) - часть реферата, логически вытекающая из основной части. В нем формулируются четкие и краткие выводы по всем вопросам, рассмотренным для реализации поставленной цели, а также дается оценка степени ее достижения. *Выводы* должны содержать собственные обобщения с учетом различных точек зрения на рассматриваемую проблему, а также новые положения, полученные в результате работы над темой. Высказанные *предложения* должны иметь практическую направленность с указанием области применения.

Приложения должны включать вспомогательный или дополнительный материал, который загромождает текст основной части работы, но необходим для полноты ее восприятия и оценки практической значимости (копии документов, таблицы вспомогательных и цифровых данных, иллюстрации и т.д.).

Количество источников информации, к которым должен обращаться обучающийся, должно быть не менее 5. Они должны содержать достоверную и актуальную информацию.

При оценке реферата, учитывается:

- обоснованность поставленных задач;
- соответствие содержания реферата выбранной теме;
- актуальность, правильность и полнота использования источников;
- глубина проработки материала;
- стиль изложения;
- полнота, правильность и аргументация выводов;
- соответствие оформления реферата требованиям методических указаний.

Рекомендуемые критерии оценивания рефератов представлены ниже.

Оценка «отлично» (10 баллов)

- рассмотренные вопросы в полной мере реализуют цель работы;
- выдержан научный стиль изложения, обучающийся демонстрирует полное владение понятийным аппаратом;
- ответы на поставленные вопросы полные со ссылками на первоисточники;
- выводы четкие, краткие, содержат самостоятельно сделанные обобщения и предложения;
- оформление соответствует установленным требованиям.

Оценка «хорошо» (8 баллов)

- автор выполняет исследование в соответствии с планом;
- использует достоверные источники информации;
- содержание вопросов не в полной мере отвечает заявленным формулировкам;
- имеются отдельные замечания по стилю изложения и использованию понятийного аппарата;
- ссылки сделаны не на все заявленные источники информации;
- выводы не в полной мере совпадают с поставленными задачами;
- имеются отдельные замечания по оформлению.

Оценка «удовлетворительно» (6 баллов)

- вопросы плана не в полной мере соответствуют цели работы или раскрыты не полностью;

- работа выполнена с использованием только учебной литературы, что может повлечь искажение информации, связанное с неактуальностью ее источников;
- отсутствуют ссылки на источники информации;
- выводы сделаны формально, лишь частично отражают представленные в основной части реферата материалы исследования;
- оформление работы частично соответствует методическим рекомендациям.

Оценка «неудовлетворительно» (0 баллов)

- тема не раскрыта;
- имеются грубые нарушения в оформлении текста и использованных источников;
- в тексте много заимствований без указания источников;
- устаревшие фактические и статистические данные;
- выводы сделаны формально и не отражают цель и задачи работы.

Реферат необходимо выполнить и сдать на проверку на кафедру «Маркетинга, торгового и таможенного дела» (каб. 111) в срок, установленный в учебном плане и в соответствии с графиком учебного процесса.

На защите реферата, которая проходит в форме собеседования, обучающийся должен уметь:

- излагать основные положения, представленные в реферате;
- отвечать на вопросы по курсу «Анализ маркетинговой деятельности»;

При оценке работы учитываются:

- полнота использования имеющейся по теме специальной литературы и нормативной базы;
- умение самостоятельно мыслить, анализировать и обобщать;
- грамотность изложения и правильность оформления материала;
- правильность решения задач/задачи;
- наличие и характер недостатков.

2. ТЕМЫ РЕФЕРАТА

1. Место и роль аналитической функции в системе маркетинга
2. Цели и задачи маркетингового анализа
3. Направления маркетингового анализа
4. Методы анализа маркетинговой среды
5. Экономико-статистические методы в маркетинговом анализе
6. Информационная база маркетингового анализа
7. Задачи и направления анализа рынков
8. Понятие и макроэкономические показатели конъюнктуры рынка
9. Анализ производственного потенциала рынка
10. Анализ потребительского потенциала рынка
11. Оценка емкости рынка товаров производственного назначения
12. Оценка емкости рынка товаров потребительского назначения
13. Понятие и показатели структуры рынка
14. Методы анализа структуры потребительского рынка
15. Понятие и границы конкурентных товарных рынков
16. Анализ рыночной концентрации как фактора конкуренции
17. Стратегические и институциональные барьеры рыночной конкуренции
18. Анализ рыночной конкурентоспособности товаров и услуг
19. Анализ конкурентоспособности в розничных торговых сетях
20. Анализ конкурентоспособности оптовых торговых предприятий
21. Задачи и методы анализа потребительского поведения
22. Анализ потребностей и структуры покупок
23. Сегментирование потребительских рынков.
24. Аналитическая модель оценки покупательских требований и пожеланий
25. Аналитические модели пробного маркетинга и оценки покупательских ожиданий
26. Задачи и методология анализа товарно-ассортиментной политики
27. Маркетинговый анализ ассортимента продукции
28. Анализ структуры и динамики ассортимента продукции

29. Анализ товарных стратегий на рынках потребительских товаров
30. Анализ эффективности товарного портфеля предприятия
31. Задачи и методология анализа ценовой политики и ценообразования
32. Анализ ценовых стратегий предприятия
33. Методы анализа ценовой эластичности рыночного спроса
34. Анализ влияния ценовой эластичности спроса на объемы продаж и доходы предприятия
35. Анализ уровня и динамики цен
36. Методы анализа ценового поведения потребителей
37. Задачи и методология анализа сбытовой политики предприятия
38. Анализ и оценка моделей сбытовой деятельности
39. Анализ и разработка бюджетов продаж
40. Анализ безубыточности и прогнозирование запаса прочности бизнеса
41. Задачи и методология анализа маркетинговых коммуникаций
42. Анализ факторов формирования бюджета маркетинговых коммуникаций
43. Методы формирования рекламного бюджета
44. Оценка коммуникативной эффективности рекламы
45. Оценка экономической эффективности рекламы
46. Понятие риска на рынке товаров, его типы и факторы
47. Индикаторы и критерии маркетинговых рисков
48. Методы количественной оценки маркетинговых рисков
49. Качественные методы оценки рисков
50. Методы управления маркетинговыми рисками

3. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебно-методическое обеспечение

Основная учебная литература:

1. Коммерческая деятельность : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 404 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01641-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432143>

2. Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 181 с.

3. Казакова, Н.А. Маркетинговый анализ: учеб. пособие / Н. А. Казакова. - М. : ИНФРА-М, 2014. - 240 с. - (Высшее образование. Бакалавриат).

4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 404 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9070-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433737>

5. Тарасов, Е.О. Анализ маркетинговой деятельности предприятия / Е.О. Тарасов. - М. : Лаборатория книги, 2017. - 79 с.

6. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 342 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2903-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/425844>

7. Тюрин, Д. В. Маркетинговый аудит: учебник / Д. В. Тюрин. - 2-е изд., доп. - М. : ИНФРА-М, 2014. - 284 с.

8. Ямпольская, Д. О. Маркетинговый анализ: технология и методы проведения : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Д. О. Ямпольская, А. И. Пилипенко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 268 с.

Дополнительная учебная литература:

1. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для прикладного бакалавриата / М. Н. Григорьев. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 559 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-05818-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431782>

2. Косолапова, М.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учебник / М.В. Косолапова, В.А. Свободин. - М. : Дашков и Ко, 2016. - 247 с.

3. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования : учебное пособие / А.В. Коротков. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 303 с.

4. Максименко, А.А. Маркетинговые исследования в сфере розничной торговли : учебное пособие / А.А. Максименко, Е.Г. Пичугина ; Костромской государственный университет имени Н. А. Некрасова, Министерство образования и науки Российской Федерации. - Кострома : КГУ им. Н. А. Некрасова, 2013. - 140 с.

5. Маркетинг : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 370 с. — (Бакалавр. Академический

курс). — ISBN 978-5-534-01478-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/444037>

6. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 314 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3285-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/425984>

7. Меликян, О. М. Поведение потребителей: учебник / О. М. Меликян. - 4-е изд. - М. : Дашков и К, 2016. - 279 с.

8. Прыкина, Л.В. Экономический анализ предприятия : учебник / Л.В. Прыкина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 408 с.

9. Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 294 с.

Методические материалы:

1. Кеворков, В. В. Практикум по маркетингу: учеб. пособие / В. В. Кеворков, Д. В. Кеворков. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Кнорус, 2015. - 566 с.

2. Складар, Е. Н. Маркетинговые исследования: практикум / Е. Н. Складар, Г. И. Авдеенко, В. А. Алексунин. - М. : Дашков и К, 2016. - 214 с.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет":

Обучающимся должен быть обеспечен доступ к информационным базам данных:

- библиотеки института (абонемент, читальный зал, электронные издания);

- по договоренности с Крымской юношеской библиотекой и Республиканской универсальной научной библиотекой;

Обучающимся должен быть также обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, профессиональным справочным и поисковым системам:

1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]: сайт. — Режим доступа: <http://window.edu.ru/unilib>

2. Научная электронная библиотека «Киберленинка» [Электронный ресурс]: сайт. — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/c/ekonomika-i-ekonomicheskie-nauki>

3. ЭБС «IPR books» [Электронный ресурс]: сайт. — Режим доступа: iprbookshop.ru

4. ЭБС издательства «ИНФРА-М» [Электронный ресурс]: сайт. — Режим доступа: Znanium.com

5. ЭБС издательства «КНОРУС» [Электронный ресурс]: сайт. — Режим доступа: Book.ru

6. ЭБС издательства «Юрайт» [Электронный ресурс]: сайт. — Режим

доступа: biblio-online.ru

Научно-образовательные ресурсы, доступные из сети КФУ им. В.И. Вернадского:

1. Профессиональная справочная система «Техэксперт» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cntd.ru>
2. Профессиональная справочная система «Кодекс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kodeks.ru>
3. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.biblioklub.ru>
4. Электронная библиотечная система «Библиокомплектатор» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bibliokomplektator.ru>
5. Электронная библиотечная система «Консультант студента» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.studmedlib.ru>
6. Электронная библиотека диссертаций РГБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.diss.rsl.ru>
7. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.elibrary.ru>
8. Информационно-аналитическая система SCIENCE INDEX (на платформе Научной электронной библиотеки eLIBRARY.ru) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.elibrary.ru>
9. Русскоязычный портал информационного обеспечения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.polpred.ru>
10. Справочная система по законодательству РФ «Гарант» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru>
11. Справочная система по законодательству РФ «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
12. Реферативная база данных Scopus [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.scopus.ru>
13. Архив научных журналов (НЭИКОН) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.archive.neicon.ru>
14. Электронная библиотечная система «IPK books» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iprbooksshop.ru>
15. Электронная библиотечная система «Лань» <http://www.e.lanbook.com>

Приложение А

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ имени В.И. Вернадского»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

Кафедра маркетинга, торгового и таможенного дела

Реферат по дисциплине
«Анализ маркетинговой деятельности»

Выполнил(а) обучающийся(аяся)
очной (заочной) формы обучения

группы _____

(Ф.И.О.)

Проверила

Симферополь, 20__ г.