

# Примеры структуры методической главы

Капустина Л.М

# IMRAD

международный подход к научной работе

- **I** – Introduction (введение)
- **M** – Methods and Data/ MATERIALS AND METHODS (методология)
- **R** – Results (результаты)
- **A** – and
- **D** – Discussion (дискуссия)

# **ОЦЕНКА МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАН НА МИРОВОМ РЫНКЕ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРНОГО АНАЛИЗА**

- 2. Методический инструментарий оценки конкурентоспособности стран на мировом рынке туристских услуг
- 2.1. Факторы и показатели международной конкурентоспособности стран
- 2.2. Методические подходы к оценке мультипликативного эффекта международного туризма
- 2.3. Методика оценки международной конкурентоспособности стран с использованием кластерного анализа

# Эффективность маркетинговой деятельности организации на рынке бизнес-образования

- 2. Методические подходы к оценке эффективности маркетинговой деятельности на рынке бизнес-образования.
- 2.1. Система показателей оценки маркетинговой деятельности организации на рынке бизнес-образования.
- 2.2. Анализ методик оценки эффективности маркетинговой деятельности на рынке бизнес-образования.
- 2.3. Авторский алгоритм оценки эффективности маркетинговой деятельности на рынке бизнес-образования

# **Организация маркетинговой деятельности малого предприятия на рынке грузоперевозок**

- 2. Методологические основы организации маркетинга на предприятии
- 2.1 Критический анализ принципов организации службы маркетинга
- 2.2. Методы оценки эффективности организации маркетинговой деятельности на малом предприятии

# Стратегия продвижения международного спортивного мероприятия на региональном рынке

2. Методологические подходы к разработке стратегии продвижения международного спортивного мероприятия на региональном рынке
  - 2.1. Проблемы формирования брендов в настольном теннисе
  - 2.2. Методические аспекты разработки стратегии продвижения международного спортивного мероприятия
  - 2.3. Этапы разработки плана продвижения международного спортивного мероприятия

# **Формирование и реализация стратегии продвижения профессиональных образовательных организаций на региональном рынке**

2. Методические подходы к оценке эффективности продвижения образовательной организации
  - 2.1. Анализ существующих подходов к разработке стратегии продвижения организации
  - 2.2. Методика разработки стратегии продвижения профессиональной образовательной организации
  - 2.3 Методы оценки эффективности реализации стратегии продвижения образовательной организации

# Разработка маркетингового плана промышленного предприятия на рынке металлоконструкций

- 2. Методические подходы к разработке плана маркетинга на рынке B2B
- 2.1. Методические аспекты исследования маркетинговой макро- и микросреды
- 2.2. Методический инструментарий маркетингового планирования
- 2.3. Методы оценки эффективности маркетинговой деятельности на рынке B2B.

# Организация маркетинговой деятельности event-агентства в условиях экономического кризиса

- Методические подходы к организации маркетинговой деятельности event-агентства
- 2.1. Методические подходы к маркетинговому управлению в event-агентстве
- 2.2. Алгоритм организации маркетинговой деятельности event-агентства

# **Адаптация новых сотрудников компании на основе внутриорганизационного маркетинга**

## **2 ПЛАНИРОВАНИЕ ВНУТРИОРГАНИЗАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА И ПРОГРАММА АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА**

- **2.1 ПЛАНИРОВАНИЕ ВНУТРИОРГАНИЗАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА**
- **2.2 АЛГОРИТМ РАЗРАБОТКИ И ПЛАН МЕРОПРИЯТИЙ ПРОГРАММЫ АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА**
- **2.3 ОЦЕНОЧНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ВНУТРЕННЕГО МАРКЕТИНГА И ПРОГРАММЫ АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА**

# Интернет-маркетинг как технология продвижения организации

- 2 Методические подходы к планированию продвижения организации в интернете
- 2.1 Этапы разработки плана интернет-маркетинга
- 2.2 Алгоритм выбора инструментов онлайн-продвижения
- 2.3 Методика оценки эффективности интернет-маркетинга