**Тема: «Основные маркетинговые идеи и концепции».**

Методические рекомендации:

Текст практической работы и все имеющиеся в работе математические формулы пишутся от руки стандартным шрифтом черной пастой или машинописным способом на компьютере (шрифт – Times New Roman, размер шрифта – 14, межстрочный интервал – полуторный) на стандартных листах формата А4 (210х297) без рамки, нелинованных. По четырем сторонам листа оставляют поля: с левой стороны – 30 мм, с правой – 10 мм, сверху – 20 мм, снизу – 25 мм.

**Построение и содержание контрольной работы**

Структурными элементами контрольной работы являются в указанной последовательности:

ТИТУЛЬНЫЙ ЛИСТ,
ОГЛАВЛЕНИЕ,
ВВЕДЕНИЕ,
ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ (разбивается на главы, параграфы, пункты и подпункты),
ЗАКЛЮЧЕНИЕ,
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

В разделе «Оглавление» приводится перечень глав и других структурных элементов контрольной работы.

Во «Введении» обосновывается актуальность темы, устанавливаются цель и задачи работы.

В «Основной части» должна быть полностью раскрыта тема работы.

Основная часть ВКР должна включать теоретическую или практическую составляющие.

Теоретическая часть работы характеризует способность обучающегося работать с источниками (в том числе с иноязычными) научной, нормативно-правовой, методической, статистической, профессиональной и деловой информации. Под работой понимается поиск, анализ и синтез информации по теме КР.

В «Заключении» подводятся итоги работы: определяется решены ли поставленные задачи и достигнута ли цель работы.

В «Список источников» включаются источники, на которые в работе имеются ссылки, а также изученные дополнительно при исследовании темы работы.

В раздел «Приложения» рекомендуется включать материалы иллюстративного и вспомогательного характера, которые либо загромождают текст основной части, либо затрудняют понимание работы.