

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-ОСЕТИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ КОСТА ЛЕВАНОВИЧА ХЕТАГУРОВА»



**Учебно-методическое пособие
по написанию, оформлению и защите курсовых работ
для студентов направления 38.03.02 – Менеджмент**



ВЛАДИКАВКАЗ
2022

ББК 65

У 91

У 91 **Учебно-методическое пособие по написанию, оформлению и защите курсовых работ для студентов направления 38.03.02 – Менеджмент:** учебно-методическое пособие. – Электрон. текстовые дан. – Владикавказ: ИПЦ Сев. Осет. гос. ун-т им. К. Л. Хетагурова, 2022. – 3,12 Мб.: 1 эл. опт. диск (CD-ROM).

Составители: кандидат педагогических наук, доцент **Герасименко Н.А.;**
кандидат экономических наук, доцент **Бекмурзаева З.Х.**

Редактор: кандидат экономических наук, доцент **Дзагоев С.Ф**
Рецензент: кандидат экономических наук, доцент **Кучиева И.Х.**

Данное пособие призвано облегчить студентам работу по написанию курсовых работ. Его задача – научить их работать с литературными источниками, ознакомить с методикой подготовки к исследовательской работе, ее планированием и выполнением, дать рекомендации по сбору и обобщению фактического материала и правильного оформления курсовой работы.

Учебно-методическое пособие по написанию, оформлению и защите курсовых работ. предназначено для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 - Менеджмент (бакалавриат).

Утверждено научно-методическим советом ФГБОУ ВО «СОГУ».

Минимальные системные требования:

- операционная система Windows 2000/XP/Vista/7/8/10
- ОЗУ 256 Мб
- разрешение экрана 1024x768 с глубиной цвета 24 бит
- CD-ROM
- Adobe Acrobat Reader
- 3,12 Мб. свободного места на жестком диске

ББК 65

© ФГБОУ ВО «СОГУ», 2022



**СВЕДЕНИЯ О ПРОГРАММНОМ ОБЕСПЕЧЕНИИ,
КОТОРОЕ ИСПОЛЬЗОВАНО ДЛЯ СОЗДАНИЯ
ЭЛЕКТРОННОГО ИЗДАНИЯ:**

При создании сборника были использованы Web-технологии:
HTML, JavaScript, PHP, XML

**СВЕДЕНИЯ О ТЕХНИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКЕ МАТЕРИАЛОВ
ДЛЯ ЭЛЕКТРОННОГО ИЗДАНИЯ:**

Техническая обработка
Оригинал-макет подготовила

Е.В. Осипова
М.А. Гоконяева

Дата подписания к использованию 24.11.2022 г.
Тираж 300 экз. Заказ № 29.

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-ОСЕТИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ КОСТА ЛЕВАНОВИЧА ХЕТАГУРОВА»**

362025, Республика Северная Осетия-Алания,
г. Владикавказ, ул. Ватутина, д. 44-46



Содержание

1. Общие положения	5
2. Требования к содержанию курсовой работы	11
3. Структура курсовой работы	12
4. Содержание курсовой работы	13
5. Требования к оформлению курсовой работы	18
6. Срок сдачи и порядок защиты курсовой работы	25
7. Критерии оценки курсовой работы	26
8. Типичные ошибки в курсовых работах	26
9. Примерная тематика курсовых работ (проектов) по дисциплинам	28
9.1 «Теория менеджмента»	28
9.2 «Маркетинг»	32
<i>Приложение 1</i>	36
<i>Приложение 2</i>	38
<i>Приложение 3</i>	38
<i>Приложение 4</i>	41
<i>Приложение 5</i>	42

1. Общие положения

Курсовая работа является важнейшим элементом самостоятельной работы студентов. Курсовая работа – это содержательное, самостоятельное, выполненное под руководством преподавателя поисковое исследование. Оно выполняется в целях глубокого изучения одного из вопросов дисциплины.

Выполнение курсовой работы предусмотрено учебным планом и является одним из этапов подготовки студентов бакалавров. Материал, полученный студентом в процессе исследования, может быть использован при подготовке научного доклада на конференцию, написания научной статьи или подготовке выпускной квалификационной работы(проекта).

Целью курсовой работы курсовой работы является закрепление полученных теоретических знаний и практических навыков, формирование компетенций в процессе анализа и решения конкретных задач, поставленных в курсовой работе.

Курсовая работа является комплексной, исследовательской, она должна быть максимально приближенной к практической деятельности студента. Студент имеет возможность предложить новые решения и показать способность к творчеству, а также продемонстрировать умение описывать свои наблюдения, делать обоснованные выводы и аргументировано их доказывать.

Курсовая работа, выполняемая студентом под руководством ведущих преподавателей в области менеджмента и маркетинга, предполагает изучение информационных и нормативных источников, фундаментальной научной литературы, методической литературы, монографий, статей в периодических изданиях. В общем виде курсовая работа должна отражать современные достижения отечественной и зарубежной управленческой мысли,

основываться на теоретических положениях и фактических материалах.

В курсовой работе должны ставиться и решаться актуальные вопросы в области управления в производственной и непроизводственной сферах. В ней должны быть продемонстрированы навыки и умения студента анализировать управленческие проблемы, предлагать пути их разрешения, делать выводы. В общем виде курсовая работа должна отражать современные достижения отечественной и зарубежной управленческой мысли, основываться на теоретических положениях и фактических материалах.

Качество выполнения студентом курсовой работы будет свидетельствовать об уровне его специальной теоретической подготовки и практических навыков анализа экономической ситуации и принятия верного управленческого решения.

Задачи курсовой работы:

- обоснование актуальности и значимости темы работы;
- расширение и закрепление теоретических знаний, полученных при изучении дисциплин курса;
- обеспечение четкой взаимосвязи теоретических и практических аспектов поставленной проблемы при обосновании практической направленности рекомендаций и предложений, разработанных студентами в работе;
- обобщение полученных в результате проведенных исследований материалов и формулирование выводов и рекомендаций на основе самостоятельного анализа научных и методических источников;
- формирование навыков самостоятельной работы при обработке и анализе научной литературы и других источников по теме работы;

- освоение методов научного исследования;
- развитие аналитических способностей, умений структурировать материал и делать обоснованные выводы и рекомендации по рассматриваемой проблеме;
- формирование умений оценивать ситуацию и делать предложения по принятию управленческих решений;
- формирование навыков исследования, которые потребуются при выполнении выпускной квалификационной работы.

Тематика курсовых работ разрабатывается преподавателем дисциплины и утверждается на заседании кафедры.

Курсовая работа может быть представлена в виде письменной работы, выполненной каждым студентом в соответствии с предъявляемыми требованиями.

Для выполнения курсовой работы студенты могут объединяться в проектные рабочие группы по 2-3 человека. Формирование рабочих групп и распределение в них роли каждого осуществляется научным руководителем.

Проектным результатом рабочей студенческой группы может быть:

- оформленная в соответствии с предъявляемыми требованиями письменная научно-исследовательская работа или проект по закреплённой за группой теме;
- научно-исследовательская работа студентов, выполненная, в качестве заявки для участия в конкурсе научно-исследовательских работ или проектов регионального, всероссийского или международного уровня;
- научно-исследовательская работа студентов, оформленная в виде настенного стационарного или мобильного информационного стенда и размещённого в учебных или

административных корпусах вуза, на базах производственных и учебных практик, в иных местах по согласованию с руководителями и исполнителями. К данной форме выполнения курсовой работы, требования по оригинальности текста не применяются;

- научно-исследовательская работа студентов, оформленная в виде статьи и принятая к опубликованию в периодических изданиях;

- научно-исследовательская работа студентов, представленная в виде докладов на научных и научно-практических конференциях различного уровня, и принятая к опубликованию.

Работа над курсовой работой начинается с выбора темы, к которому следует отнестись очень ответственно. Тематика курсовых работ предлагается кафедрой. Она носит примерный характер. Студент, исходя из своих научных интересов, может, по согласованию с преподавателем, предложить собственную тему курсовой работы, которая должна соответствовать проблематике той дисциплины, в рамках которой работа выполняется.

Выбор темы работы должен основываться на первичном изучении содержания проблемы. Существенную помощь в выборе темы оказывает ознакомление с обзорами отечественной и зарубежной литературы. Только в этом случае он окажется осознанным, что является важной предпосылкой успешного написания работы.

Основная сложность при выборе темы может заключаться в том, что этот выбор и, отчасти, написание работы происходит в процессе изучения предмета, а не по его окончании. В связи с этим студенту целесообразно обратиться к консультациям преподавателя, который направит поиск студента в нужное русло,

но в то же время они не заменяют работы студента на стадии выбора темы.

На последующих консультациях преподаватель разъясняет вопросы, вызывающие у студента затруднения, корректирует и утверждает план выполнения работы, оказывает помощь в выработке методики проведения исследования и выборе литературы, дает консультации по возникающим в процессе подготовки курсовой работы вопросам.

Курсовая работа пишется самостоятельно, доступным, стилистически грамотным языком, в соответствии с требованиями, предъявляемыми к ее написанию и оформлению.

Руководитель оказывает научную и методическую помощь, систематически контролирует выполнение работы, вносит определенные коррективы, дает указание о целесообразности принятия того или иного решения. Он помогает разработать план курсовой работы; рекомендует необходимую литературу, справочные, статистические и другие источники по данной теме; проводит предусмотренные консультации; проверяет содержание выполненной работы.

В курсовой работе должны быть широко использованы первоисточники: статистические данные, справочные материалы, материалы периодической печати и др., в зависимости от специфики изучаемой проблемы, применение которых оформляется в виде постраничных сносок. Статистический и графический материал рекомендуется приводить как в тексте в виде таблиц и рисунков, так и оформлять в виде приложений с обязательным указанием источника информации, графический материал и таблицы необходимо сопровождать краткими выводами.

Курсовая работа выполняется на конкретных практических материалах предприятия (организации), отрасли, подотрасли (сферы деятельности).

Рассматриваемые в ней вопросы должны носить проблемный характер. Пути, способы их исследования могут различаться в зависимости от формы, вида и типа маркетинговых исследований, специфики поставленной в теме проблемы.

Выполняя курсовую работу, студент формирует навыки самостоятельной работы с экономической литературой, цитирования и ссылок на источники, умения грамотно, стройно и логически обоснованно излагать свои идеи, мысли, обобщать расчеты, строить графики, таблицы, диаграммы.

2. Требования к содержанию курсовой работы

1. Курсовая работа должна:

- носить характер самостоятельного исследования, выполненного лично студентом;
- представлять собой научную разработку конкретной практической проблемы;
- базироваться на фундаментальных трудах исследователей общих и специальных вопросов теории и практики;
- содержать конкретные научные выводы и предложения по дальнейшему развитию исследуемой проблемы;
- иметь все необходимые и неотъемлемые атрибуты и соответствующую структуру (введение, 2-3 главы (вопроса), заключение, список используемых источников, приложения), научный аппарат (актуальность, цели, задачи, методы), ссылки на источники, рисунки (схемы, графики, диаграммы), таблицы, приложения и т.п.).

2. При разработке темы дискуссионного характера, имеющей различные трактовки в научной литературе и, соответственно, различные, а иногда и прямо противоположные решения, студенту следует привести основные точки зрения (концепции), сопроводив их аргументацией, как сторонников, так и противников каждой, ссылаясь на источники. На основании проведенного анализа студент обязан высказать собственный взгляд на проблему, аргументировав его.

3. При выполнении курсовой работы студент обязан использовать самые современные материалы по исследуемому предмету, опубликованные в печати (не старше пяти лет с момента издания).

4. Курсовая работа должна содержать не менее 40%

оригинального текста и быть представлена в печатном виде (на компьютере).

3. Структура курсовой работы

Любая курсовая работа имеет свои отличительные особенности, вытекающие из своеобразия объекта исследования, наличия и полноты источников информации, глубины знаний студентов, их умений и навыков самостоятельной работы. Вместе с тем, каждая курсовая работа должна быть построена по общей схеме на основе данных методических указаний, отражающих современный уровень требований государственного стандарта к подготовке специалистов экономических специальностей.

Составление плана (оглавления) работы является вторым после выбора темы и важнейшим этапом её подготовки. Целесообразно разрабатывать его в два приёма:

I. Наметить основные блоки (главы), содержащие главные моменты темы, дать название блокам (Главам).

II. Провести детализацию каждого блока (главы), т.е. разделить на параграфы. Примерная структура плана (оглавления) указана далее.

Курсовая работа должна включать три основных блока - это изложение теоретического материала по изучаемой проблематике, изучение, анализ и получение выводов по практическому использованию управленческих технологий на предприятиях, в фирмах, компаниях или организациях, а также формирование рекомендательной части работы, сделанной студентом на основании проведенного исследования.

Первым этапом подготовки курсовой работой является подбор литературы, в ходе которого студенты выявляют все (или

максимально доступные) документальные и аналитические материалы по проблеме, и составление плана курсовой работы. От грамотно составленного плана зависит и содержание курсовой работы.

В ходе второго этапа происходит сбор документов и исследовательских материалов.

Третий этап включает в себя структурирование собранного материала, его четкую и логическую организацию.

Наконец, четвертый этап подразумевает собой написание самого текста работы.

Курсовая работа должна включать:

1. Титульный лист
2. Оглавление
3. Введение;
4. Основную часть (две-три главы);
5. Заключение;
6. Список используемой литературы;
7. Приложения (при необходимости).

Очень часто студенты не придают большого значения написанию введения и заключения, что является грубой ошибкой, так как во многом именно эти части работы показывают качество работы в целом.

4. Содержание курсовой работы

При выполнении курсовой работы главная задача студента состоит в том, чтобы аргументировано и максимально полно раскрыть избранную тему. В работе нужно избегать отвлеченных, не связанных с темой, рассуждений. Используемый материал

должен быть направлен на достижение цели в соответствии с поставленными задачами.

Введение отражает понимание студентом проблемы и ее места в развитии исследуемого предприятия.

Введение (2-3 с.) должно обязательно содержать следующие элементы:

- степень актуальности выбранной темы,
- исследованность темы,
- объект исследования
- предмет исследования
- цель работы
- задачи работы
- общая структура работы.

Не допускается перестановка элементов введения, поскольку их очерёдность определена логикой изложения.

Во введении, если это необходимо, может быть приведен аналитический обзор литературы по исследуемому вопросу с краткими выводами.

Объем введения и заключения для курсовой работы - до 3 страниц.

Основная часть состоит, как правило, из двух-трёх глав, в каждой из которых по два-три параграфа. Количество глав и параграфов определяется самим студентом и диктуется целью исследования.

Теоретическое обоснование предусматривает формулировку основных понятий, касающихся проведения исследований, раскрытие их социально-экономического содержания, анализ научных источников по поставленной проблеме. Тем самым создается теоретическая основа для разработки макета и плана будущего исследования.

Во всех случаях следует отбирать только последние данные, выбирать самые авторитетные источники; там, где это необходимо, точно указывать, откуда взяты материалы. Критически следует оценить опубликованные научные работы российских и зарубежных авторов, особенно если в них излагаются разные точки зрения. Эта часть может носить полемический характер.

Закончить теоретическое обоснование проблемы следует краткими выводами. По своей структуре эта часть работы должна содержать один – два параграфа общим объемом до 10-20 страниц печатного текста.

Блок практический исследований студента должен содержать вопросы, предусмотренные в плане курсовой работы. В этом разделе приводится анализ собранных материалов, характеризующих практическую сторону объекта исследования. Анализ сопровождается таблицами, схемами, диаграммами, и другими материалами, иллюстрирующими какие-либо процессы на исследуемом предприятии.

При описании практического блока необходимо использовать статистические, экономико-математические методы исследования.

Приступая к обработке собранного фактического материала, студент должен прежде всего отобрать факты, заслуживающие использования в работе. Для этого необходимо анализировать и оценивать собранный материал с точки зрения того, насколько точны и достоверны факты, удачны ли приведенные примеры, типичны ли они для данного явления, выражают ли они главное или второстепенное.

Анализ объекта исследования делается, как правило, за три последних года. Практический блок должен занимать примерно 35-40% общего объема работы. В случае, если рекомендательная часть входит в состав практического блока, то до 50%.

Рекомендательная часть курсовой работы, может быть представлена самостоятельной главой или параграфом, либо быть описанной в конце практического блока исследований. Как правило, студент приводит самостоятельно подготовленные и обоснованные направления или рекомендации управленческого характера по развитию предприятия.

Заключение является логическим завершением курсовой работы и должно содержать основные выводы по всем главам работы, начиная от теоретического обоснования и заканчивая практическими предложениями.

В заключении необходимо отразить степень решения задач курсовой работы, поставленных во введении к ней, полученные результаты; указывается, где и каким образом применение рекомендаций может принести практическую пользу в области внедрения и совершенствования деятельности рассмотренного предприятия (организации).

Необходимой частью работы, позволяющей судить об уровне компетентности студента, является составленный **список литературы** к курсовой работе. Рекомендуемое количество источников и литературы –15-20.

Подбор литературы по теме курсовой работы

После выбора темы курсовой работы необходимо ознакомиться с опубликованной по данной теме литературой. Хорошо составленный список литератур даже при беглом обзоре заглавий источников помогает охватить тему в целом. На ее основе возможно уже в начале исследования уточнить план.

При работе с учебной литературой необходимо обращать внимание на дату издания того или иного учебника, т.к. содержащиеся в них сведения могут быть неактуальными.

При написании курсовой работы студенты должны изучить

нормативные документы по рассматриваемой теме, а также периодические издания и электронные ресурсы (Интернет). Особо внимание необходимо обратить на публикации в специализированных газетах и журналах. В курсовой работе необходимо делать ссылки на используемые источники, в том числе в виде цитат.

В этом случае по тексту в квадратных скобках указывается порядковый номер книги по списку литературы. Если же приводится цитата, то дополнительно после порядкового номера источника указывается и страница, на которой расположена цитата.

Например, при ссылке на источник вообще - [11]; при ссылке на цитату - [11, с.45] или [11, с.45-57]. В этом случае источник указывается полностью на каждой странице. Весь цифровой материал необходимо сопровождать ссылками на источники.

Приложения. В приложении следует размещать большие таблицы, громоздкие графики и схемы, промежуточные расчеты, анкеты, фотографии и другой презентационный материал.

Приложения к курсовой работе не входят в основной объем страниц. Каждое приложение в порядке очередности в соответствии с текстом курсовой работы оформляется на отдельном листе. В тексте делается ссылка на приложение. Нумерация приложений оформляется римскими цифрами.

Курсовая работа должна быть написана логически последовательно, литературным языком.

При её написании применяется научный стиль изложения, отличающийся использованием специальной терминологии, строгостью и деловитостью. Следует помнить, что материал должен излагаться обобщенно и кратко, без подробного пересказа отдельных первоисточников.

Выделять нужно те аспекты, которые представляют интерес,

взаимосвязаны с проблемой курсовой работы. Полезно обогащать содержание текста примерами из практики, но не увлекаться и не сводить курсовую работу к анализу состояния дел на практике.

5. Требования к оформлению курсовой работы

Курсовая работа должна содержать не менее 40% оригинального текста и быть представлена в печатном виде (на компьютере).

Общий объем курсовой работы должен составлять примерно 25-35 страниц

машинописного текста, исключая список используемых источников и приложения

Основные параметры:

- текст курсовой работы (проекта) печатается на одной стороне стандартной белой бумаги формата А 4 (размер 210x297 мм);

- при компьютерной печати используется 14 шрифт гарнитуры Times New Roman , через 1,5 интервала (28-30 строк на одной странице), ширина строки - 60-65 знаков (считая каждый знак препинания и пробел между словами также за печатный знак), с использованием автоматического переноса;

- размер полей страницы: левое - 30 мм, правое - 15 мм, верхнее и нижнее – 20 мм;

- заголовки печатаются по центру страницы.

Точки в конце заголовков не ставятся. Введение, заключение, каждая глава (вопрос), список используемых источников и приложения начинаются с новой страницы;

- размер абзацного отступа («красная строка») - 1,5 см.;

- цифру, обозначающую порядковый номер страницы, ставят с права или по центру внизу поля страницы.

При этом первой страницей является титульный лист, включаемый в общую нумерацию страниц курсовой работы (титульный лист не нумеруется) Курсовая работа открывается титульным листом.

Титульный лист должен содержать следующую информацию:

- 1) полное название учебного заведения, в котором выполнена работа;
- 2) название темы;
- 3) фамилию, имя и отчество студента, форму его обучения (дневная, заочная), курс и номер группы;
- 4) фамилию и инициалы научного руководителя, его ученую степень и звание;
- 5) оценку (проставляется научным руководителем после защиты);
- 6) город и год написания работы(проекта).

После титульного листа и перед основным текстом на отдельной странице следует оглавление, в котором приводятся все заголовки разделов и подразделов курсовой работы и указываются страницы, с которых они начинаются. Заголовки, указанные в оглавление, должны точно повторять заголовки в тексте. При оформлении оглавления рекомендуется придерживаться следующих правил:

- слово «оглавление» пишется в центре строки без точки;
- заголовки одинаковых ступеней рубрикации располагаются друг под другом, заголовки каждой последующей ступени могут быть смещены на 3-5 знаков вправо;
- разделы и подразделы должны иметь заголовки, которые пишутся с прописной буквы. Точка после номера раздела, подраздела и в конце заголовка не ставится ни в оглавлении, ни в основном тексте;

– последнее слово каждого заголовка соединяют отточием с соответствующим ему номером страницы в правом столбце оглавления.

Нумерация начинается с листа введения. Курсовая работа имеет сквозную (единую) нумерацию, включая список используемых источников и приложения;

- на все использованные в работе литературные источники делаются ссылки. Номера библиографических ссылок даются в квадратных скобках с указанием номера источника из библиографического списка и номера страницы источника. Библиографический список входит в общий объем текста статьи.

- список используемых источников (не менее 15 источников не старше 5 лет (за исключением основополагающих теоретических трудов);

- работа сдается в сшитом виде (*папка для скоросшивателя с прозрачной обложкой*).

Текст основной части работы делится на главы, подразделы, пункты. Каждую главу работы рекомендуется начинать с нового листа (страницы), параграфы располагаются друг за другом. Номер параграфа состоит из номеров главы и собственного номера, разделенных точкой (1.1.). Знак «параграфа» не ставится.

Номер пункта должен состоять из номеров главы, параграфа и подпараграфа, разделённых точками (1.1.1.). В тексте следует чаще применять красную строку, выделяя законченную мысль в самостоятельный абзац.

Все главы должны быть пронумерованы римскими цифрами. Все иллюстрации именуются рисунками и должны иметь название. Нумеруются рисунки последовательно в пределах всей работы.

В процессе печатания при переходе на следующую страницу не рекомендуется:

- отрывать одну строку текста или слова от предыдущего абзаца;

- начинать одну строку нового абзаца на заканчивающейся странице (новый абзац следует начинать на другой странице);

- отрывать название таблицы от самой таблицы.

К иллюстративному блоку текста работы относятся схемы, диаграммы, графики, чертежи, рисунки, фотографии и др., за исключением таблиц. Их необходимо размещать в логической очередности.

Каждую иллюстрацию необходимо обозначать словом «Рис.» (знак «№» не ставится) и нумеровать последовательно арабскими цифрами в пределах раздела (главы), за исключением иллюстраций, приведенных в приложении, и снабжать подрисуночной подписью, которая должна соответствовать основному тексту и самой иллюстрации.

Если иллюстрация в работе единственная, то она не нумеруется. Номер иллюстрации должен состоять из номера раздела и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой. Например: Рис 1.2 - второй рисунок первого раздела (главы). Подпись к рисунку, которая начинается с прописной буквы, оформляется под ним.

Точки после номера и названия иллюстрации не ставятся. Слово «Рис.», номер и название иллюстрации располагаются под иллюстрацией симметрично вертикальной осевой линии иллюстрации.

Иллюстрации должны быть расположены так, чтобы их было удобно рассматривать без поворота работы или с поворотом по часовой стрелке. Иллюстрации располагаются после первой ссылки на них.

Цифровой материал, когда его много или когда имеется необходимость в сопоставлении и выводе определенных закономерностей, оформляют в курсовой работе в виде таблиц.

Таблицы нумеруются последовательно арабскими цифрами в пределах раздела (главы). В правом углу над заголовком таблицы располагается слово «Таблица» (слово пишется полностью) и номер таблицы (знак «№» не ставится). Номер таблицы состоит из номера раздела (главы) и порядкового номера таблицы, разделенных точкой, например: «Таблица 2.1».

Если таблица в тексте одна, то слово «Таблица» и её номер не указываются. Если в тексте несколько таблиц, то указывается и номер таблицы. Таблицы снабжают тематическими заголовками, которые располагают посередине страницы и пишут с прописной буквы без точки на конце. Название таблицы располагается под словом «Таблица» симметрично вертикальной осевой её линии.

Таблицу следует помещать после первого упоминания о ней в тексте. Ссылка в тексте на неё указывается сокращённо – «табл. 2.2».

Не рекомендуется в тексте располагать две или несколько таблиц одну за другой. Их целесообразно разделять текстом. При размещении сравнительно небольшой вертикально расположенной на странице таблицы не следует оставлять часть страницы ничем незаполненной. Текст со следующей страницы можно переместить на пространство под таблицей.

Таблицам некорректно давать название «Анализ...». Ведь анализ – это процесс, научный метод исследования, который может быть приведен в тексте. Таблица, как правило, содержит исходные данные для анализа.

Если в тексте анализируются или комментируются показатели таблицы, то не следует механически пересказывать приведенные в

ней сведения. Необходимо на основе этих показателей произвести расчёты и представить дополнительные показатели, обобщить данные таблицы для формулирования каких-либо выводов.

Вертикальные колонки сказуемого таблиц нумеруются только тогда, когда таблицы размещаются (в альбомном варианте, горизонтально) на двух или более страницах. При переносе части таблицы на другую страницу слово «Таблица» и её номер не повторяются, а пишется «Окончание». Если же на второй странице таблица не заканчивается, то над ней помещают слова «Продолжение».

Например, «Продолжение табл. 2.1». На странице, где приводится заголовок таблицы, должны помещаться не менее двух строк таблицы.

Название литературного источника в списке оформляется в соответствии с ГОСТ 7.1 - 2003 «Библиографическое описание документа. Общие требования и правила составления».

Порядок расположения источников в списке литературы

1. КОНСТИТУЦИЯ РФ

2. ЗАКОНЫ РФ

3. ПОСТАНОВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ РФ

4. УКАЗЫ ПРЕЗИДЕНТА РФ

5. ПОСТАНОВЛЕНИЯ И РАСПОРЯЖЕНИЯ ПРАВИТЕЛЬСТВА РФ

6. ТЕМАТИЧЕСКИЕ СБОРНИКИ ПРАВИТЕЛЬСТВА РФ

7. ПОСТАНОВЛЕНИЯ МЕСТНЫХ ОРГАНОВ ВЛАСТИ РФ

Далее источники и литература располагаются по алфавиту авторов или заглавий.

Иностранные источники – в порядке латинского алфавита.

Электронные источники

Список литературы имеет сквозную нумерацию.

Образцы описания источников

Описание книги одного автора:

Кравченко, А.И. История менеджмента / А.И. Кравченко. – М.: Академический проект, 2005. – 560 с.

Описание книги двух авторов:

Райзберг, Б.А. Управление экономикой: учебник / Б.А. Райзберг, Р.А. Фатхутдинов. – М.: Бизнес-школа, 2008. – 200 с.

Описание книги трёх авторов:

Корицкий, Э.Б. Научный менеджмент: российская история / Э.Б. Корицкий, Т.В. Нинчиева, В.Х. Шетов. – СПб.: Питер, 1999. – 384 с.

Описание книг без указания авторов:

Каким быть плану: дискуссии 20-х годов / Сост. Э.Б. Корицкий. – Л.: 1989. – 124 с.

История России: учеб. пособие для студентов всех специальностей / отв. ред. В. Н. Сухов. – СПб.: СПб ЛТА, 2001. – 231 с.

Законодательные материалы:

Российская Федерация. Конституция (1993). Конституция Российской Федерации: офиц. текст. – М.: Маркетинг, 2001. – 39 с.
Или Конституция Российской Федерации. – М.: Приор, 2001. – 32 с.

Российская Федерация. Законы. О воинской обязанности и военной службе: федеральный закон №234 от 05.02.2001 г.: – М.: Ось-89, 2001. – 46 с.

- при цитировании или использовании каких-либо положений из других работ даются ссылки на автора и источник, из которого заимствуется материал.

6. Срок сдачи и порядок защиты курсовой работы

Написанную курсовую работу студент сдает на проверку научному руководителю минимум за две недели до защиты. При наличии замечаний по содержанию и оформлению курсовая работа дорабатывается студентом. При допуске к защите студент готовит краткое сообщение по содержанию работы, ответы на возможные вопросы.

Защита проходит публично, в учебной группе с приглашением преподавателей кафедры.

Студент за 5-6 минут излагает цель курсовой работы, полученные выводы, отвечает на замечания руководителя и вопросы присутствующих по содержанию курсовой работы. По спорным вопросам студент должен уметь защищать свои взгляды и позиции, изложенный материал, поскольку по умению студентов отвечать на заданные вопросы можно судить о прочности и самостоятельности освоения знаний, основательности проработки учебной и научной литературы.

Важным фактором, учитываемым при защите курсовой работы и выставлении оценки, является участие студента в научной работе по дисциплине.

Участие в конкурсе по научно-исследовательским работам, в том числе выступление на конференциях с последующей публикацией может быть зачтено студенту как защита курсовой работы.

Курсовая работа (проект) со справкой об оригинальности не менее 40% (проверка осуществляется руководителем в системе «Антиплагиат ВУЗ») сдается документоведу кафедры для регистрации.

7. Критерии оценки курсовой работы

Оценку «отлично» получает студент, который показал в работе и на защите глубокие знания темы, творчески использовал их для самостоятельного анализа современных аспектов проблемы, сумел обобщить фактический материал, сделал интересные выводы и правильно, в соответствии с требованиями оформил работу. Курсовая работа, получившая оценку «отлично», может быть рекомендована на конкурс научных студенческих работ, использована при подготовке научного доклада или выступления на научной студенческой конференции, войти параграфом в будущую дипломную работу (проект).

Оценку «хорошо» получает студент, который показал в работе и на защите полное знание материала, всесторонне осветил вопросы темы, но недостаточно проявил творческое отношение к работе, имеет незначительные ошибки в её оформлении.

Оценку «удовлетворительно» получает студент, правильно раскрывший в работе и на защите основные вопросы избранной темы, но испытывающий затруднения в логике изложения материала, допустивший те или иные неточности, не вполне освоил правила оформления работы.

Если в ходе защиты представленная работа оценивается "неудовлетворительно", то студенту предстоит повторная защита.

8. Типичные ошибки в курсовых работах

Во многих случаях недостатки работы начинаются с оглавления. В него включается много вопросов, некоторые из которых выходят за рамки темы, другие дублируют друг друга или название темы. Такой план не позволяет систематизировано и

логично изложить материал, сконцентрировать внимание на основных положениях темы, выявить узловые вопросы.

Встречаются случаи, когда студент слово в слово переписывает отдельные части монографических работ, учебников или журнальных статей. Курсовая работа становится компиляцией выдержек из различных литературных источников. Нужно помнить о том, что авторы книг, монографий и пр. ставят перед собой различные цели и пользуются различным стилем письма, а вы ставите в работе свою конкретную цель и должны изложить текст единым научным стилем.

К недостаткам структуры курсовой работы следует отнести отсутствие какой-либо части работы: оглавления, введения, заключения, списка литературы. Часто встречающаяся ошибка – это несоблюдение структуры введения или отсутствие одного или нескольких элементов введения. Иногда оглавление не соответствует содержанию, или последовательность изложения не соответствует указанной в оглавлении. Нет деления текста работы на параграфы в соответствии с пунктами оглавления.

Не рекомендуется вести изложение от первого лица единственного числа: «я считаю», «по моему мнению» и т.п. Корректнее использовать местоимение «мы», но желательно обойтись и без него. Допускаются обороты с сохранением первого лица множественного числа, в которых исключается местоимение «мы», т.е. фразы строятся с употреблением слов, «устанавливаем», «имеем». Можно использовать выражения: «на наш взгляд», «по нашему мнению», однако предпочтительнее писать «по мнению автора» (курсовой работы) или выражать ту же мысль в безличной форме: «изучение управленческого опыта свидетельствует о том, что...», «на основе выполненного анализа можно утверждать...», «проведенные исследования подтвердили...» и т.п.

В курсовой работе должно быть соблюдено единство стиля изложения, обеспечена орфографическая, синтаксическая и стилистическая грамотность в соответствии с нормами современного русского языка.

Курсовая работа только тогда достигает цели, когда тема раскрыта с соблюдением научной точности, логически стройно, последовательно изложен материал, своим содержанием показывающий умение автора работать с литературой, написана грамотно.

9. Примерная тематика курсовых работ (проектов) по дисциплинам.

9.1 «Теория менеджмента»

1. Японский менеджмент и возможности его применения в условиях России.
2. Американский менеджмент, пути его использования в России.
3. Современное состояние управленческой мысли: тенденции, перспективы развития в России.
4. Возможности использования зарубежного опыта менеджмента в российских условиях.
5. Формирование российской модели менеджмента.
6. Модель управления в России: состояние и пути совершенствования.
7. Риск в менеджменте, методы его оценки и снижения.
8. Лучшие менеджеры России: личность и деловые качества.
9. Портрет современного российского менеджера: знания, опыт, мотивация, результаты.
10. Карьера менеджеров в мировой практике.

11. Стили управления: условия формирования и факторы развития.

12. Этические аспекты управления в современной организации.

13. Системный подход в менеджменте: анализ внутренней среды организации.

14. Системный подход в менеджменте: анализ внешней среды организации.

15. Связующие процессы в организации (на примере конкретной организации).

16. Анализ и оценка эффективности коммуникаций в организации.

17. Роль коммуникаций в развитии организации.

18. Управление коммуникациями в организации.

19. Коммуникативные барьеры в деловой сфере (на примере конкретной организации).

20. Современные информационные технологии в деятельности предприятий.

21. Деловая информация и ее роль в повышении эффективности управления.

22. Управленческие решения в процессе менеджмента.

23. Анализ методов принятия решений в организации.

24. Организационные структуры управления.

25. Моделирование ситуаций и методы принятия решений (на примере конкретной организации).

26. Стратегическое управление организацией.

27. Практика стратегического управления за рубежом.

28. Методы стратегического планирования: сравнительный анализ концепций.

29. Бостонская модель стратегического планирования и возможность ее применения в российских условиях.

30. Разработка миссии и целей организации (на примере конкретной организации).

31. SWOT-анализ в стратегическом управлении (на примере конкретной организации).

32. Типология стратегий в бизнесе.

33. Влияние рыночных факторов на формирование целей организации.

34. Процесс мотивации как функция менеджмента.

35. Мотивация работников и результативность организации.

36. Управление мотивацией труда (на примере конкретной организации).

37. Анализ системы стимулирования на российских предприятиях.

38. Оценка и анализ системы стимулирования на зарубежных предприятиях.

39. Мотивационные модели (теории «Х» и «У» Дугласа Мак Грегора и Вильяма Оучи).

40. Современная система мотивации персонала в организациях.

41. Организация взаимодействия и групповая динамика в организации.

42. Формальные и неформальные группы в организации и их влияние на функционирование организации.

43. Процесс организации как функция менеджмента (на примере конкретной организации).

44. Современные структуры управления организацией.

45. Анализ организационных структур управления.

46. Современные формы организации бизнеса.

47. Исследование власти и партнерства в современных организациях.

48. Формирование поведения индивида в организации.

49. Проблема сочетания бюрократического управления и предпринимательства в организации.

50. Функция контроля в работе менеджера.

51. Система контроля современного российского предприятия: практика и проблемы.

52. Контроль качества в системе менеджмента организации.

53. Оценка и анализ системы контроля на зарубежных предприятиях.

54. Области применения контроля в организации (на примере конкретной организации).

55. Конфликт и его роль в функционировании организации.

56. Конфликты организации: природа, сущность и методы управления конфликтами.

57. Современные технологии управления конфликтами организации.

58. Управление организационными изменениями и развитием: противодействие стрессовым ситуациям.

59. Подходы и система критериев оценивания эффективности управления организацией.

60. Проблемы лидерства и власти в организациях.

61. Макиавелли: технология власти и лидерства.

62. Власть и лидерство. Соотношение формальной и неформальной сторон управления.

63. Современные теории и концепции управления организацией.

64. Организационная культура в системе менеджмента.

65. Формирование организационной культуры российских предприятий.

66. Влияние организационной культуры на инновационную деятельность организации.

67. Влияние организационной культуры на эффективность деятельности персонала фирмы.

68. Проблемы этики и социальной ответственности в отечественных организациях.

69. Тайм-менеджмент современного руководителя.

70. Инструменты самоменеджмента.

71. Социально-психологический климат и способы его регулирования в коллективе.

72. Управление стрессами. Аутогенный менеджмент.

73. Девиантное поведение работников: факторы, способствующие девиации, классификация преступлений и девиаций на работе.

74. Женщина-руководитель: проблемы и достижения.

75. Глобализация проблем управления.

9.2 «Маркетинг»

1. Анализ и оценка спроса продовольственных товаров (или любой группы товаров).

2. Анализ и оценка спроса промышленных товаров (или любой группы товаров).

3. Изучение требований потребителей к конкретному товару.

4. Анализ перспектив развития рынка продовольственных (промышленных) товаров.

5. Изучение сегментов рынка товаров (вид или группа товаров).

6. Составление программы маркетинга для предприятия (или ее раздела).

7. Исследование конкурентоспособности товара.

8. Изучение конкурентоспособности фирмы.

9. Анализ емкости и конъюнктуры рынка товара.
10. Стратегическое планирование в программе деятельности предприятия.
11. Разработка маркетингового раздела бизнес-плана предприятия.
12. Изучение требований потребителей к товару предприятия (фирмы).
13. Система маркетинга и права потребителей.
14. Изучение внешней среды предприятия.
15. Исследование внутренней среды предприятия.
16. Моделирование покупательского поведения потребителей.
17. Изучение организаций – потребителей товаров фирмы.
18. Управление формированием ассортимента на предприятиях.
19. Изучение товаров-новинок на предприятии.
20. Товарный знак и его роль в формировании места предприятия на рынке.
21. Брендинг и его особенности на российском рынке.
22. Стандартизация и стратификация в системе обеспечения качества товара.
23. Формирование ценовой политики предприятия.
24. Использование стимулирующей роли цены в стратегии развития предприятия.
25. Выбор канала распределения предприятием как фактор совершенствования сбытовой политики предприятия.
26. Логистика на предприятии.
27. Разработка сбытовой программы предприятия.
28. Состояние розничной торговли РСО-Алания и ее перспективы.

29. Состояние розничной торговли г.Владикавказ и ее перспективы.

30. Лизинг как форма сбыта продукции.

31. Система маркетинговых коммуникаций предприятия.

32. Анализ рекламной деятельности предприятия.

33. Изучение методов стимулирования сбыта на предприятии.

34. Анализ деятельности рекламного агентства.

35. Разработка плана рекламы на предприятии.

36. Организация сервисного обслуживания на предприятии.

37. Организация и проведение рекламной кампании.

38. Совершенствование управления маркетинга на предприятии.

39. Проблемы организаций и функционирования служб маркетинга на предприятии.

40. Роль выставок и ярмарок в системе маркетинговых коммуникаций.

41. Всемирная сеть «ИНТЕРНЕТ» в развитии массовой коммуникации и рекламы.

42. Маркетинг в деятельности международных фирм.

43. Маркетинг в сфере услуг.

44. Маркетинг на рынках интеллектуального продукта.

45. Биржевая деятельность и маркетинг биржевых услуг.

46. Некоммерческий маркетинг и его роль в пропаганде общественной значимости государственных, региональных и муниципальных структур.

47. Маркетинг в области информационных технологий.

48. Информационное обеспечение процесса принятия решений в маркетинге.

49. Развитие франчайзинговой системы в России.

50. Роль рекламы в продвижении товара на рынок.

- 51.Формирование имиджа фирмы.
- 52.Жизненный цикл товара в маркетинговой деятельности предприятия.
- 53.Изучение методов стимулирования сбыта на предприятии.
- 54.Проблемы современного рынка России и возможности маркетинга в их решении.
- 55.Современные концепции маркетинга и проблемы адаптации на рынке России.
- 56.Социально-этический маркетинг как основа отношений интересов предприятий и общества.
- 57.Прямой маркетинг и личные продажи как факторы конкурентоспособности предприятия.
- 58.Современные розничные торговые предприятия и их роль в обеспечении взаимодействия товара и покупателя.
- 59.Логистика на предприятии.
- 60.Система маркетинговых коммуникаций предприятия.
- 61.Торговая политика предприятия: мерчендайзинг.
- 62.Анализ деятельности рекламного агентства.
- 63.Организация и проведение рекламной кампании.
- 64.Состояние розничной торговли в РСО-А и ее перспективы.
- 65.Современные концепции маркетинга и проблемы адаптации на рынке России.
66. Паблик рилейшинз в деятельности современных предприятий.
- 67.История развития рекламы и ее роль в формировании современного рынка.
- 68.Управление формированием ассортимента на предприятии.
- 69.Некоммерческий маркетинг и его роль в пропаганде общественной значимости государственных, региональных и муниципальных структур.
- 70.Психологические особенности восприятия рекламы.

Образцы планов курсовых работ (проектов) по «Теории менеджмента»

Тема: «Совершенствование процесса управления конфликтной ситуацией в организации»

Введение.

Глава I. Влияние конфликтов на деятельность организации.

1.1. Природа конфликта.

1.2. Типы и причины конфликта.

Глава II. Механизм управления конфликтной ситуацией.

2.1. Способы предупреждения конфликта.

2.2. Методы разрешения конфликтов.

Глава III. Оптимизация конфликтной ситуации в АО «Березка».

3.1. Анализ конфликтной ситуации.

3.2. Разработка эффективного механизма управления конфликтной ситуацией.

Заключение.

Список литературы

Тема: «Роль коммуникаций в развитии организации»

Введение.

Глава I. Коммуникационный процесс в организации.

1.1. Природа и типы коммуникаций в организациях.

1.2. Особенности межличностных организационных коммуникаций.

Глава II. Препятствия на пути межличностных и организационных коммуникаций.

2.1. Создание системы эффективной обратной связи.

2.2. Обеспечение информационной полноты.

Глава III. Анализ совершенствования коммуникаций как фактор повышения

эффективности деятельности организации (на примере АО «Молоко»).

3.1. Анализ влияния эффективности функционирования коммуникационной сети на деятельность организации.

3.2. Пути повышения коммуникационного процесса в АО «Молоко».

Заключение.

Список литературы

Тема: «Российская модель управления»

Введение

Глава 1. Особенности и пути формирования российской модели менеджмента

1.1. Пути формирования российской модели управления

1.2. Особенности российской модели управления

Глава 2. Проблемы и перспективы российской модели менеджмента

2.1. Проблемы развития российской модели менеджмента

2.2. Перспективы развития российской модели менеджмента

Заключение

Список литературы

**Образцы планов курсовых работ (проектов) по
«Маркетингу»**

**Тема: «Роль маркетинга в повышении эффективности
деятельности предприятия»**

Введение

Глава I. Место маркетинга в системе управления
предприятием

I.1. Маркетинг как философия ведения бизнеса

I.2. Главные направления маркетинговой деятельности
предприятия

I.3. Современные концепции внутрифирменного
управления

Глава II. Использование маркетинговых технологий
участниками рыночных отношений

Глава III. Анализ маркетинговой деятельности ООО «Альда».
Основные направления по повышению эффективности
деятельности ООО «Альда»

Заключение

Литература

**Тема: «Маркетинговые исследования рекламной
деятельности предприятия»**

План

Введение

Глава 1. Теоретические аспекты маркетинговых исследований
в сфере рекламы

1.1. Понятие рекламы, ее виды и функции

1.2. Сущность, цели и задачи маркетинговых исследований

Глава 2. Процесс проведения маркетинговых исследований

2.1. Основные направления маркетинговых исследований

2.2. Процесс маркетинговых исследований

2.3. Маркетинговые исследования рекламы

Глава 3. Маркетинговые исследования рекламы на примере
компании «Леруа Мерлен»

3.1. Краткая характеристика компании «Леруа Мерлен»

3.2. Анализ маркетинговых исследований рекламы компании

Заключение

Список литературы

Тема «Конкурентоспособность предприятия и пути ее совершенствования»

План

Введение

Глава 1. Понятие и сущность маркетинговых исследований

1.1 Этапы процесса маркетинговых исследований

1.2 Роль конкуренции в системе маркетинга

Глава 2. Процесс исследования конкурентов

2.1 Анализ маркетинговой деятельности ООО «Дюбуа»

2.2 Выявление приоритетных конкурентов ООО «Дюбуа»,
определение силы их позиции.

Глава 3. Пути совершенствования конкурентоспособности
ООО «Дюбуа»

Заключение

Список литературы

Приложение 3

Пример оформления оглавления

Введение.....	3
Глава I. Место маркетинга в системе управления предприятием	6
I.1. Маркетинг как философия ведения бизнеса	6
I.2. Главные направления маркетинговой деятельности предприятия 18	
I.3. Современные концепции внутрифирменного управления.....	28
Глава II. Использование маркетинговых технологий участниками рыночных отношений.....	37
Глава III. Анализ маркетинговой деятельности ООО «Альда»	64
Заключение.....	79
Литература.....	82

Пример оформления рисунка

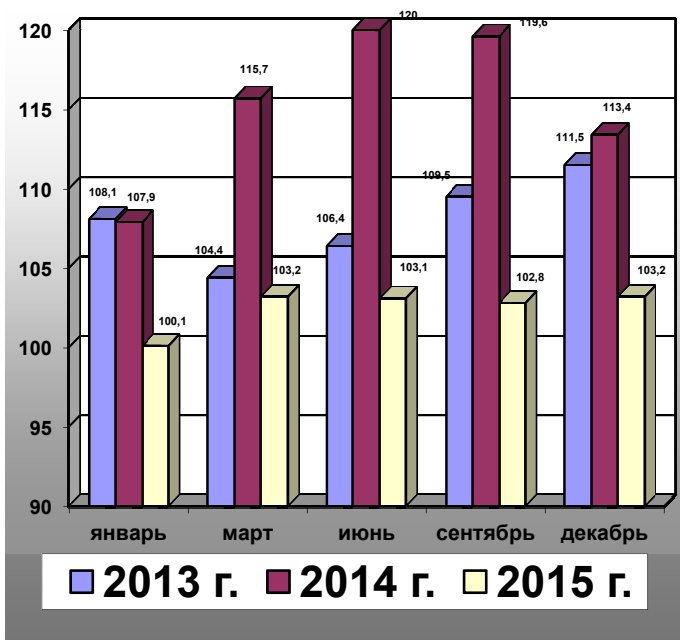


Рис. 2. Динамика инвестиций в основной капитал

Пример оформления списка используемых источников

Список использованной литературы

1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 02.07.2021) О рекламе (с изм. и доп., вступ. в силу с 25.08.2021
2. Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. – 4-е изд., стер. – Москва: Дашков и К, 2020. – 326 с.
3. Бородина, Н. В. Психология рекламы : учебное пособие : [16+] / Н. В. Бородина, Е. В. Щетинина; Сочинский государственный университет. – Сочи: Сочинский государственный университет, 2020. – 106 с.
4. Дымова, С. С. Введение в рекламу и PR : учебное пособие : [16+] / С. С. Дымова, В. С. Матюшкин, В. Ю. Филин; Институт бизнеса и дизайна. – Москва: Институт Бизнеса и Дизайна, 2019. – 130 с.
5. Кленина А.Н. Влияние внутренней среды предприятия и ёмкости целевого сегмента рынка на конкурентоспособность розничных торговых предприятий. *Фундаментальные науки и современность*. 2019. № 9 (30). С. 71-75.
6. Особенности стимулирования сбыта в организациях.- [Электронный ресурс]. - Режим доступа: - URL: <http://na-journal.ru>»3-2018...nauki...stimulirovaniya-sbyta...