

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Цель курсовой работы – систематизация и расширение теоретических знаний по специальности, развитие профессиональных навыков и умений, выявление способности выпускника на основе полученных знаний решать конкретные практические задачи по направлениям деятельности, определенным Государственным образовательным стандартом.

Задачи, которые должен решать студент при выполнении курсовой работы:

1. Обоснование актуальности и значимости выбранной темы работы с точки зрения теории и практики управления деятельностью организации, инженерных решений.

2. Изучение теоретических положений по проблеме, сущности экономических категорий и процессов, нормативной документации.

3. Обоснование необходимости и возможности применения определенных современных методик принятия управленческих и технических решений по задачам, поставленным в квалификационной работе.

4. Сбор необходимой для проведения исследования информации с привлечением первичных и вторичных источников и использованием адекватных методов.

5. Проведение анализа состояния объекта исследования с использованием соответствующих методов обработки информации, выявление тенденций изменения показателей и проблем, требующих решения или совершенствования.

6. Разработка рекомендаций и предложений, их экономическое и организационное обоснование, необходимое и достаточное для решаемой задачи.

7. Обобщение результатов проведенных исследований, формулирование выводов о степени достижения целей, поставленных в работе, и возможности практического применения предложенных разработок.

8. Оформление работы в соответствии с нормативными требованиями.

9. Подготовка к защите перед членами комиссии.

Студенту необходимо использовать средства вычислительной техники как в процессе выполнения исследований, так и при принятии решений, квалифицированно оформлять материалы, иллюстрирующие содержание дипломной работы.

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Выполнение курсовой работы необходимо начать с разработки плана работы как логической основы. От правильности составления плана зависят структура и логика маркетингового исследования, качество изложения материала.

Студенты самостоятельно выбирают предприятие для исследования.

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОСНОВНЫХ РАЗДЕЛОВ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

В курсовую работу необходимо включить следующие разделы:

- введение;
- теоретическую, аналитическую и рекомендательную главы;
- заключение;
- библиографический список;
- приложения.

ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ РАЗДЕЛОВ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Во введении кратко обосновывается актуальность выбранной темы, формулируются цель и задачи курсовой работы, определяются объект и предмет исследования, указываются методологическая и информационная база исследования, а именно, методы и приемы, с помощью которых осуществлялись сбор и обработка маркетинговой информации, представляется структура работы, количество таблиц, рисунков и источников в библиографическом списке. Объем введения составляет 2-3 страницы.

В теоретической главе курсовой работы студенту нужно представить теоретические маркетинговые аспекты по выбранной теме. В данной главе обобщается изученный материал по теоретико-методологическим вопросам курса. Не допускается дословное переписывание материала из какого-либо источника. Следует скомпилировать материал из различных источников с представлением своего мнения, сделать ссылки на источник информации по тексту в квадратных скобках.

Рекомендуемый объем теоретической главы – 8-10 страниц компьютерного текста.

В аналитической главе студенту следует показать умение сбора, обработки и анализа маркетинговой информации. Данная глава должна содержать большое количество рисунков и таблиц, так как это свидетельствует о способности систематизировать и представлять в наглядном виде полученную информацию. Данные по предприятию необходимо представлять в динамике за 2-3 года. Каждый рисунок и таблица

должны быть прокомментированы. Таблицы, занимающие более одной страницы, необходимо размещать в Приложениях к курсовой работе. Следует использовать весь спектр маркетинговых инструментов в области сбора и обработки данных (например, опрос, наблюдение, экспертные оценки, данные прошлых исследований, статистические методы обработки данных и пр.). Анализ должен содержать выявление причинно-следственных связей, зависимостей, установление проблем и т.д. Основные принципы – это системность, комплексный подход, научность и обоснованность.

Рекомендуемый объем аналитической главы курсовой работы – 15-20 страниц компьютерного текста.

В рекомендательной главе курсовой работы на основе анализа маркетинговых аспектов конкретного предприятия, осуществленных в аналитической главе, студент разрабатывает ряд мероприятий по повышению эффективности и конкурентоспособности исследуемого предприятия.

Рекомендуемый объем главы составляет 5-7 страниц компьютерного текста.

В заключении, объемом в 2-3 страницы, кратко формулируются основные выводы, вытекающие из разделов курсовой работы.

Библиографический список должен содержать не менее 25-30 источников и включать как основные источники информации, так и периодические издания.

В начале библиографического списка располагаются законы РФ, постановления и другие правовые документы. Далее следуют учебники и учебные пособия (по алфавиту), затем периодические издания: газеты, журналы, статистические сборники, сайты сети Internet, документы внутренней отчетности предприятия.

Библиографическое описание используемой литературы должно быть точным и полным: необходимо указывать фамилию и инициалы автора, полное название книги, сведения о повторности издания, место издания, издательство, год издания, том (часть, выпуск), количество страниц. Для статей, опубликованных в сборниках, указывается дополнительно полное название статьи и сборника. Для статей, опубликованных в периодической печати – фамилия и инициалы автора, название статьи, журнала, год издания, номер, а в ссылке на газету – название и дата ее выхода (ГОСТ 7.1 – 84).

Имеющиеся в курсовой работе Приложения располагают после библиографического списка, это могут быть, например, образцы рекламных сообщений, анкеты и пр.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Для выполнения курсовой работы по дисциплине «Основы маркетинга» студенту следует использовать, прежде всего, перечень основных литературных источников.

Дополнительные источники литературы и информацию о рынке, предприятии, продукте, конкурентах, студенты подбираются самостоятельно, например: из статистических сборников, в библиотеках, информационных центрах, выставках, ярмарках, конференциях, семинарах и пр.

Изучение специальной литературы предполагает проведение вторичного анализа по периодической печати, при этом важно составлять таблицы, систематизировать цифровой материал, статистические данные представлять за 2-3 года.

При написании курсовой работы используются как вторичные источники информации, так и первичные данные, собранные студентом с помощью опросов специалистов-экспертов и потребителей товара.

В своей работе студенту надлежит использовать фундаментальные теоретические основы, проанализировать публикации в периодической печати по теме курсовой работы, обработать информацию первичных источников.

В целях эффективной обработки информации, студенту следует изучить специальную литературу, методики, инструкции по программированию расчетов маркетинговых исследований и знания в этой области, полученные по другим дисциплинам.

ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа выполняется на белой бумаге стандартного формата А 4 (210 x 297) по ГОСТ 2.301-68. Текст должен быть отпечатан на одной стороне листа, рекомендуемые параметры при выполнении курсовой работы на компьютере средствами текстового редактора Microsoft Word: тип шрифта – Times New Roman Cyr; размер шрифта 14; межстрочный интервал – 1,5.

Текст работы следует печатать, соблюдая следующие размеры полей: левое – 20 мм, правое – 10 мм, верхнее и нижнее – 20 мм.

Текст основной части работы делят на разделы, подразделы.

Заголовки разделов печатают прописными буквами по центру. Заголовки подразделов печатаются с красной строки строчными буквами (кроме первой прописной). Переносы слов в заголовках не допускаются, точка в конце заголовка не ставится. Расстояние между текстом и заголовком должно быть равным 1 интервалу. Подчеркивание заголовков не допускается. Каждая глава начинается с новой страницы, разделы внутри главы идут по тексту с отступом в 1 интервал.

Страницы нумеруются арабскими цифрами. Титульный лист включается общую нумерацию под номером 1. На титульном листе номер не ставится. На последующих страницах номер проставляется внизу страницы по центру листа. Образец оформления титульного листа дан в Приложении Б.

Разделы и подразделы имеют порядковую нумерацию в пределах всей работы и обозначаются арабскими цифрами. Точка в конце названия главы и

раздела не ставится. Номер подраздела состоит из номера раздела и номера подраздела, разделенных точкой. Нумерация пунктов аналогична нумерации подразделов, добавляется номер подпункта, отделенный точкой от номера подраздела (например, 2.1).

В курсовой работе следует применять наглядные средства подачи материалов: рисунки и таблицы.

Все иллюстрации (чертежи, схемы, графики) обозначаются словом «Рисунок» и нумеруются последовательно арабскими цифрами, нумерация сквозная в пределах всей работы.

Рисунки выполняются самостоятельно в компьютерном исполнении и могут быть как черно-белыми, так и цветными. Рисунки следует располагать непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые. Все рисунки должны иметь название, которое помещается **под рисунком** по центру (например, Рисунок 1 – Название рисунка). На графиках по осям координат следует указывать наименование показателей.

Таблицы нумеруются арабскими цифрами сквозной нумерацией без проставления знака «№». Надпись «Таблица» с указанием номера помещается над таблицей в левом верхнем углу с красной строки, после чего через тире, следует заголовок таблицы (например: Таблица 2 – Название таблицы).

Точка в конце наименования таблицы и рисунка не ставится.

Перенос части таблицы на другой лист не допускается. Если таблица не входит на одну страницу, то её следует перенести в приложение, сославшись на него по тексту работы. В каждой таблице должны быть указаны единицы измерения, обозначения которых пишутся в сокращенном виде (например, %, тыс.р., чел.). На все таблицы должны быть ссылки в тексте. При ссылке следует писать слово «таблица» с указанием номера.

Формулы следует нумеровать в пределах всей курсовой работы арабскими цифрами сквозной нумерацией, в круглых скобках в крайнем правом положении на строке (например: (1)).

Приводимые в курсовой работе цитаты должны быть краткими. Цитаты, а также все заимствованные из печати данные, обязательно должны иметь ссылку на использованный источник информации.

Ссылки на использованные источники следует указывать порядковым номером по списку использованных источников, выделенных квадратными скобками (например: [3] или [3, с.10]).

Приложения оформляются как продолжение курсовой работы, они должны располагаться за библиографическим списком. В тексте курсовой работы на все приложения должны быть даны ссылки. Приложения располагаются в порядке появления на них ссылок в работе.

Каждое приложение должно начинаться с новой страницы с указанием сверху в правом верхнем углу слова «ПРИЛОЖЕНИЕ» и его обозначения.

Приложения обозначаются заглавными буквами русского алфавита, начиная с буквы «А», за исключением букв «З», «Ь», «Ъ», «И».

Приложение должно иметь заголовок, который записывается симметрично относительно текста с прописной буквы отдельной строкой

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Название приложения

Если в тексте курсовой работы одно приложение, оно обозначается ПРИЛОЖЕНИЕ А.

Общий объем курсовой работы должен составлять 30-40 страниц.

Общее количество использованных литературных источников курсовой работы должно быть не менее 25.

Все работы проверяются на плагиат (допускается не более 40 процентов заимствованного текста), более 60% оригинальность текста.

Курсовые работы размещаются студентом в электронной библиотечной системе УрГЭУ и включаются в электронное портфолио студента.

Оформление списка литературы

Источники в списке использованной литературы позиционируются следующим образом:

- 1) Нормативно-правовые акты:
 - а) законы;
 - б) указы Президента РФ;
 - в) законодательные акты Федерального собрания РФ;
 - г) постановления Правительства РФ;
 - д) письма, инструкции, распоряжения министерств и ведомств РФ;
- 2) книги (монографии, сборники);
- 3) периодические издания;
- 4) статистические сборники и справочники;
- 5) печатные материалы на иностранных языках;
- 6) интернет-ресурсы.

Для всех литературных источников списка сохраняется непрерывная сквозная нумерация.

Следование ГОСТу строго обязательно. Необходимыми элементами описания являются: указания места издания (СПб.), года издания (2015), общего количества страниц источника (202 с.) или конкретных страниц цитаты (С. 23). Нормативно-правовые акты должны указываться в начале списка по мере в иерархическом порядке. Образец оформления источников литературы см. ниже.

Нормативные документы

Закон Омской области от 13.07.2004 г. №527-ОЗ «Об инновационной деятельности на территории Омской области» // Правовая справочно-информационная система «Гарант».

Книги одного, двух и более авторов

Джонсон, М. У. Управление отделом продаж. Планирование. Организация. Контроль [Текст] / М. У. Джонсон, Г. У. Маршал. – М.: ИД «Вильямс», 2014. – 640 с.

Сборники одного автора и коллективов авторов

Методологические проблемы теории бухгалтерского учета [Текст] / сост. А. Т. Коротков. – М.: Финансы, 2016. – 295 с.

Статьи из газеты или журнала

Бреусова, А. Г. Сибирь в региональной политике [Текст] / А. Г. Бреусова // Вестник Омского университета, серия «Экономика». – 2015. – № 2. – С. 81–86.

Интернет-источники

Патешман, В. Внедряем процессный подход [Электронный ресурс] / В. Патешман, А. Маховский. – Режим доступа: <http://www.osp.ru/cio/2007/10/4471217.html>. 18.06.2016.

Иностранная литература

Gray, C. F. Project Management: The Managerial Process / C. F. Gray, E. W. Larson. - NY: McGraw-Hill, 2016.

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

1. Влияние интернационализации и глобализации на развитие международного бизнеса
2. Пути повышения эффективности менеджмента в условиях глобализации экономики.
3. Унификация инструментов управления в международной практике.
4. Роль менеджмента в развитии внешнеэкономической деятельности предприятия
5. Формирование системы управления международным бизнесом в условиях глобализации
6. Вклад международных компаний в устойчивое развитие стран зарубежных филиалов
7. Механизм управления конкурентоспособностью предприятия в международном менеджменте

8. Особенности формирования и реализации конкурентной стратегии предприятия в условиях международной конкуренции
9. Формирование конкурентных преимуществ международной компании на российском рынке
10. Конкурентоспособность крупнейших туристических операторов на европейском (или ином зарубежном) рынке туризма
11. Тенденции развития индустрии туризма в мировой и российской экономике
12. Корпоративная культура и имидж международной компании
13. Роль корпоративной культуры в международной компании
14. Влияние международной системы качества ИСО 9000 на внешнеэкономическую деятельность предприятия
15. Организация системы менеджмента качества международных компаний
16. Международная сертификация продукции на российских предприятиях
17. Международные экологические стандарты качества (практика применения в России)
18. Управление этикой и социальной ответственностью в международной компании
19. Развитие социальной ответственности менеджмента в условиях глобализации.
20. Организационная структура и особенности управления ТНК и МНК (опыт ведущих концернов)
21. Формирование и оценка эффективности работы дистрибьюторской сети на зарубежном рынке
22. Ценовые стратегии ТНК при проникновении на мировые рынки
23. Формы и методы организации работы российских экспортеров на зарубежных рынках
24. Роль ТНК в развитии НИОКР и обмене технологиями
25. Управления брендом в международной компании
26. Бренд-менеджмент международной компании на мировом рынке (одежды, услуг и т.д.)
27. Управление изменениями в международной компании
28. Управление инновациями в международной компании
29. Управление маркетингом в международной компании
30. Маркетинговая деятельность международной компании на зарубежном рынке
31. Управление информацией в международной компании. Роль информационных технологий
32. Способы и механизмы снижения риска экспортной деятельности российских предприятий
33. Трансфертное ценообразование в международных компаниях
34. Роль интеллектуального и социального капитала в деятельности международной компании
35. Пути вхождения отечественных фирм в международный бизнес

36. Разработка стратегии выхода фирмы на зарубежные рынки
37. Стратегия развития международной деятельности фирмы
38. Стратегия международного маркетинга фирмы
39. Компаративный анализ международной политики компаний на международном рынке телекоммуникационных (или иных) услуг
40. Компаративный анализ моделей международного менеджмента в компаниях автомобильной (или иной) отрасли
41. Разработка стратегии продвижения продукции на зарубежные рынки
42. Франчайзинг как способ проникновения на внешние рынки / как способ организации международного бизнеса
43. Эффективности применения международного франчайзинга в компании на российском / зарубежном рынке
44. Модели встречной торговли как инструмент развития ВЭД
45. Внутрифирменные каналы сбыта международных компаний
46. Управление товародвижением на глобальном рынке
47. Управление продажами международной компании на зарубежных рынках
48. Управление / повышение эффективности международной выставочно-ярмарочной деятельности предприятия
49. Особенности управления персоналом в международных компаниях
50. Управление мотивацией в мультикультурном коллективе
51. Методы управления карьерой работников зарубежных предприятий.
52. Зарубежные модели мотивации и стимулирования персонала и их использование в России.
53. Методы управления персоналом предприятия в мировой практике
54. Методы принятия управленческих решений и их развитие в мировой практике.
55. Влияние кросс-культурных факторов на ведение международного бизнеса российскими предприятиями
56. Особенности делового этикета в международном менеджменте
57. Организация работы торговых подразделений за рубежом и их роль в развитии внешнеэкономических связей предприятия
58. Международная межфирменная кооперация и ее роль в повышении эффективности хозяйственной деятельности предприятий России
59. Международная научно-техническая кооперация: формы, особенности, примеры реализации
60. Международная производственная кооперация: формы, особенности, примеры реализации
61. Структура и задачи отдела внешнеэкономических связей в международной компании
62. Международные стратегические альянсы в авиапассажирских перевозках.
63. Международные альянсовые сети и мировая система метакорпораций: особенности создания и функционирования

64. Оценка эффективности слияний и поглощений международных компаний
65. Западные и восточные модели менеджмента
66. Управление глобальными проектами и мультикультурными командами
67. Управление процессом и оценка эффективности слияний и поглощений международных компаний
68. Место и роль ТНК в современной экономике и оценка потенциала транснационализации российских компаний
69. Экспансия российских ТНК в ближнее и дальнее зарубежье.
70. Руководитель в системе международного менеджмента: задачи, функции, методы оценки эффективности деятельности.
71. Прямые иностранные инвестиции ТНК
72. Проблемы и критерии выбора внешнеторгового партнера
73. Российские ТНК: особенности формирования и развития
74. Развитие малого бизнеса в условиях глобализации
75. Международная практика применения экологических стандартов
76. Международная тендерная торговля: процедуры и механизм участия
77. Стратегическое планирование деятельности совместного предприятия.
78. Стратегическое планирование инвестиционной деятельности предприятия-экспортера
79. Управление внешнеэкономической деятельностью предприятия.
80. Управление конфликтами (изменениями) в международной фирме.
81. Современные методы и модели управления в международных фирмах.
82. Механизм координации в управлении материальными потоками международной промышленной корпорации.
83. Информационные системы в международном бизнесе (планирования, анализа, контроллинга...).
84. Зарубежный опыт антикризисного управления и его адаптация к условиям России.
85. Концепция управления стоимостью предприятий и ее использование в условиях России.
86. Современные концепции стратегического управления деятельностью компании (концепция MOS, теория компетенций и динамических возможностей).
87. Формы и методы работы зарубежных компаний на российском рынке.
88. Анализ и обоснование возможности использования в России зарубежных моделей менеджмента.
89. Система внутрифирменного планирования в международной фирме.
90. Особенности и порядок организации контроллинга в международной практике.
91. Организация логистических процессов в международной фирме.
92. Международный опыт управления рисками предприятия.
93. Использование виртуальных процедур в управлении международной фирмой.
94. Социальная политика в международной фирме.

95. Совершенствование организации управления современной фирмой (на примере ТНК, СП и т.д.).
96. Совершенствование управления компанией на основе скандинавской (американской, японской или иной) модели менеджмента
97. Совершенствование коммуникационной политики компании в кросскультурной среде
98. Особенности ведения бизнеса в Африке (на Ближнем Востоке или иные регионы)
99. Совершенствование экспортной деятельности предприятия
100. Особенности делового этикета в международном менеджменте
101. Исследование / Анализ возможностей выхода компании на зарубежный рынок
102. Цифровая экономика: анализ взаимодействия информационных систем.
103. Новые бизнес-модели цифровой экономики.
104. Влияние информационных систем на конкурентное преимущество международной фирмы.
105. Информатизация международной фирмы и требования к квалификации и мотивации сотрудников.
106. Внедрение передовых моделей бизнеса российскими предприятиями: передовой опыт и российская специфика.
107. Мировой опыт и специфика создания «умных» предприятий в России
108. Новые модели управления предприятием в цифровой экономике
109. Новые типы организаций при реализации концепции «Индустрия 4.0».
110. Проблемы информационной безопасности при сборе и обработке данных системами искусственного интеллекта.
111. Основные направления развития «Интернета вещей». Влияние «интернета вещей» на фирму и общество.
112. Индустрия 4.0: понятия, технологии, опыт внедрения.
113. Социальные последствия «новой информационной революции» (искусственный интеллект, интернет вещей, Индустрия 4.0, комбинированное обучение).
114. Цифровизация менеджмента: перспективы и угрозы
115. Цифровая экономика и ее роль в управлении современными социально-экономическими отношениями
116. Цифровые инновации в управлении предприятием

ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

1. Международный менеджмент [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению 080200 "Менеджмент"

- (квалификация (степень) «бакалавр») / [Е. П. Темнышова [и др.] ; под ред. Е. П. Темнышовой. - Москва : Юрайт, 2017. - 456 с. <http://www.biblio-online.ru/book/77E07E3A-3D59-4249-81DA-FD170973691A>
- Капустина, Л. М. Международный менеджмент [Текст] : учебное пособие / Л. М. Капустина, Ю. Н. Кондратенко, Ю. Г. Мыслякова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. - Екатеринбург : [Издательство УрГЭУ], 2017. - 142 с. <http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/18/p490636.pdf> 25экз.
 - Гальчук, Л. М. Основы кросскультурной коммуникации и менеджмента: практический курс [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Теория и практика межкультурной коммуникации", "Международные отношения", "Мировая экономика", "Социально-культурный сервис и туризм" / Л. М. Гальчук. - Москва : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2015. - 175 с. <http://znanium.com/go.php?id=472421>

Дополнительная литература.

- Международный менеджмент [Текст] : учебник для бакалавров : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению 080200 "Менеджмент" (квалификация (степень) "бакалавр") / [Е. П. Темнышова [и др.] ; под ред. Е. П. Темнышовой ; Гос. ун-т упр. - Москва : Юрайт, 2013. - 456 с. 5экз.
- Сейфуллаева, М. Э. Международный менеджмент [Текст] : учебное пособие по дисциплине специализации "Менеджмент орг." / М. Э. Сейфуллаева. - 2-е изд., стер. - Москва : КноРус, 2012. - 227 с. 30экз.
- Холден, Н. Д. Кросс-культурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 521500 «Менеджмент» и специальностям 350400 «Связи с общественностью», 350700 «Реклама» / Найджел Дж. Холден; пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 384 с. <http://znanium.com/go.php?id=391710>
- Менеджмент [Текст] : учеб. по направлению и специальности "Менеджмент" / [А. Н. Алексеев [и др.] ; под общ. ред. И. Н. Шапкина. - Москва : Юрайт, 2011. - 690 с. 1экз.
- CAMPBELL, D. BUSINESS STRATEGY [Текст] : an introduction / D. CAMPBELL, D. EDGAR, G. STONEHOUSE. - Basingstoke : PALGRAVE MACMILLAN, 2011. - 363 с. 5экз.
- Владимирова, И. Г. Международный менеджмент [Текст] : учебник по специальности "Менеджмент орг." и по направлению "Менеджмент" / И. Г. Владимирова. - Москва : КноРус, 2011. - 437 с. 5экз.
- Котелкин, С. В. Международный финансовый менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Мировая экономика» и «Финансы и кредит» / С. В. Котелкин. - Москва : Магистр: ИНФРА-М, 2010. - 605 с. <http://znanium.com/go.php?id=191275>

8. Хохлова, Т. П. Теория менеджмента: история управленческой мысли [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» квалификация (степень) бакалавр / Т. П. Хохлова. - Москва : Магистр: ИНФРА-М, 2018. - 384 с. <http://znanium.com/go.php?id=920548>
9. Михалкин, В. А. Международный бизнес [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. А. Михалкин. - Москва : Магистр: ИНФРА-М, 2016. - 320 с. <http://znanium.com/go.php?id=538869>
10. Хохлова, Т. П. Теория менеджмента: история управленческой мысли [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» (квалификация (степень) бакалавр) / Т. П. Хохлова. - Москва : Магистр: ИНФРА-М, 2016. - 384 с. <http://znanium.com/go.php?id=538104>
11. Современные проблемы менеджмента в международном бизнесе : [монография] / [В. И. Королев [и др.] ; под ред. В. И. Королева ; Всерос. акад. внешней торговли. - Москва : Магистр: ИНФРА-М, 2013. - 400 с. <http://znanium.com/go.php?id=426905>
12. Яковлева, Е. А. Международный менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 Экономика и управление на предприятия лесного хозяйства и лесной промышленности / Е. А. Яковлева, М. А. Шибяев, Т. Л. Безрукова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Воронеж. гос. лесотехн. ун-т им. Г. Ф. Морозова. - Воронеж : ВГЛТУ, 2013. - 64 с. <http://znanium.com/go.php?id=858734>
13. Михалкин, В. А. Международный бизнес [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. А. Михалкин. - Москва : Магистр: ИНФРА-М, 2012. - 320 с. <http://znanium.com/go.php?id=315695>
14. Внешнеэкономическая деятельность предприятия [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по экон. специальностям / [Л. Е. Стровский [и др.] ; под ред. Л. Е. Стровского. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ, 2011. - 503 с. 1экз.
15. Ковалев, Н. Р. Международный менеджмент [Текст] : учебник по специальности "Менеджмент организации" / Н. Р. Ковалев, Е. Е. Юшкевич ; Федер. агентство по образованию, Урал. гос. экон. ун-т. - 2-е изд., перераб. и доп. - Екатеринбург : [Издательство УрГЭУ], 2008. - 589 с. 3экз.
16. Виноградский, Б. Б. Менеджмент в китайской традиции [Текст] : учебное пособие / Б. Б. Виноградский, В. С. Сизов. - Москва : Экономистъ, 2007. - 255 с. 5экз.
17. Шимко, П. Д. Международный финансовый менеджмент [Текст] : [учебное пособие] / П. Д. Шимко. - Москва : Высшая школа, 2007. - 431 с. 20экз.
18. Международный менеджмент [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Менеджмент" / С. Э. Пивоваров [и др.]. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2005. - 647 с. 1экз.
19. Ковалев, Н. Р. Международный менеджмент [Текст] : учебник по специальности "Менеджмент орг." / Н. Р. Ковалев, Е. Е. Юшкевич; М-во образования Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т ; М-во образования Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. - Екатеринбург : Издательство УрГЭУ, 2004. - 508 с. 12экз.

20. Кузьмина, Т. И. Международный менеджмент: Управление в международных компаниях [Текст] : учебник по специальности "Менеджмент орг." / Т. И. Кузьмина. - Москва : ФБК-ПРЕСС, 2004. - 239 с. 4экз.
21. Холленсен, С. Глобальный маркетинг [Текст] : учебное пособие / Свен Холленсен; [пер. с англ.: Е. Носова, К. Юрашкевич]. - Минск : Новое знание, 2004. - 832 с. 1экз.
22. Международный менеджмент [Текст] : учебное пособие / [С. Э. Пивоваров [и др.]]. - Санкт-Петербург : Питер, 2002. - 253 с. 1экз.
23. Попов, В. М. Менеджмент и маркетинг бизнеса в международных компаниях [Текст] : производственно-практическое издание / В. М. Попов, С. И. Ляпунов, С. Ю. Муртузалиева; под ред. В. М. Попова. - Москва : Финансы и статистика, 2001. - 384 с. 18экз.
24. Международный менеджмент [Текст] : учебник для вузов по специальности "Менеджмент" / под ред. С. Э. Пивоварова [и др.]. - Санкт-Петербург : Питер, 2000. - 623 с. 1экз.
25. Андреева, Е. Л. Международный менеджмент [Текст] : учебное пособие / Е. Л. Андреева ; М-во образования Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. - Екатеринбург : Издательство УрГЭУ, 2000. - 89 с. 2экз.
26. Белорусов, А. С. Международный менеджмент [Текст] : учебник / А. С. Белоусов. - Москва : Юристъ, 2000. - 223 с. 3экз.
27. Андреева, Е. Л. Международный менеджмент: принятие решений в условиях интернационализации [Текст] : учебное пособие / Е. А. Андреева ; Урал. гос. экон. ун-т. - Екатеринбург : Издательство Урал. гос. экон. ун-та, 1999. - 49 с. 1экз.
28. Дэниелс, Дж. Д. Международный бизнес. Внешняя среда и деловые операции [Текст] : учебник / Дж. Д. Дэниелс, Л. Х. Радеба ; пер. с англ. С. В. Власенко [и др.] ; под ред. Л. И. Евенко. - 6-е изд. - Москва : Дело, 1998. - 746 с. 52экз.
29. Дэниелс, Дж. Д. Международный бизнес: внешняя среда и деловые операции [Текст] : [учебник] / Дж. Д. Дэниелс, Л. Х. Радеба ; общ. ред. и вступ. ст. Л. И. Евенко ; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации, Высш. шк. междунар. бизнеса. - Москва : Дело, 1994. - 746 с. 14экз.

ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО- ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. <http://www.upravlenie24.ru/intermanagment.htm>
2. <http://praktikmanager.ru/>
3. <http://www.managment.aaanet.ru/>
4. <http://www.cfin.ru/management/>
5. <https://www.onlinedegrees.ru/Kursy>
6. <https://vse-kursy.com/onlain/business/manager/>
7. <https://lifehacker.ru/sam-sebe-mba-5-besplatnyx-kursov-po-biznes-menedzhmentu/>

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский государственный экономический университет»

КУРСОВАЯ РАБОТА

Дисциплина: _____

Тема: _____

Название института

Направление

38.03.02 Менеджмент

Профиль

Кафедра маркетинга и международного
менеджмента

Дата защиты: _____

Студент _____

(ФИО)

Группа _____

Руководитель _____

(ФИО, должность, уч. степень)

Екатеринбург

20 _____ г.