**ВВЕДЕНИЕ**

Актуальность темы курсовой работы объясняется тем, что ПРИВЕСТИ ОБОСНОВАНИЕ АКТУАЛЬНОСТИ ТЕМЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.

Значимость темы курсовой работы заключается в том, что ПРИВЕСТИ ОБОСНОВАНИЕ ЗНАЧИМОСТИ ТЕМЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.

Цель курсовой работы состоит в СФОРМУЛИРОВАТЬ В СООТВЕТСТВИИ С ЕЕ ТЕМОЙ, МАРКЕТИНГОВОЙ ПРОБЛЕМОЙ, КОТОРУЮ НЕОБХОДИМО РЕШИТЬ.

Задачи курсовой работы в соответствии с ее целью:

1) изучить теоретико-методологические основы ДАЛЕЕ В СООТВЕТСТВИИ С ТЕМОЙ РАБОТЫ;

2) оценить результаты производственной-хозяйственной и маркетинговой деятельности ОАО «Спартак»;

3) определить содержание стоящей перед ОАО «Спартак» маркетинговой проблемы и оценить привлекательность рынка продукции компании, на которой проблема будет решена;

4) разработать проект мероприятий по решению ОАО «Спартак» выявленной маркетинговой проблемы и оценить его экономическую эффективность.

Объектом исследования является ЭЛЕМЕНТ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА ИЛИ КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА ОАО «Спартак» В ЦЕЛОМ.

Предметом исследования является ФОРМУЛИРОВКА В ПОЛНОМ СООТВЕТСТВИИ С ТЕМОЙ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.

Рабочей гипотезой является ЕЕ ФОРМУЛИРОВКА В СООТВЕТСТВИИ С ТЕМОЙ РАБОТЫ, ПРЕДМЕТОМ ИССЛЕДОВАНИЯ, МАРКЕТИНГОВОЙ ПРОБЛЕМОЙ И ЗАМЫСЛОМ ПРОЕКТА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ЕЕ РЕШЕНИЮ.

В ходе выполнения курсовой работы нами были использованы следующие методы исследования:

ПЕРЕЧЕНЬ И КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИСПОЛЬЗОВАННЫХ МЕТОДОВ ИССЛЕДОВАНИЯ.

Научная новизна результатов выполненной нами курсовой работы заключается в ПРИВЕСТИ ОБОСНОВАНИЕ НАУЧНОЙ НОВИЗНЫ ПОЛУЧЕННЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ.

Практическая значимость результатов курсовой работы заключается в ПРИВЕСТИ ОБОСНОВАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЗНАЧИМОСТИ ПОЛУЧЕННЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ.

Предварительные результаты курсовой работы были представлены нами ПРИВЕСТИ НАЗВАНИЯ, ДАТЫ И МЕСТА ПРОВЕДЕНИЯ КОНФЕРЕНЦИЙ, СЕМИНАРОВ И КОНКУРСОВ, НА КОТОРЫХ В ВИДЕ ВЫСТУПЛЕНИЙ И ПУБЛИКАЦИЙ БЫЛИ ПРЕДСТАВЛЕНЫ ПРОМЕЖУТОЧНЫЕ И ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.

Курсовая работы состоит из введения, трех основных разделов, заключения и УКАЗАТЬ КОЛИЧЕСТВО приложений. В первом разделе КРАТКО (В 2-3 ПРЕДЛОЖЕНИЯХ) ОПИСАТЬ СОДЕРЖАНИЕ ПЕРВОГО РАЗДЕЛА. Во втором разделе КРАТКО (В 2-3 ПРЕДЛОЖЕНИЯХ) ОПИСАТЬ СОДЕРЖАНИЕ ВТОРОГО РАЗДЕЛА. В третьем разделе КРАТКО (В 2-3 ПРЕДЛОЖЕНИЯХ) ОПИСАТЬ СОДЕРЖАНИЕ ТРЕТЬЕГО РАЗДЕЛА.

Объем курсовой работы составляет УКАЗАТЬ КОЛИЧЕСТВО страниц. В ней выполнено УКАЗАТЬ КОЛИЧЕСТВО таблиц и УКАЗАТЬ КОЛИЧЕСТВО рисунков.

При выполнении работы было изучено УКАЗАТЬ КОЛИЧЕСТВО печатных и электронных источников, основными среди которых явились труды УКАЗАТЬ ИНИЦИАЛЫ И ФАМИЛИИ АВТОРОВ (В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ БЕЛОРУССКИХ!!!), ТРУДЫ КОТОРЫХ БЫЛИ ОСНОВНЫМИ ПРИ НАПИСАНИИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **1** | **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ** | |
| **1.1** | | **Предмет исследования: история возникновения и изучения, основные определения** |

Краткая история теоретических исследований по теме работы.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Таблица 1.? – | Название таблицы | | | |
| Название колонки | | Название колонки | Название колонки | Название колонки |
|  | |  |  |  |
|  | |  |  |  |
|  | |  |  |  |
|  | |  |  |  |
| Примечание – Источник: УКАЗАТЬ ИСТОЧНИК | | | | |

ТЕКСТ ПОДРАЗДЕЛА

|  |
| --- |
| Рисунок, график, диаграмма, схема и т.п. |
| Рисунок 1.? – Название рисунка  Примечание – Источник: УКАЗАТЬ ИСТОЧНИК |

ТЕКСТ ПОДРАЗДЕЛА

Сложившиеся направления и результаты изучения предмета исследования отечественными и зарубежными учеными и специалистами в сфере маркетинга и менеджмента.

Основные, наиболее часто используемые определения предмета исследования.

|  |  |
| --- | --- |
| **1.2** | **Классификации и структура предмета исследования. Оценка эффективности применения предмета исследования для решения маркетинговых проблем компаний** |

Наиболее известные (часто используемые) типологии (классификации) предмета исследования.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Таблица 1.? – | Название таблицы | | | |
| Название колонки | | Название колонки | Название колонки | Название колонки |
|  | |  |  |  |
|  | |  |  |  |
|  | |  |  |  |
|  | |  |  |  |
| Примечание – Источник: УКАЗАТЬ ИСТОЧНИК | | | | |

ТЕКСТ ПОДРАЗДЕЛА

|  |
| --- |
| Рисунок, график, диаграмма, схема и т.п. |
| Рисунок 1.? – Название рисунка  Примечание – Источник: УКАЗАТЬ ИСТОЧНИК |

ТЕКСТ ПОДРАЗДЕЛА

Характеристика структуры предмета исследования.

Характеристика основных успешно зарекомендовавших себя методик, моделей и показателей, которые в настоящее время используются для оценки маркетинговой и экономической эффективности применения предмета исследования при решении маркетинговых задач и проблем.

|  |  |
| --- | --- |
| **1.3** | **Отечественный и зарубежный опыт использования предмета исследования для решения маркетинговых проблем компаний** |

Факты и особенности использования предмета исследования отечественными и зарубежными компаниями**, (ЗАНЯТЫМИ В ТОЙ ЖЕ ОТРАСЛИ ЭКОНОМИКИ, ЧТО И ИССЛЕДУЕМАЯ КОМПАНИЯ!)** для решения своих маркетинговых задач и проблем.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Таблица 1.? – | Название таблицы | | | |
| Название колонки | | Название колонки | Название колонки | Название колонки |
|  | |  |  |  |
|  | |  |  |  |
|  | |  |  |  |
|  | |  |  |  |
| Примечание – Источник: УКАЗАТЬ ИСТОЧНИК | | | | |

ТЕКСТ ПОДРАЗДЕЛА

|  |
| --- |
| Рисунок, график, диаграмма, схема и т.п. |
| Рисунок 1.? – Название рисунка  Примечание – Источник: УКАЗАТЬ ИСТОЧНИК |

ТЕКСТ ПОДРАЗДЕЛА

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **2** | **РАСЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ** | |
| **2.1** | | **Характеристика компании. Оценка результатов ее производственно-хозяйственной деятельности и финансового состояния** |

Характеристика компании.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Таблица 2.? – | Название таблицы | | | |
| Название колонки | | Название колонки | Название колонки | Название колонки |
|  | |  |  |  |
|  | |  |  |  |
|  | |  |  |  |
|  | |  |  |  |
| Примечание – Источник: УКАЗАТЬ ИСТОЧНИК | | | | |

ТЕКСТ ПОДРАЗДЕЛА

|  |
| --- |
| Рисунок, график, диаграмма, схема и т.п. |
| Рисунок 2.? – Название рисунка  Примечание – Источник: УКАЗАТЬ ИСТОЧНИК |

ТЕКСТ ПОДРАЗДЕЛА

|  |  |
| --- | --- |
| **2.2** | **Анализ результатов маркетинговой деятельности компании на целевом рынке ее продукции** |

Сведения о дате создания компании, виде и направлениях ее деятельности, среднесписочной численности ее персонала и среднемесячной оплате его труда.

Распределение уставного капитала.

|  |
| --- |
| Диаграмма распределения уставного капитала |
| Рисунок 2.? – Распределение уставного капитала ОАО «Спартак» среди ее учредителей в 2021 году  Примечание – Источник: Собственная разработка с использованием уставных и отчетных документов ОАО «Спартак» за 2021 г. |

Организационная структура компании и структура управления ею.

|  |
| --- |
| Структура управления компанией |
| Рисунок 2.? – Структура управления ОАО «Спартак»  Примечание – Источник: Собственная разработка с использованием уставных документов ОАО «Спартак» |

Оценки платежеспособности, структуры источников финансирования и деловой активности компании, анализы ее финансового состояния и финансовых результатов за последние 3-5 лет.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Таблица 2.? – | Показатели из бухгалтерских документов ОАО «Спартак» за 2017–2022 гг. | | | | | | | |
| Показатель | | Код строки в документе | Услов-ное обозна-чение | Значение по годам, р. | | | | |
| 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
| Из отчета о прибылях и убытках | | | | | | | | |
| Выручка от реализации продукции | | 010 | В |  |  |  |  |  |
| Чистая прибыль (убыток) | | 210 | ЧП(У) |  |  |  |  |  |
| Из бухгалтерского баланса | | | | | | | | |
| Активы | | | | | | | | |
| Долгосрочные активы, всего | | 190 | ДА |  |  |  |  |  |
| в том числе основные средства | | 110 | ОС |  |  |  |  |  |
| Краткосрочные активы, всего | | 290 | КА |  |  |  |  |  |
| в том числе краткосрочные финансовые вложения | | 260 | ФВк |  |  |  |  |  |
| Пассивы | | | | | | | | |
| Собственный капитал, всего | | 490 | СК |  |  |  |  |  |
| Долгосрочные обязательства, всего | | 590 | ДО |  |  |  |  |  |
| Краткосрочные обязательства, всего | | 690 | КО |  |  |  |  |  |
| Баланс (итог баланса) | | 300 или 700 | ИБ |  |  |  |  |  |
| Примечание – Источник: Собственная разработка с использованием отчетов о прибылях и убытков и бухгалтерских балансов ОАО «Спартак» за 2017–2022 гг. | | | | | | | | |

С использованием годовых значений показателей из таблицы 2.? для установления динамики и тенденций изменения по каждому из них рассчитаны годовые и среднегодовые значения абсолютного прироста Пргод и Прср.год, темпа роста ТРгод и ТРср.год, темпа прироста ТПргод и Тпрср.год. Для этого были использованы следующие формулы:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | | (2.?) |
|  | | (2.?) |
|  | | (2.?) |
|  | | (2.?) |
|  | | (2.?) |
|  | | (2.?) |
| где | П1, П*i*, П*i-1* и П*n* – значения показателя в первом, *i*-м, (*i*–1)-м и в последнем годах соответственно анализируемого периода р.;  *n* – количество лет в анализируемом периоде. | |

Вычисленные значения показателей представлены в таблице 2.?. (ЕЁ РЕКОМЕНДУЕТСЯ ВЫПОЛНИТЬ НА ЛИСТЕ С АЛЬБОМНОЙ ОРИЕНТАЦИЕЙ)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Таблица 2.? – | Показатели динамики анализируемых статей бухгалтерских документов ОАО «Спартак» за 2018–2021 гг. | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Показатель** | | **Годовые значения показателей динамики** | | | | | | | | | | | | **Среднегодовые значения показателей динамики** | | |
| **2018 г.**  **к**  **2017 г.** | | | **2019 г.**  **к**  **2018 г.** | | | **2020 г.**  **к**  **2019 г.** | | | **2021 г.**  **к**  **2020 г.** | | |
| **Пр** | **ТР** | **ТПр** | **Пр** | **ТР** | **ТПр** | **Пр** | **ТР** | **ТПр** | **Пр** | **ТР** | **ТПр** | **Пр** | **ТР** | **ТПр** |
| Отчет о прибылях и убытках | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Выручка | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Чистая прибыль (убыток) | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Бухгалтерский баланс | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Активы | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Долгосрочные активы | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| В том числе основные средства | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Краткосрочные активы | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| В том числе краткосрочные финансовые вложения | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Пассивы | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Собственный капитал | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Долгосрочные обязательства | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Краткосрочные обязательства | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Примечание – Источник: Собственная разработка с использованием данных таблицы 2.? | | | | | | | | | | | | | | | | |

Текст

|  |
| --- |
| Структура управления компанией |
| Рисунок 2.? – Динамика изменения выручки и чистой прибыли ОАО «Спартак» за 2017–2021 гг.ОАО «Спартак»  Примечание – Источник: Собственная разработка с использованием уставных документов ОАО «Спартак» |

**АНАЛОГИЧНО ВЫПОЛНЯЮТСЯ, ПРЕДСТАВЛЯЮТСЯ И ОФОРМЛЯЮТСЯ ВСЕ ОСТАЛЬНЫЕ ТРЕБУЕМЫЕ ПО ПОДРАЗДЕЛУ РАСЧЕТЫ, ТАБЛИЦЫ И РИСУНКИ.**

|  |  |
| --- | --- |
| **2.2** | **Анализ маркетинговой деятельности компании на целевом рынке продукции** |

Характеристика концепции маркетинга…

Критерии, которые используются компанией для сегментации рынка продукции…

Оценка емкости рынка (сегмента рынка) продукции компании…

Характеристика структуры целевого рынка продукции компании…

Оценка уровня цен на продукцию…

Сведения о фирмах, образующих на целевом рынке компании стратегическую группу конкурентов…

Оценка позиции компании в конкуренции на рассматриваемом рынке…

Сведения об ассортименте (номенклатуре) выпускаемой компанией продукции…

Характеристика экономической рациональности ассортимента (номенклатуры) продукции…

Характеристика ценовой политики компании…

Характеристика политики продвижения компании…

Структура маркетинговой информационной системы и оценка экономической эффективности ее использования…

**ВСЕ ТРЕБУЕМЫЕ ПО ПОДРАЗДЕЛУ РАСЧЕТЫ, ТАБЛИЦЫ И РИСУНКИ выполняются, представляются и оформляются так, как это было указано для первого раздела!**

|  |  |
| --- | --- |
| **2.3** | **Маркетинговая проблема компании и оценка привлекательности рынка, на котором она будет решена** |

Содержание маркетинговой проблемы, стоящей перед компаний, В ПОЛНОМ СООТВЕТСТВИИ С ЕЕ ТЕМОЙ И ПРЕДМЕТОМ ИССЛЕДОВАНИЯ…

Признаки наличия маркетинговой проблемы (по итогам написания подразделов 2.1 и 2.2)…

Возможные последствия не решения выявленной проблемы...

PEST-анализ рынка, на котором будет реализовываться предлагаемый в 3-м разделе проект мероприятий….

Анализ сильных и слабых сторон компании, а также существующих на рынке (на котором будет реализовываться предлагаемый в 3-м разделе проект мероприятий) возможностей и угроз (SWOT-анализ)…

Оценка будущей привлекательности рынка, на котором будет реализовываться предлагаемый в 3-м разделе проект мероприятий…

**ВСЕ ТРЕБУЕМЫЕ ПО ПОДРАЗДЕЛУ РАСЧЕТЫ, ТАБЛИЦЫ И РИСУНКИ выполняются, представляются и оформляются так, как это было указано для первого раздела!**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **3** | **РЕКОМЕНДАТЕЛЬНЫЙ (КОНСТРУКТИВНЫЙ) РАЗДЕЛ** | |
| **3.1** | | **Замысел (идея) проекта мероприятий, направленного на решение маркетинговой проблемы компании** |

Содержание замысла (идеи) предлагаемого проекта мероприятий на рынке (сегменте рынка) продукции компании В ПОЛНОМ СООТВЕТСТВИИ С СОДЕРЖАНИЕМ ОПИСАННОЙ В ПОДРАЗДЕЛЕ 2.3 МАРКЕТИНГОВОЙ ПРОБЛЕМЫ, ТЕМОЙ РАБОТЫ И ПРЕДМЕТОМ ИССЛЕДОВАНИЯ, **А ТАКЖЕ С ОПОРОЙ НА ОПЫТ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ ДРУГИМИ КОМПАНИЯМИ, КОТОРЫЙ БЫЛ ОПИСАН В ПОДРАЗДЕЛЕ 1.3**.

|  |  |
| --- | --- |
| **3.2** | **График и календарный план реализации предлагаемого проекта мероприятий** |

График реализации мероприятий разрабатывается в виде таблицы.

В нем: детально расписываются все мероприятия, связанные с подготовкой его реализации в течение сентября – декабря текущего года, и подсчитывается общая сумма инвестиций в долгосрочные и краткосрочные активы. **СУММА ИНВЕСТИЦИЙ ДОЛЖНА БЫТЬ ОБОСНОВАНА ФИНАНСОВЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ КОМПАНИИ**!

Мероприятия непосредственно самого проекта, которые будут реализовываться следующИе 4 года описываются общим образом БЕЗ РАСЧЕТА ИНВЕСТИЦИЙ В ДОЛГОСРОЧНЫЕ И КРАТКОСРОЧНЫЕ АКТИВЫ!

График реализации мероприятий в виде диаграммы Гантта рекомендуется выполнить в помощью программы MS Project и вынести в отдельное приложение.

**ВСЕ ТРЕБУЕМЫЕ ПО ПОДРАЗДЕЛУ ТАБЛИЦЫ И РИСУНКИ выполняются, представляются и оформляются так, как это было указано для первого и второго разделов!**

|  |  |
| --- | --- |
| **3.3** | **Оценка жизнеспособности, финансовой реализуемости и экономической эффективности предлагаемого проекта мероприятий** |

Подраздел выполняется в последовательности, указанной на рис. 5.10 методических рекомендаций!

**ВСЕ ТРЕБУЕМЫЕ ПО ПОДРАЗДЕЛУ РАСЧЕТЫ и ТАБЛИЦЫ выполняются, представляются и оформляются так, как это было указано для первого и второго разделов!**

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

По итогам выполненной курсовой работы можно сделать следующие выводы:

1. вывод по содержанию подраздела 1.1;
2. вывод по содержанию подраздела 1.2;
3. вывод по содержанию подраздела 1.3;
4. вывод по содержанию подраздела 2.1;
5. вывод по содержанию подраздела 2.2.

Суть маркетинговой проблемы, стоящей перед компанией, и ожидаемые последствия её не решения.

Для НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ для решения указанной маркетинговой проблемы мы считаем целесообразным и возможным реализовать проект мероприятий, который предполагает (ИЗЛОЖИТЬ КРАТКО, НО ЯСНО И ЧЕТКО ЗАМЫСЕЛ ПРОЕКТА МЕРОПРИЯТИЙ И СТЕПЕНЬ РЕШЕНИЯ ЗА ЕГО СЧЕТ МАРКЕТИНГОВОЙ ПРОБЛЕМЫ).

Реализация проекта займет УКАЗАТЬ ЕГО ДЛИТЕЛЬНОСТЬ В ГОДАХ И МЕСЯЦАХ. Общая сумма инвестиций в проект составит УКАЗАТЬ СУММЫ ИНВЕСТИЦИЙ В ПРОЕКТ В СЕНТЯБРЕ – ДЕКАБРЕ ТЕКУЩЕГО ГОДА. ОТДЕЛЬНО ОХАРАКТЕРИЗОВАТЬ (УКАЗАТЬ НЕ ТОЛЬКО СУММУ!) ИНВЕСТИЦИИ В ДОЛГОСРОЧНЫЕ АКТИВЫ, ОТДЕЛЬНО – В КРАТКОСРОЧНЫЕ.

Проект является жизнеспособным (ПРИВЕСТИ ОСНОВАНИЯ ДЛЯ ЭТОГО ИЗ ПОДРАЗДЕЛА 3.3) И ЭКОНОМИЧЕСКИ ЭФФЕКТИВНЫМ (ПРИВЕСТИ ОСНОВАНИЯ ДЛЯ ЭТОГО ИЗ ПОДРАЗДЕЛА 3.3).

**Список использованных источников**

[1] Полное библиографическое описание использованного источника в соответствии со Стандартом БГУИР по выполнению дипломных проектов (подраздел 2.8).

…

[15] Полное библиографическое описание использованного источника в соответствии со Стандартом БГУИР по выполнению дипломных проектов (подраздел 2.8).

**ИСТОЧНИКОВ В СПИСКЕ ДОЛЖНО БЫТЬ НЕ МЕНЕЕ 15, ПРИЧЕМ НЕ МНЕЕЕ 75% ИЗ НИХ ДОЛЖНЫ БЫТЬ ИЗДАНЫ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 5 ЛЕТ!**

**Использованные публикации белорусских исследователей (экономистов, маркетологов, в том числе и практиков) должны быть приведены!**

**ПРИЛОЖЕНИЕ А**

**ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ**

**РИСУНКИ В ПРИЛОЖЕНИЯХ выполняются, представляются и оформляются так, как это было указано для первого и второго разделов!**

**ПРИЛОЖЕНИЕ Б**

**ассортимент (номенклатуры) продукции** **НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ В 2021 г.**

**ТАБЛИЦЫ В ПРИЛОЖЕНИЯХ выполняются, представляются и оформляются так, как это было указано для первого и второго разделов!**