**Методические указания по выполнению курсовой работы**

**по дисциплине**

**«Внутренний маркетинг в обеспечении качества услуг гостеприимства»**

Тематика курсовой работы – «Применение методов внутреннего маркетинга в управлении предприятиями сферы гостеприимства» (на примере конкретного предприятия).

Студенту предлагается самостоятельно выбрать объект исследования, осуществить поиск информации, характеризующей внутреннюю среду предприятия сферы гостеприимства, его текущее состояние, а также аналитических материалов, посвященных оценке, проблем в области внутреннего маркетинга.

Структура работы:

* Раздел I – Характеристика организации, сферы ее деятельности, особенностей предоставляемых услуг, конкурентных преимуществ и т.п.;
* Раздел III ­– Характеристика организационной структуры и внутренней среды;
* Раздел III ­– Разработка системы параметров для анализа внутренней среды и алгоритма проведения мониторинга.

Алгоритм проведения мониторинга должен быть охарактеризован и его итогом должна быть разработка таблицы, в которой необходимо представить:

* факторы внутренней среды исследуемой организации (например, состояние системы мотиваций, интенсивность внутренних связей, полнота информационного обмена, уровень развития организационной культуры);
* показатели или параметры, в которых можно оценить динамику факторов (показатели должны быть чётко сформулированы и подлежать оценке).
* единицы измерения показателей;
* периодичность их сбора;
* источники информации.

Оценивается:

* понимание отличий между факторами и показателями;
* способность к формулировке факторов;
* способность к формулировке показателей и качественных параметров;
* способность сформировать множество показателей и параметров;
* понимание способов их оценки;
* понимание их роли в исследовании внутренней среды и ее изменений.

Количественные оценки показателей не выставляются. Цель работы – сформировать практические навыки в области формирования аналитического материала (базы данных), который может быть использован для мониторинга внутренней среды.

В курсовой работе студент должен осветить следующие аспекты:

* роль и значение внутреннего маркетинга в управлении предприятием сферы гостеприимства;
* специфику внутреннего маркетинга;
* описание и анализ внутриорганизационных проблем;
* ранжирование проблем по степени значимости;
* перспективы внедрения методов внутреннего маркетинга;
* рекомендации по решению внутриорганизационных проблем на предприятиях сферы гостеприимства.

При оценивании курсовой работы будут учитываться следующие факторы:

* полнота и надёжность собранной информации;
* использованные способы её интерпретации;
* полнота изложения тенденций, проблем и перспектив;
* наличие аналитических материалов, характеризующих динамику тенденций и проблем;
* обоснованность расстановки приоритетов выявленных проблем;
* обоснованность рекомендаций по решению проблем;
* конкретность данных рекомендаций;
* оформление текста работа в соответствии с установленными требованиями.

Работа сдается в печатном виде преподавателю на кафедру.

Курсовая работа должна содержать следующие разделы:

1. Титульный лист (оформленный по образцу, см. Приложение 1);
2. Содержание (оглавление);
3. Введение (включающее в себя обоснование темы, анонсирующее внутреннюю логику работы, отраженную в ее структуре);
4. Основная часть (состоящая из глав и параграфов);
5. Заключение;
6. Список использованной литературы
7. Приложения.

Работа сдается в печатном виде преподавателю на кафедру.

**Требования по оформлению текста работы:**

* поля: левое – 25 мм; правое – 20 мм; верхнее – 20 мм; нижнее – 20 мм;
* шрифт Times New Roman Cyr № 14;
* междустрочный интервал -1,5;
* интервал между словами – 1 знак;
* абзацный отступ – 1,25;
* выравнивание – по ширине;
* перенос автоматический - «Язык – Сервис- Расстановка переносов»;
* формат страницы А4 (210Х297 мм);
* номер страницы ставится внизу по центру шрифтом № 10;
* на титульном листе номер страницы не ставить;
* заголовки разделов и пунктов не должны быть оторваны от основного текста страницы и находиться внизу страницы;
* таблицы должны быть расположены правильно: без «разрывов», без отрыва от «шапки» самой таблицы; при переносе таблицы на следующую страницу «шапку» необходимо повторить и добавить над ней слова «Продолжение табл…» («Окончание табл…»). Размер кегля внутри таблицы – 14 пт., минимальный размер кегля внутри таблицы (только при необходимости) – 12 пт.

**ОБРАЗЕЦ ТИТУЛЬНОГО ЛИСТА**

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное образовательное учреждение

высшего образования

«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

****

Кафедра экономики и управления в сфере услуг

Курсовая работа

по дисциплине «Внутренний маркетинг в обеспечении качества услуг гостеприимства»

**ТЕМА «ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ ВНУТРЕННЕГО МАРКЕТИНГА В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА (НА ПРИМЕРЕ\_\_\_\_\_)»**

Выполнил:

студент \_\_\_\_\_\_\_группы,

Фамилия ИО

Проверил:

должность преподавателя

Фамилия И.О.

ученая степень, ученое звание

**Санкт-Петербург**

**2015**