**Требования к содержанию, структуре и оформлению**

Эссе – это прозаическое произведение небольшого объема, написанное в соответствии с заданной структурой и в строгом соответствии с темой (темы эссе представлены в Приложении No 3). Эссе отражает субъективную точку зрения автора, основанную на анализе теоретических и аналитических материалов.

Объем эссе (без мотивационного письма) – не более 4 страниц (около 1 000 слов) без учета списка источников. объем мотивационного письма составляет не более 1 страницы – не более 1 страницы (200-250 слов).

**Структура эссе**

1. Вводная часть (около 1/5 части текста). Автор определяет проблему и показывает умение выявлять причинно-следственные связи, отражая их в методологии решения поставленной проблемы через систему целей, задач и т.д.

2. Основная часть (около половины текста) – рассуждение и аргументация. В этой части необходимо представить релевантные теме концепции, суждения и точки зрения, привести основные аргументы «за» и «против» них, сформулировать свою позицию и аргументировать ее.

3. Заключительная часть (примерно 1/3 часть текста) – формирование выводов, приложение выводов к практической области деятельности.

Примечание. Концевые сноски не входят в общий объем эссе.

Оформление текста:

1. Редактор Word, расширение файла doc, docx.
2. Формат: 210х297 мм (А4).
3. Поля: верхнее – 2 см, нижнее – 2 см, левое – 3 см, правое – 1,5 см. Шрифт: Times New Roman.
4. Кегль: 14.
5. Отступ: 1,25 см.
6. Межстрочный интервал: одинарный.
7. Выравнивание текста: по ширине.
8. Сноски: концевые.
9. Нумерация страниц: автоматическая, номер страницы – внизу, справа. Первая страница не нумеруется.
10. Печать – одна страница на листе, только с одной стороны листа.

Оформление списка литературы:

1. Список литературы должен содержать только те источники, на которые автор ссылается в эссе.
2. Ссылка на источники оформляется как концевая ссылка и выступает в качестве списка литературы, в котором авторы указываются не по алфавиту, а по мере упоминания.
3. Оформление источников в тексте концевой ссылки.

а) Один автор: Иванов С.Е. Название: тип (например, монография, учеб. пособие, учебник,

дисс., автореф. дис. ... к.э.н. либо д-ра э.н.) Место, год издания. С. 0–00.

б) Несколько авторов: Иванов С.Е. и др. Название: тип / С.Е. Иванов, Л.А. Грух. Место, год издания. С. 0–00.

в) Без автора: Название: тип / Под ред. С.Е. Иванова. Место, год издания, С. 0–00.

г) Статья в сборнике / книге: Иванов С.Е. Название статьи // Автор(ы) сборника / книги (если есть). Название сборника: тип / книги. Место, год издания. С. 0–00.

д) Статья в журнале: Иванов С.Е. Название статьи // Название журнала. Год. Номер. С. 0–00. е) Статья в журнале / сборнике / книге, несколько авторов: Иванов С.Е. и др. Название статьи

// Название журнала, сборника, книги. Далее – в соответствии с пп. (г, д).

ж) Электронный ресурс: Иванов С.Е. Название [Эл. ресурс]: тип и т.д. Режим доступа: ... з) Электронный ресурс на иностранном языке: см. п. (ж), но вместо [Эл. ресурс] – [Online]. и) Источники на иностранном языке оформляем так же, как и на русском. Слова (и др.) оформляются: на англ. – et al., на нем. – u.a.; (вып.) – Vol.; (С.) – P.; (редактор(ы)) – ed., eds.

Примечание. Москва – М.; Санкт-Петербург – СПб.; Ленинград – Л.; Ростов-на-Дону – Ростов н/Д; Нижний Новгород – Н.Новгород. Остальные города – полностью.

**Критерии оценки эссе**

Эссе оценивается по следующим критериям:

* соответствие формальным требованиям (оформление эссе, оформление ссылок, количество страниц / слов, мотивационное письмо);
* общая логика и стиль изложения;
* степень соответствия теме и оценка того, насколько тема раскрыта;
* оценка аналитической составляющей эссе (качество используемых аргументов, примеров, фактов, статистических данных, результатов исследований);
* обоснованность выводов;
* результаты проверки в системе «Антиплагиат».

Оценки, полученные по каждому критерию, суммируются. Общая оценка за эссе формируется комиссией. Работы с долей оригинального текста менее 80 % (по результатам проверки в системе «Антиплагиат») оцениваются в ноль баллов.

**Некоторые подсказки**

Что важно в эссе?

1. Опора на источники, монографии, статьи, учебники, лекции (перечислены в порядке значимости). Прежде чем сделать ссылку на электронный ресурс в Интернете, убедитесь, что сайт (автор статьи), на который Вы хотите сослаться, действительно является авторитетным, принадлежащим известному вузу или научной школе.

2. Анализ концепций, подходов, методов и результатов исследований.

3. Демонстрация понимания сложности проблемы.

4. Логичность размышления.

5. Обоснованность позиции автора.

6. Эмоциональная нейтральность.

**Темы эссе:**

1.Новые методы маркетинговых исследований, практика их применения и ограничения.

2. Актуальные подходы к сегментированию.

3. Использование возможностей CRM-систем для маркетинговых задач.

4. Полевые эксперименты в маркетинге: области применения, дизайн, анализ результатов,

инсайты.

5. Выявление паттернов потребительского поведения на основе моделей дискретного выбора.

6. Особенности использования мультиканальности в маркетинге.

7. Маркетинговая аналитика и вероятностные модели.

8. Особенности интеграции онлайн и оффлайн коммуникаций в маркетинге.

9. Методы машинного обучения в маркетинге: области применения, основные алгоритмы,

полученные результаты.

10. Структурное моделирование рынков: возможности для маркетинговой аналитики.