

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 09.04.2024 17:47:54

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

«22» февраля 2024 г.

 С.С. Юров

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ по подготовке и оформлению курсовой работы

Для направления подготовки:

38.03.02 Менеджмент

(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль):

«Международный бизнес и предпринимательство»

Типы задач профессиональной деятельности:

организационно-управленческий; предпринимательский

Форма обучения:

очная, очно-заочная

Москва – 2024

Разработчик(и):

Мальцева Елена Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

«19» февраля 2024 г.



(подпись) /Е.С. Мальцева /

Рецензент:

Бронникова Евгения Михайловна, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«19» февраля 2024 г.



(подпись) /Е.М. Бронникова /

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ



(подпись) /Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой разработчика РПД



(подпись) / Е.С. Мальцева /

Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры менеджмента и маркетинга

Протокол заседания кафедры № 07 от «20» февраля 2024 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
1.1. Выбор темы курсовой работы	5
1.2. Руководство курсовой работой	5
1.3. План и график выполнения курсовой работы.....	5
1.4. Написание текста курсовой работы	6
1.5. Оформление курсовой работы	8
1.6. Защита курсовой работы и критерии ее оценки	12
2. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ	13
2.1. Примерная тематика курсовых работ по дисциплине «Маркетинговые коммуникации»	13
2.2. Примерная тематика курсовых работ по дисциплине «Стратегический маркетинг» ...	14
3. ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И СОВРЕМЕННЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ».....	15
3.1. Учебная литература для дисциплины «Маркетинговые коммуникации»	15
3.2. Учебная литература для дисциплины «Стратегический маркетинг».....	16
3.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для дисциплины «Маркетинговые коммуникации»	16
3.4. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для дисциплины «Стратегический маркетинг»	17
Приложение 1	18

ВВЕДЕНИЕ

Курсовая работа является одним из обязательных видов процесса обучения и имеет большое значение как с точки зрения углубления теоретических знаний, так и формирования навыков учебно-исследовательской работы студента, навыков самостоятельной работы и самостоятельного исследования по одной из актуальных проблем по соответствующей дисциплине.

В соответствии с учебными планами курсовая работа выполняется студентами в течение учебного семестра и выносится на публичную защиту в период зачетной недели, предваряющей экзаменационную сессию.

Курсовая работа – это самостоятельная разработка конкретной темы небольшого объема с элементами научного анализа, отражающая приобретенные студентами теоретические знания и практические навыки, умение работать с учебной и монографической литературой, анализировать источники, делать обстоятельные и аргументированные выводы, умения отстаивать свою точку зрения и полученные в работе выводы во время публичной защиты.

Цель курсовой работы:

- закрепить, углубить и расширить теоретические знания студента;
- овладеть навыками самостоятельной работы;
- развить умения формулировки аргументированных выводов и предложений по исследуемой проблеме;
- выработать умения публичной защиты.

Курсовая работа является самостоятельной научной работой студента. Она не должна походить на доклад или реферат по теме. В связи с этим к курсовым работам применяются следующие требования:

- работа должна быть выполнена на конкретную тему по ранее утвержденному плану;
- для выполнения работы необходимо изучение современной учебной литературы, монографий и научных статей, опубликованных в ведущих отечественных и (или) зарубежных журналах, опыта деятельности организаций по профилю темы работы;
- курсовая работа должна свидетельствовать о том, что ее автор владеет теоретическими и методическими основами исследования;
- курсовая работа должна соответствовать изложенным далее требованиям относительно объема, структуры работы, и в то же время содержать элементы творческого подхода к решению тех или иных вопросов темы;
- оформление курсовой работы должно соответствовать требованиям, изложенным в п.1.5. настоящих рекомендаций.

1. ПОДГОТОВКА КУРСОВОЙ РАБОТЫ

1.1. Выбор темы курсовой работы

Студент имеет право выбрать одну из тем курсовых работ. Выбор темы осуществляется студентом самостоятельно с учетом научных интересов, актуальности темы, ее практической значимости, наличия литературы и нормативного правового обеспечения. Обучающийся может выбрать тему работы, как из списка тематики курсовых работ, предлагаемых кафедрой, так и сформулировать, и предложить свою тему с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки для практического применения в соответствующей области профессиональной деятельности с обязательным согласованием у ведущего преподавателя.

1.2. Руководство курсовой работой

Назначение руководителей курсовой работы осуществляется из числа преподавателей кафедры, за которой закреплена соответствующая дисциплина: профессоров, доцентов, старших преподавателей.

Основными функциями руководителя курсовой работы являются:

- консультирование по вопросам содержания и последовательности выполнения курсовой работы;
- разработка совместно со студентами основных вопросов и направлений, которые рекомендуется раскрыть (данные вопросы являются основой работы, но студент может по своему усмотрению расширить и дополнить их);
- рекомендации студенту в подборе необходимой литературы и материала;
- контроль хода выполнения курсовой работы;
- проверка готовой работы в системе «Антиплагиат» на правомерность заимствования;
- подготовка рецензии на курсовую работу с указанием предварительной оценки.

1.3. План и график выполнения курсовой работы

Существует два возможных варианта плана работы: простой и развернутый.

Простой план, как правило, включает в себя введение, 3-4 пункта плана (вопроса, раскрывающего тему), заключение и список литературы.

Развернутый план помимо вышеизложенного предполагает выделение подпунктов к каждому пункту плана. При этом если первый пункт (вопрос) плана содержит 2-3 подпункта, то и последующие пункты должны детализироваться соответствующим числом подпунктов.

При составлении плана курсовой работы рекомендуется совместно с преподавателем (руководителем курсовой работы) обсудить основные вопросы и направления, которые необходимо раскрыть в работе.

Следует исходить из того, что правильное составление плана приведет к успешному выполнению работы и достижению поставленной цели. При разработке плана следует учитывать, что работа должна состоять из трех частей: теоретической (анализ теоретических основ исследуемой проблемы), аналитической (анализ данных или

процессов по исследуемой проблеме с выводами по результатам исследования) и практической (выработка конкретных, обоснованных рекомендаций).

Большое значение для успешного написания курсовой работы имеет строгое соблюдение графика ее выполнения. График является вспомогательным организационным документом, определяющим общую последовательность и сроки выполнения работы, как по этапам, так и в целом.

Таблица 1. График выполнения курсовой работы

№	Наименование этапа	Сроки выполнения
1.	Выбор темы	1-3 неделя семестра
2.	Подбор и изучение литературы	2-3 неделя семестра
3.	Составление окончательного варианта плана работы	3 неделя семестра
3.	Формирование списка литературы, подбор необходимых данных по проблеме исследования	4-6 неделя семестра
4.	Изложение основной части курсовой работы, консультации с преподавателем	6-11 недели семестра
5.	Написание введения и заключения, редактирование основной части работы с учетом замечаний преподавателя. Окончательное оформление работы	12 неделя семестра
6.	Предоставление готовой работы преподавателю на проверку	13 неделя семестра
7.	Защита курсовой работы	Зачетная неделя семестра

1.4. Написание текста курсовой работы

Подготовка к выполнению курсовой работы предполагает подбор материала (в том числе работу с электронной библиотечной системой). Начинать работу следует с учебной литературы, рекомендованной в соответствующей рабочей программе дисциплины и непосредственно преподавателем-руководителем курсовой работы.

При написании курсовой работы материал следует излагать четко и логически последовательно. Все разделы курсовой работы должны быть связаны между собой. Особое внимание следует обращать на логические переходы от одного раздела к другому, от параграфа к параграфу.

При написании курсовой работы не допускается применение оборотов разговорной речи, сленга и т.п. Курсовая работа не должна иметь грамматических, пунктуационных, стилистических ошибок, опечаток.

Минимальный объем курсовой работы составляет 25 страниц текста, не включая титульный лист, лист содержания, список литературы и приложения.

Во **введении** дается общая характеристика курсовой работы, обосновывается актуальности выбранной темы, её цель, задачи, объект, предмет и методы исследования, проводится анализ литературы. Цель курсовой работы, как правило, созвучна с ее названием. Например: если тема: «Особенности разработки коммуникационной стратегии компании на рынке B2B», то ее **целью** будет выявление особенностей разработки

коммуникационной стратегии компании на рынке B2B. Для достижения цели необходимо определить задачи исследования. Например:

1. Раскрыть сущность коммуникационной стратегии.
2. Выделить основные этапы разработки коммуникационной стратегии.
3. Осуществить сравнительный анализ процесса разработки коммуникационной стратегии для B2B и B2C.
4. Выявить особенности процесса разработки коммуникационной стратегии компании на рынке B2B».

Объект - коммуникационная стратегия компании (не процесс). (Аналогия: объект - стол). **Предметом** будет являться специфика процесса разработки коммуникационной стратегии компании на рынке B2B. (Аналогия: предмет - особенности технологии изготовления круглого стола).

Основная часть курсовой работы содержит, как правило, две или три главы. Главы могут состоять из параграфов, параграфы на составные части не подразделяются.

Содержание основной части должно соответствовать избранной теме и раскрывать её. Основная часть курсовой работы должна:

- отразить знание рассматриваемой темы;
- соответствовать действующим нормативным правовым актам, регулирующим вопросы по избранной теме;
- не иметь терминологических ошибок;
- содержать расчеты (если требуется), оценку показателей, характеризующих исследуемые процессы (при необходимости);
- отразить умение проводить самостоятельный анализ и выявлять проблемы по избранной теме.

В **первой главе** курсовой работы определяются теоретические аспекты темы: содержание понятий, их классификации, принципы, формы и методы и т. д. При написании теоретической части следует опираться на учебную и научную литературу, а также публикации в научных и периодических изданиях. В данной части необходимо изложить теоретическую основу исследуемой проблемы, рассмотреть различные подходы к ее решению, дать их оценку, изложить и обосновать собственную точку зрения.

Во **второй главе** (аналитическая часть) осуществляется анализ процесса или деятельности объекта исследования, обобщается и дается оценка результатов анализа, формируются выводы и предложения по решению проблемных вопросов в исследуемой области.

Анализ целесообразно сопровождать сравнительными или статистическими таблицами и рисунками: схемами, графиками, диаграммами.

В **третьей главе** (практическая часть) раскрываются разработанные рекомендации и практические предложения, подтверждающие достижение цели исследования.

Заключение курсовой работы является ее завершающей частью, которая содержит выводы и предложения, полученные в ходе исследования, авторскую оценку работы с точки зрения решения задач, поставленных в курсовой работе. Объем заключения - 1-2 страницы.

Список литературы должен содержать сведения о нормативных правовых актах, учебных, методических и научных изданиях (на русском и иностранном языках), публикациях в периодической печати, а также базах данных, информационно-справочных системах и Интернет-ресурсах, использованных студентом в ходе выполнения курсовой работы.

1.5. Оформление курсовой работы

Курсовая работа должна быть набрана на компьютере в соответствии со следующими требованиями:

- шрифт Times New Roman;
- размер шрифта - 14 pt;
- межстрочный интервал - 1,5;
- поля: слева - 3 см, справа – 1,5 см, сверху и снизу - 2 см;
- абзацный отступ – 1,25 см
- выравнивание текста - «по ширине».

Текст каждой главы начинается с новой страницы. Это же правило относится и к другим основным структурным частям работы: введению, заключению, списку литературы, приложениям.

Внутри одной главы параграфы следуют один за другим, не переносятся на новую страницу.

Нумерация страниц текста должна быть сквозной, первой страницей является титульный лист (см. Приложение 1), номер на котором не ставится. На последующих страницах номер проставляется арабскими цифрами внизу, справа, шрифт Times New Roman - 11 pt. Второй лист - содержание.

Все рисунки: диаграммы, схемы, гистограммы, фотографии и т.п. обозначаются «Рис.», таблицы – словом «Таблица», с указанием номера. Нумерация рисунков и таблиц осуществляется последовательно по всему тексту курсовой работы.

Диаграммы, схемы, гистограммы, графики и т.п. выполняются непосредственно в работе, с применением инструментов Microsoft Office.

Рисунки, которые можно вставить картинками это, например, логотип компании, фото интерьера магазина и т.п. Но, обратите внимание, что Рисунки, которые не имеют прямого смыслового отношения к тексту работы, переносятся в Приложения.

Заголовок таблицы помещается после слова «Таблица» над соответствующей таблицей с выравниванием «по левому краю», начинается с прописной буквы и выделяется курсивом. Подчеркивать заголовки не следует. Точка в конце заголовка не ставится. Таблицу рекомендуется помещать после первого упоминания о ней в тексте.

Названия верхней строки таблицы должны находиться на одной странице с таблицей. При переносе части таблицы на следующую страницу необходимо указать «Продолжение Таблицы (номер таблицы)» с выравниванием по правой стороне. Шрифт текста в таблице - Times New Roman, размер - 12 pt, межстрочный интервал - 1,15.

Таблицы размером более 1 страницы переносят в приложения.

Образец оформления таблицы:

Таблица 1. *Основные цели коммуникационных стратегий*

Цель	Содержание
Конвенциональная	Четкое позиционирование товара, формирование восприятия бренда целевой аудиторией, разработка коммерческого предложения в соответствии с профилем и потребностями целевой аудитории.
Конфликтная	Содействие устранению разногласий между товаром, брендом и целевой аудиторией, нейтрализация негатива
Манипуляционная	Управление сознанием потребителей с целью повышения приверженности и лояльности клиентов товарам определенного бренда.
Информационная	повышение узнаваемости бренда, информированности целевой аудитории о товаре, донесение сообщений до определенных групп потребителей

Заголовок рисунка помещается сразу после слова «Рис.» под соответствующим рисунком с выравниванием «по левому краю» без абзацного отступа, начинается с прописной буквы и выделяется курсивом. Шрифт текста в рисунке (диаграммы, схемы, графика) - Times New Roman, размер - 12 pt, межстрочный интервал-1, или 1,15.

Образец оформления рисунка:



Рис. 1. *Маркетинговая работа OCS*



Рис. 2. Показатели выручки OCS за 2017-2021 гг., млрд. руб.

Рисунок не должен занимать более 1/3 страницы. В исключительных случаях разрешается его объем увеличивать до 1/2 страницы. Если размер рисунка превышает данные требования, либо при его уменьшении информация, размещенная в нем, становится «не читаемой», то такой рисунок (схему, диаграмму, график) переносят в приложение и увеличивают до необходимого для его прочтения размера.

Рисунки и таблицы необходимо размещать в рамках полей основного текста.

Ссылки на используемую литературу

В курсовой работе необходимо делать ссылки на использованную литературу и источники. При написании текста работы используется затекстовая ссылка. Она размещается в конце цитируемого или излагаемого материала другого автора, оформляется в квадратных скобках. Первая цифра указывает на порядковый номер издания в списке литературы, вторая цифра на номер страницы (или их диапазон), например: [23, с.50], [23, с.50-53].

Общие правила цитирования

Текст цитаты заключается в кавычки и приводится в той грамматической форме, в какой он дан в источнике, с сохранением особенностей авторского написания. Цитирование должно быть полным, без произвольного сокращения цитируемого фрагмента и без искажения смысла. Пропуск второстепенных слов, не влияющих на смысл, обозначается многоточием. Не следует злоупотреблять цитатами. Оптимальное количество цитат в тексте – не более двух на странице. Каждая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник, откуда она была позаимствована.

Список литературы

Используемые источники располагаются в следующем порядке **с использованием сквозной нумерации**:

- нормативные правовые акты (в порядке значимости),
- научная и учебная литература (в алфавитном порядке по фамилии первых авторов или заглавий изданий (если автор не указан);
- источники на иностранных языках (указывается в латинском алфавите и размещается после перечня литературы на русском языке);
- ресурсы Интернет.

Примеры оформления списка литературы

Оформление нормативно-правовых актов

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть первая) Федеральный закон принят 30.11.1994 года № 51 - ФЗ (с изм. и доп.) // Российская газета. - №2 от 12.01.2022.

Оформление книг

одного, двух или трех авторов:

1. Синяева И.М. Маркетинг торговли: учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев; под ред. Л.П. Дашкова. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2019. – 750с.

2. Чернопятов А.М. Маркетинг: учебник: / А.М. Чернопятов. – 2-е изд., стер. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 439 с.

более трех, авторов:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / В.Т. Гришина, Л.А. Дробышева, Т.Л. Дашкова [и др.]; под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. – 9-е изд. – Москва: Дашков и К, 2018. – 446 с.

При оформлении **электронной книги**, пользуются теми же правилами что и для оформления книг, но с указанием **режима доступа, ссылкой на источник и датой обращения**.

1. Фомичев, А. Н. Стратегический менеджмент : учебник / А. Н. Фомичев. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 468 с. : ил., табл., схем., граф. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621638> (дата обращения: 16.01.2022). – Текст: электронный.

Оформление статей из журналов / газет

1. Варламова Т.П. Ипотечное кредитование в России: история и современное состояние / Т.П. Варламова // Поволжский торгово-экономический журнал. - 2014. - № 5 (39). - С. 42-50.

Оформление электронных источников (ресурсов).

1. Федеральная служба государственной статистики: Официальный сайт [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики. - 1995-2024. - URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 16.01.2024).

Приложения к курсовой работе располагаются после списка литературы. В тексте необходимо дать ссылки на приложения. Приложения должны быть пронумерованы в той последовательности, в которой на них дается ссылка в основной части курсовой работы. Порядковые номера приложений должны соответствовать последовательности их упоминания в тексте. Слово «*Приложение*», с указанием соответствующей нумерации, располагается в правом верхнем углу с выравниванием «по правому краю». В приложения можно включать первичный исследовательский материал: анкеты, статистические данные, формы договоров, копии конкретных соглашений, исполнительных документов, расчеты,

таблицы, рисунки и другие вспомогательные материалы. Их наличие и качество свидетельствуют о глубине проработки материала по избранной теме, а также являются подтверждением обоснованности выводов и предложений.

Нумерация страниц приложений не производится. Количество страниц в приложениях не входит в общий объем страниц курсовой работы.

Оформленная курсовая работа предоставляется преподавателю для проверки. В случае, если есть существенные замечания, работа возвращается студенту на доработку. Если замечания не значительные, работа может быть допущена к защите с учетом замечаний. В этом случае студент приходит на защиту с правом ответить на замечания во время защиты и прилагает (в случае если это необходимо) дополнительные документы и текстовые страницы, которые вкладываются в работу.

1.6. Защита курсовой работы и критерии ее оценки

Окончательная оценка за курсовую работу выставляется по результатам ее защиты, в ходе которой студент должен продемонстрировать углубленное понимание вопросов темы, готовность объяснить любые приведенные в тексте положения.

Защита курсовой работы проводится публично в присутствии группы. Студент выступает с кратким выступлением о результатах работы (не более 5 мин.), после чего присутствующие (студенты, руководитель курсовой работы и (или) комиссия) в устной форме задают вопросы. При ответах на вопросы студент может пользоваться своей курсовой работой. Автор отвечает на замечания руководителя курсовой работы и присутствующих студентов, высказанные в ходе обсуждения проблемы.

При оценивании работы учитывают: содержание и качество защиты; грамотность и стиль изложения; самостоятельность работы; оригинальность; знание понятий и категорий по теме исследования; логику и полноту ответов на заданные вопросы; соответствие оформления курсовой работы установленным требованиям.

Оценку «отлично» получают работы, содержащие элементы научного творчества, аргументированные оценки и самостоятельный анализ фактического материала на основе глубокого знания литературы по представляемой теме. Исследование выполнено самостоятельно, имеет научно-практический характер, содержит элементы новизны. Студент показал знание теоретического материала по рассматриваемой проблеме, умение анализировать, аргументировать свою точку зрения, делать обобщение и выводы. Материал излагается грамотно, логично, последовательно. Оформление отвечает требованиям написания курсовой работы. Во время защиты студент показал умение кратко, доступно (ясно) представить результаты исследования, адекватно ответить на поставленные вопросы.

Оценка «хорошо» ставится в случае, если исследование выполнено самостоятельно, имеет научно-практический характер, содержит элементы новизны. Студент показал знание теоретического материала по рассматриваемой проблеме, однако умение анализировать, аргументировать свою точку зрения, делать обобщения и выводы вызывают у него затруднения. Материал не всегда излагается логично, последовательно. Имеются недочеты в оформлении курсовой работы. Во время защиты студент показал умение кратко, доступно (ясно) представить результаты исследования, однако затруднялся отвечать на поставленные вопросы.

Оценка «удовлетворительно» ставится в том случае, если исследование не содержит элементы новизны. Студент не в полной мере владеет теоретическим материалом по рассматриваемой проблеме, умение анализировать, аргументировать свою точку зрения, делать обобщение и выводы вызывают у него затруднения. Материал не всегда излагается логично, последовательно. Имеются недочеты в оформлении курсовой работы. Во время защиты студент затрудняется в представлении результатов исследования и ответах на поставленные вопросы.

Оценка «неудовлетворительно» ставится в том случае, если студент не отвечает на замечания преподавателя, не владеет материалом работы, не может объяснить содержащиеся в ней выводы.

Студенты, не представившие курсовую работу в срок или не получившие положительную оценку при защите, к экзамену по данной учебной дисциплине не допускаются.

2. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

2.1. Примерная тематика курсовых работ по дисциплине «Социокультурная экономика»

1. Влияние культурных особенностей на развитие экономики в различных странах
2. Социокультурные факторы как основа формирования потребительского спроса
3. Роль социокультурных тенденций в формировании маркетинговой стратегии компании
4. Экономическое влияние социокультурных изменений на рынок труда
5. Взаимосвязь между социокультурным развитием и инновационными процессами в экономике
6. Подходы к измерению культуры. Качественные и количественные методы.
7. Социокультурные особенности России
8. Этнические факторы и их влияние на бизнес-процессы и предпринимательство
9. Социокультурные аспекты женского предпринимательства и их влияние на экономику
10. Вклад молодежи в развитие социокультурной экономики
11. Основные факторы стабильности культуры
12. Основные факторы относительной изменчивости культуры
13. Влияние религиозных убеждений на экономическое поведение и принятие решений
14. Культурные особенности в сфере финансов и их влияние на экономику
15. Социокультурный анализ потребительского поведения в условиях глобализации
16. Инновационные подходы к социокультурной экономике: цифровые технологии и социальные сети
17. Долгосрочные проблемы случайного выбора: проблема институциональной инерции (колеи)
18. Проблема преодоления институциональной инерции в России
19. Социокультурные аспекты устойчивого развития бизнеса и экономики
20. Гендерный аспект в социокультурной экономике: равенство между полами на рабочем месте
21. Обобщенная гипотеза развития Норга — Уоллиса — Вайнгаста

22. Социокультурные основы потребительского поведения в условиях кризиса
23. Этнические меньшинства в экономике: проблемы и перспективы
24. Социокультурные аспекты корпоративной культуры и их влияние на успех организации
25. Ритуалы, символы и традиции как факторы взаимодействия социокультурной экономики
26. Влияние культуры на экономику: возможности использования конкурентных преимуществ, обусловленных культурой
27. Влияние миграционных процессов на социокультурную экономику
28. Возможности использования культурного капитала
29. Социокультурные особенности потребителей и маркетинговые стратегии в условиях изменяющегося мира
30. Целенаправленное изменение культуры: институты социализации

2.2. Примерная тематика курсовых работ по дисциплине «Корпоративные финансы»

1. Управление собственным капиталом с целью повышения финансовой устойчивости корпорации
2. Политика привлечения и использования корпорацией заемных средств
3. Управление доходами и расходами корпорации
4. Инвестиционная политика в промышленных российских корпорациях
5. Особенности организации корпоративных финансов в торговле
6. Кредитная политика и ее влияние на платежеспособность корпорации
7. Эмиссия ценных бумаг как способ мобилизации финансовых ресурсов (российский и зарубежный опыт)
8. Управление финансированием воспроизводства основных фондов корпорации
9. Управление финансированием оборотных активов корпорации
10. Денежные потоки корпорации: оценка и управление
11. Управление финансовыми рисками корпорации
12. Формирование оптимальной структуры капитала корпорации (российский и зарубежный опыт)
13. Стоимость капитала корпорации и методы ее оценки
14. Методы оценки вероятности банкротства корпорации (российский и зарубежный опыт)
15. Использование операционного анализа в управлении текущими затратами и прибылью корпорации
16. Управление дебиторской и кредиторской задолженностью в корпорации
17. Операционный, производственный и финансовый циклы оборотного капитала корпорации: оценка и управление
18. Финансовые инвестиции и управление портфелем ценных бумаг корпорации
19. Планирование и прогнозирование прибыли корпорации
20. Особенности организации финансов публичного общества
21. Особенности финансовой деятельности строительной корпорации
22. Лизинг как альтернативный источник финансирования внеоборотных активов корпорации
23. Текущие финансовые потребности корпорации: формирование и управление
24. Оперативное и текущее финансовое планирование в корпорации
25. Политика финансирования активов в промышленных корпорациях
26. Управление финансовыми результатами корпорации
27. Дивидендная политика и справедливая стоимость корпорации

28. Оценка риска и доходности финансовых активов корпорации
29. Деловая активность корпорации: оценка и управление
30. Управление инвестиционной привлекательностью корпорации
31. Эффективность деятельности корпорации: оценка и управление
32. Бюджетирование в корпорации как технология управленческого процесса
33. Долгосрочное финансовое планирование и прогнозирование в корпорации
34. Управление денежными активами корпорации
35. Финансовая политика корпорация: стратегия и тактика
36. Производственный, финансовый и совокупный рычаги как инструменты управления в корпорации

3. ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И СОВРЕМЕННЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

3.1. Учебная литература для дисциплины «Социокультурная экономика»

1. Аузан А.А., Никишина Е.Н. (2021) Социокультурная экономика: как культура влияет на экономику, а экономика — на культуру: курс лекций. М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, — 200 с. Режим доступа: – URL: <https://lib.samtuit.uz/uploads/files/61e53872a36981.58858458.pdf>
2. Минервин, И. Г. Культура и этика в экономике : социокультурные факторы экономического роста / И. Г. Минервин. – Москва : Институт научной информации по общественным наукам (ИНИОН) РАН, 2011. – 245 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=132438>
3. Лихолетова, Н. В. Экономическая культура и основы финансовой грамотности : учебник : [16+] / Н. В. Лихолетова, И. Н. Олейникова ; Донской государственный аграрный университет. – Таганрог : Донской государственный аграрный университет, 2022. – 258 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701321>
4. Экономическая культура и финансовая грамотность : учебное пособие : [16+] / Е. П. Севастьянова, В. П. Горячев, Н. Н. Кузьмина [и др.] ; Сибирский федеральный университет. – Красноярск : Сибирский федеральный университет (СФУ), 2022. – 176 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705612>
5. Горбунова, Н. В. Разнообразие культур и история межкультурного взаимодействия : учебное пособие : [16+] / Н. В. Горбунова ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2021. – 159 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=693157>
6. Багана, Ж. Национальные особенности межкультурной коммуникации : теория и практика : учебное пособие : [16+] / Ж. Багана, Н. И. Дзенс, Ю. Н. Мельникова. – Москва : ФЛИНТА, 2020. – 384 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=603170>

3.2. Учебная литература для дисциплины «Корпоративные финансы»

1. Корпоративное финансовое планирование и бюджетирование : учебное пособие : [16+] / Е. П. Томилина, И. И. Глотова, Б. А. Доронин [и др.] ; Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет (СтГАУ), 2022. – 152 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=700769>
2. Нешитой, А. С. Финансы : учебник / А. С. Нешитой. – 12-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 352 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573339>
3. Финансовая стратегия, планирование и бюджетирование : учебное пособие : [16+] / И. А. Белолипец, И. И. Лукина, А. С. Кабирова, Д. В. Чувилин ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – 2-е изд., перераб. – Москва : Прометей, 2021. – 192 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=690627>
4. Ларионов, И. К. Корпоративный механизм хозяйствования : синергия взаимодействия денежно-ценовых и организационно-управленческих составляющих / И. К. Ларионов, И. И. Ларионова. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 306 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698359>
5. Корпоративное управление : учебное пособие : [16+] / Е. П. Томилина, И. И. Глотова, Б. А. Доронин [и др.] ; Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет (СтГАУ), 2022. – 220 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=700770>

3.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для дисциплины «Социокультурная экономика»

1. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me
7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям
8. <https://lib.samtuit.uz/uploads/files/61e53872a36981.58858458.pdf> – А. А. Аузан, Е. Н. Никишина, курс лекций «Социокультурная экономика: как культура влияет на экономику, а экономика — на культуру»
9. <https://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp> - сайт Всемирного исследования ценностей. World Values Survey (WVS) — это международная исследовательская программа, посвященная научному и академическому изучению социальных, политических, экономических, религиозных и культурных ценностей людей в мире.

10. <https://europeanvaluesstudy.eu/> - «Европейское исследование ценностей» — это крупномасштабная межнациональная и продольная исследовательская программа по основным человеческим ценностям. Он дает представление об идеях, убеждениях, предпочтениях, отношениях, ценностях и мнениях граждан по всей Европе. Это уникальный исследовательский проект о том, как европейцы думают о жизни, семье, работе, религии, политике и обществе.

3.4. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для дисциплины «Корпоративные финансы»

1. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me
7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям
8. <https://www.tandfonline.com/> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний
9. <https://arb.ru/> - официальный сайт Ассоциации российских банков
10. <http://sf-rf.ru/> - официальный сайт Союза финансистов России
11. <https://www.economy.gov.ru/> - официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации
12. <https://minfin.gov.ru/> - официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации
13. <https://www.minfin.ru/ru/statistics/> - база данных о финансово-экономических показателях Российской Федерации
14. https://www.wto.org/english/res_e/res_e.htm - база данных ВТО
15. <https://www.vsemirnyjbank.org/ru/home> - Ресурсы Всемирного банка (World Bank):
16. "World Development Indicators" - статистические сведения (более 570-ти показателей мирового развития). Временные ряды представлены с 1960 г. для 208-ми стран. Экономические, социальные, финансовые показатели.
17. <https://wiiw.ac.at/> - Венский институт международных экономических исследований (Weiner Institut fur Internationale Wirtschaftsvergleiche) занимается анализом экономической ситуации в странах Центральной и Восточной Европы, СНГ и Балканского региона.
18. <https://www.ceicdata.com/en> - Глобальная база данных CEIC представляет собой статистическую базу данных по макроэкономике стран всего мира, а также отдельно взятые базы данных по каждой стране
19. www.eur.ru - Библиотека экономической и управленческой литературы

**АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль):
Международный бизнес и предпринимательство

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине: Корпоративные финансы
на тему: «Управление финансовыми рисками корпорации»

Выполнила:
студентка 2 курса
очной формы обучения
Иванова Любовь Сергеевна

Проверил:
к.э.н., доцент
Бронникова Евгения
Михайловна

Москва, 202__