
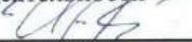


ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОПОП ВО
по направлению подготовки


(подпись) С.Н.Науменко
26.08. (инициалы, фамилия) 2021г.

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
менеджмента внешнеэкономической
деятельности


(подпись) И.Ю. Беганская
26.08. (инициалы, фамилия) 2021г.

Методические рекомендации по выполнению курсовой работы
«Международный менеджмент и маркетинг»

Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент
Магистерская программа	«Международный менеджмент»
Квалификация	магистр
Форма обучения	заочная
Год начала подготовки по учебному плану	2021
Авторы / Составители	зав. кафедрой, д-р экон. наук, доцент И. Ю. Беганская; доцент, канд. экон. наук, доцент Л.В.Кулешова

Рассмотрено
на заседании ПМК кафедры
«Менеджмент внешнеэкономической
деятельности»
Протокол № 1 от 26 августа 2021 г.

Одобрено на заседании кафедры
и рекомендовано к утверждению
Протокол № 1 от 26 августа 2021 г.

Донецк
2021

УДК [339.9:005+339.138] (076.6)
ББК У298 -21-32я81
М54

Методические рекомендации по выполнению курсовой работы
М54 «Международный менеджмент и маркетинг» для обучающихся 2 курса ОП магистратуры направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа: «Международный менеджмент» заочной формы обучения / Минобрнауки ДНР, ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», Кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности ; сост. И. Ю. Беганская, Л. В. Кулешова, – Донецк :ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2021. - 34 с.

Методические рекомендации предназначены для выполнения курсовой работы по дисциплине обучающихся 2 курса ОП магистратуры направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа: «Международный менеджмент» заочной формы обучения. Содержат необходимую для обучающихся информацию по написанию курсовой работы, среди которых: требования по содержанию введения, выводов, информационному наполнению глав курсовой работы. Предложена примерная тематика курсовых работ, перечень рекомендуемой литературы, даны образцы по оформлению титульного листа, таблиц, рисунков.

УДК [339.9:005+339.138] (076.6)

ББК У298 -21-32я81

© Беганская И. Ю., Кулешова Л. В., 2021

© ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2021

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
1. ОСОБЕННОСТИ ВЫБОРА ТЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ НА РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ	7
2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ НАПИСАНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	13
3. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ ПО НАПИСАНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	14
4. ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	16
5. ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ И ЗАЩИТЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	22
6. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	27
7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	30
8. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	31
ПРИЛОЖЕНИЯ	34

ВВЕДЕНИЕ

Согласно действующим учебным планам подготовки ОП магистратуры направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа: «Международный менеджмент»), обучающиеся обязаны выполнить курсовую работу по дисциплине «Международный менеджмент и маркетинг».

Основная цель курсовой работы - проверка степени усвоения обучающимся теоретических и практических вопросов учебной дисциплины, определение умения обобщать и анализировать экономические и социальные явления.

Курсовая работа является важным подготовительным этапом к выполнению магистерской диссертации и представляет собой один из видов самостоятельной учебной и научно-исследовательской работы, предназначенный подтвердить уровень приобретенных знаний, умений и использование их при разработке теоретических и практических вопросов в области менеджерской деятельности, в обосновании управленческих подходов к решению поставленных в работе задач.

Курсовая работа представляет собой самостоятельное научное исследование обучающегося, завершающее изучение дисциплины, и посвященное одной из актуальных проблем международного менеджмента и маркетинга. Выполнение курсовой работы предполагает отражение уровня общетеоретической специальной подготовки обучающегося, его способности к научному творчеству, умения использовать полученные навыки в научных исследованиях по избранной специальности.

Написание курсовой работы должно способствовать более глубокому усвоению обучающимися программных вопросов по учебной дисциплине «Международный менеджмент и маркетинг». Это требует от них самостоятельного углубленного изучения не только учебной, но и специальной

литературы: монографий, статей, которые печатаются в периодических изданиях, научных сборниках и т.д., а также использования результатов практической и аналитической работы, полученных при прохождении практики на предприятиях и в организациях. Предъявляется требование, чтобы курсовая работа содержала элементы научного поиска и разработки, направленные на решение вопросов эффективного функционирования хозяйствующих субъектов.

Для этого необходимо осуществить сбор и сравнительный анализ информации, содержащейся в различных литературных источниках, отыскать и проработать соответствующие статистические, инструктивные, нормативные и отчетные материалы предприятий или организаций.

Необходимо отметить, что данная курсовая работа может выполняться и на английском языке. Английский язык в современном мире важен для каждого специалиста в сфере международной деятельности, который мечтает об успешной карьере. И активно применять его в жизни стоит уже в академии при написании курсовых, дипломных работ и магистерских диссертаций. Тематика на английском языке представлена далее.

Прежде чем начать работу над курсовой, обучающемуся необходимо ознакомиться с требованиями к самостоятельно выполняемой части работы.

Общие положения курсовой работы:

1. Курсовая работа должна быть творческим результатом труда обучающегося, в котором он проявляет свои умения и навыки по обработке и анализу методической, научной литературы и периодических изданий, объединению собранного теоретического материала с результатами исследований.

2. Работа должна содержать собственный анализ, практический опыт, личные выводы по выбранной проблеме исследования.

3. Работа должна быть посвящена актуальной теме исследования, иметь теоретическое и практическое значение.

4. Плановость и точность выполнения – обязательные условия написания курсовой работы.

5. Обучающийся должен объективно и критически анализировать материал, используемый в своей работе.

5. Точность и ясность изложения материала – обязательное требование к написанию курсовой работы.

6. Курсовая работа должна соответствовать общим требованиям по ее оформлению, которые указаны в методических рекомендациях.

1. ОСОБЕННОСТИ ВЫБОРА ТЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ НА РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Выбирая тему курсовой работы по тематике, предложенной кафедрой, обучающийся должен сориентироваться в том, чтобы исследование, проведенное в процессе написания курсовой работы, можно было продолжить в дальнейших научных поисках. При выборе темы исследования целесообразно руководствоваться разными мотивами: актуальность выбранной проблемы; будущая профессия и уровень подготовки; наличие теоретической базы; возможность получения при внедрении эффективных управленческих, социальных или экономических результатов; предпочтения; научные интересы и тому подобное.

Выбранная тема согласовывается с научным руководителем и утверждается на кафедре. Дальнейшее ее изменение или корректировка возможно только с разрешения научного руководителя при достаточном обосновании изменений обучающимся.

Ориентировочная тематика курсовых работ на русском языке приведена ниже:

1. Формирование ценовой политики фирмы при выходе на внешние рынки.
2. Использование фундаментального анализа товарных рынков при осуществлении международной бизнес-деятельности.
3. Повышение конкурентоспособности предприятия на международном рынке услуг.
4. Формирование конкурентоспособной стратегии предприятий на международном рынке услуг.
5. Формы выхода предприятий на внешние рынки: современные подходы.
6. Международное партнерство на рынке туристических услуг.

7. Франчайзинг как форма выхода предприятия на внешний рынок.
8. Стратегические профили ТНК: сущность, особенности.
9. Современные подходы к управлению международным составом персонала ТНК.
10. Современные стратегические альянсы как форма выхода на внешний рынок.
11. Виды и принципы формирования мировых цен (на примере...).
12. Международные стандарты качества: особенности использования субъектами ВЭД.
13. Особенности ценообразования при ведении международного бизнеса.
14. Современные формы деятельности торговых посредников на международном рынке.
15. Управление товародвижением в международной деятельности.
16. Условия работы посредников на международных рынках сбыта.
17. Управление изменениями и трансформациями в глобальных корпорациях.
18. Разработка стратегии выхода предприятия на зарубежный рынок (на примере...).
19. Оффшорный аутсорсинг в управлении предприятием на международном рынке.
20. Адаптация и реализация маркетинговой стратегии транснациональной корпорации на международном рынке (на примере ...).
21. Бизнес-планирование маркетинговой деятельности фирмы на внешнем рынке (на примере ...).
22. Совершенствование сервисной политики компании на зарубежных рынках (на примере ...).
23. Совершенствование ценовой политики предприятия на зарубежном рынке (на примере ...).
24. Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями глобальных сетевых компаний (на примере ...).

25. Интернет как средство продвижения услуг на зарубежном рынке (на примере ...).
26. Интернет-технологии как маркетинговый инструмент в деятельности зарубежных компаний (на примере ...).
27. Маркетинговая логистика в международных каналах распределения (на примере ...).
28. Маркетинговая ценовая политика фирм в Интернете (на примере...)
29. Маркетинговые методы обеспечения конкурентоспособности предприятия на зарубежных рынках (на примере ...).
30. Анализ конкурентной среды и оценка конкурентоспособности многонациональных компаний (на примере ...).
31. Маркетинговые стратегии проникновения предприятия на внешние рынки (на примере ...).
32. Маркетинговые стратегии управления филиалом транснациональной корпорации (на примере ...).
33. Формирование вторичной маркетинговой информации на зарубежных рынках (на примере ...).
34. Оценка эффективности услуг международного аутсорсинга при работе на зарубежном рынке (на примере ...).
35. Дипломатия в международной деятельности.
36. Кросскультурные различия и эффективные международные бизнес-коммуникации.
37. Цели, средства и методы рекламы в международной деятельности.
38. Управление человеческими ресурсами и трудовыми отношениями в транснациональных корпорациях.
39. Управление ценообразованием в международной деятельности.
40. Организационное развитие международных корпораций.
41. Стратегия роста в деятельности международных компаний.
42. Этика бизнеса и ее роль в эффективном функционировании международных корпораций на современном этапе.

43. Товарная политика фирмы при осуществлении международной деятельности.

44. Оффшорные компании и их роль в ценообразовании при осуществлении международной деятельности.

45. Международные торги: понятие, виды и информация об их проведении

46. Методика проведения маркетинговых исследований на внешнем рынке.

47. Сбытовая политика в системе международного маркетинга.

48. Торговые марки и торговые знаки в сбытовой деятельности предприятия на международном рынке.

49. Информационное обеспечение функционального управления международной сбытовой политикой.

50. Планирование рекламных кампаний и оценка их эффективности в международной бизнес-деятельности.

51. Страхование международных торговых операций.

52. Нетрадиционные методы финансирования международных торговых операций.

53. Маркетинговый менеджмент и его роль в управлении международной компанией.

54. Анализ модели маркетингового менеджмента (на примере...).

55. Управление маркетингом: глобальная и кросс-культурная модели.

56. Управление продуктом/брендом на зарубежном рынке: базовая концепция (на примере)

57. Этические аспекты бизнеса различных стран и этнокультурных групп.

58. Форфейтинг как одна из форм финансирования международных торговых операций.

59. Торговые дома как одна из форм посредничества на международном рынке.

60. Бренд-сообщества и бренд-группы в социальных сетях: место и роль в продвижении товаров и услуг на международном уровне.

Магистерская программа «Международный менеджмент» предполагает написание курсовых работ и на английском языке. Что стоит обязательно учесть, делая перевод курсовой работы на английский:

помнить об особенностях письменной речи в русском и английском языках; использовать только научный стиль в курсовой;

применять лексико-грамматические конструкции английского языка;

соблюдать точность фразеологических оборотов и идиом;

разобраться с аббревиатурами, сокращениями и прочими сложностями, которые могут возникнуть при переводе;

учитывать стилистические особенности английского языка;

не забывать о грамотном оформлении варианта курсовой;

продумывать защиту курсовой: какие тезисы планируете использовать, как их акцентировать в самой работе; учитывать, что минимальная уникальность текста в иностранных курсовых, как правило, выше, чем в русских - 75% против 65%.

Ориентировочная тематика курсовых работ на английском языке представлена ниже.

1. Enterprise personnel management methods in world practice.
2. Foreign experience in redesigning companies based on business processes.
3. International experience in enterprise risk management
4. Career management methods for employees of foreign enterprises
5. The use of virtual procedures in the management of an international company.
6. Ways to improve the efficiency of management in the context of economic globalization.
7. Social policy in an international company.

8. Development of social responsibility of management in the context of globalization.
9. Development of organizational culture in international management.
10. Innovation management in international practice.
11. Enterprise value management concept Legal regulation of the activities of TNCs in the host countries (...).
12. The marketing environment of the foreign market (a specific product, country) and the development of a marketing strategy to promote (a specific product) to the market (a specific country, region).
13. Formation and assessment of the effectiveness of the distribution network in the foreign market (on the example of a specific company).
14. Organization of trade and intermediary activities of a foreign trade firm, ways to improve its efficiency (for a specific example).
15. The choice of effective advertising media in the process of promoting products (goods, services) to the world market.
16. Marketing management and organization of an enterprise's entry to the external market (for a specific example).
17. Justification of the marketing strategy of the joint venture.
18. Substantiation of the pricing method for products sold by the enterprise on the world market.
19. Segmentation of sales markets for products (goods, services) of a joint venture.
20. Development of a marketing strategy at various stages of the life cycle of an enterprise product.
21. Methods for increasing the competitiveness of the company's products in the world market (for a specific example).
22. Using the world experience of marketing communications and advertising in increasing the efficiency of enterprises (for example ...).
23. Marketing communications in foreign economic activity (for example ...). Marketing planning system of an international company (for example ...).

24. Improving the methods of promoting goods on the international market (for example ...).
25. Methods for evaluating the effectiveness of advertising costs in foreign enterprises.
26. Planning and organization of the company's exhibition activities in the international field.
27. Planning and organization of the system of commodity distribution and sales of the company in international markets.
28. Investigation of the characteristics of consumer behavior in national markets.
29. Business Globalization and Internet Marketing.
30. Formation of recognition and brand loyalty of the company in the global economic environment (on the example of a specific TNC).
31. A marketing complex when introducing innovative products (goods, services) of a company to the market (using the example of a specific TNC).
32. Competitive position of an international company in terms of product differentiation.

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ НАПИСАНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Целью написания курсовой работы является систематизация, углубление и закрепление теоретических знаний и практических навыков, полученных в процессе изучения дисциплины «Международный менеджмент и маркетинг».

Поставленная цель курсовой работы способствует успешному решению следующих задач:

закрепление и углубление знаний по дисциплине, полученных студентами в процессе обучения;

систематизация и углубление теоретических знаний в контексте решения определенных практических задач;

обоснование конкретной проблемы, которая не нашла достаточного освещения в научной литературе и не решена на практике;

самостоятельное выявление путей и средств решения определенной проблемы;

установление внутренних и внешних связей между явлениями и процессами, которые являются существенными для решения конкретной практической задачи;

формирование выводов, рекомендаций и предложений по результатам проведенного исследования.

развитие умений в области анализа, обобщения;

подготовка студентов к написанию магистерской диссертации.

Успешное написание курсовой работы зависит от многих факторов, среди которых важнейшим является четкое понимание требований, предъявляемых к процессу написания работы. Эти требования касаются, прежде всего, научного уровня работы, ее содержания, структуры, формы изложения материала, а также оформления.

3. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ ПО НАПИСАНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Основными этапами выполнения курсовой работы являются:

1. Выбор и утверждение темы курсовой работы.
2. Сбор и изучение литературы.
3. Составление плана работы.
4. Сбор статистических материалов и проведение исследования.
5. Написание текста и оформление курсовой работы.
6. Защита курсовой работы

Курсовая работа выполняется на основе углубленного изучения и творческого критического осмысления специальной отечественной и зарубежной литературы, действующего законодательства и международных

законодательных актов, передового опыта по решению выбранной проблемы, в том числе зарубежного, а также результатов данных, полученных студентом во время собственных исследований, проведенных во время прохождения практики, с целью решения определенных профессиональных задач. Особое внимание следует обратить на периодические издания: газеты, научные журналы, в которых можно найти последние результаты исследований специалистов. Предварительное ознакомление с литературными источниками является основой для составления структуры курсовой работы.

В работе на примере конкретной международной компании, корпорации, организации (группы организаций), дается анализ и характеристика проблемы, описываются пути ее решения с учетом анализа теоретических положений, тенденций развития рынка или отрасли, а также международного опыта.

Курсовая работа по дисциплине «Международный менеджмент и маркетинг» может основываться на обобщении выполненных ранее обучающимся курсовых работ и проектов.

Структура является важной основой будущей курсовой работы. Она определяет общую направленность исследования, позволяет логически связать отдельные проблемы выбранной и развернутой в тексте работы темы, разместить их в определенной последовательности.

Исследование нужно начинать с общих теоретических положений, а затем переходить к анализу конкретных явлений и процессов.

Структура работы составляется обучающимся самостоятельно после предварительной обработки информационных источников, согласовывается с научным руководителем, корректируется при необходимости и утверждается.

Структура определяется объемом и сложностью исследования: чем шире круг вопросов рассматривается, тем более детальным должно быть содержание.

Выполненная курсовая работа в установленный срок предоставляется научному руководителю для рецензирования. В своей рецензии преподаватель отмечает положительные стороны и недостатки курсовой работы, оценивает степень самостоятельности формулировки основных положений и выводов,

наличие элементов творческого поиска и новизны, величину массива обработанной информации, соблюдения требований по содержанию и оформлению работы, а также делает вывод о допуске к защите.

В случае неудовлетворительной оценки работа должна быть переделана с учетом замечаний руководителя.

Процедура защиты предусматривает краткое изложение студентом основных проблем исследования и их решения, ответы на заданные вопросы.

4. ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа состоит из титульного листа, содержания, введения, основной части, выводов, списка использованных источников, приложений. Рекомендуемый объем работы 45-55 страниц.

4.1. Введение.

Содержит в сжатой форме все фундаментальные положения, обоснованию которых посвящена курсовая работа, в том числе: обоснование выбора темы; актуальность выбранной темы; степень её разработанности; цель и задачи; объект и предмет исследования.

1. Формулировка актуальности темы и постановка проблемы – обучающийся, выполняющий курсовую работу, должен определить причины и обстоятельства возникновения определенной проблемы в международной бизнес-деятельности, менеджменте и маркетинге связь с важными научными и практическими задачами, и доказать необходимость исследования данной проблемы.

2. Обзор исследований и публикаций по исследуемой проблеме – обучающемуся необходимо привести характеристику основных результатов исследований, в которых начато решение данной проблемы и на которые он будет опираться в своей работе; такой анализ позволяет определить, какие аспекты проблемы уже освещены в научных и практических публикациях с целью недопущения плагиата и конкретизации фокуса исследовательского

внимания, поскольку помогает определить нерешенные части исследуемых проблем и обосновать актуальность авторского взноса в их решение.

3. Цель исследования – описание того прогнозируемого состояния (проектного результата), в котором обучающийся - исследователь хотел бы видеть объект исследования в соответствии с социально-экономическим заказом.

Цель должна формулироваться коротко и максимально четко, выражать то основное, что намеревается сделать исследователь. Наиболее приемлемыми образцами формулировки цели исследования выступают: «Обоснование теоретических, методических и практических положений по...», «Выявление сущности, основных проблем и перспектив развития...», «Разработка путей совершенствования ... » и др. В формулировке цели нельзя допускать описания методов исследования, например, целью не может быть «анализ проблем ...».

4. Объектом исследования является фрагмент объективной реальности. С точки зрения компании, организации вся объективная реальность состоит из двух классов объектов — из систем и процессов. Поэтому объектом выступает либо система (например, финансовая система корпорации), либо процесс (например, процесс материального обеспечения производственной деятельности транснациональной корпорации). Примером формулировки объекта может быть следующее: «Объектом исследования в курсовой работе является процесс формирования маркетинговых коммуникаций на внешнем рынке», процесс осуществления международной деятельности.

5. Предмет исследования – одна из функций, свойств, характеристик объекта исследования, его качества, область применения и тому подобное. То есть предмет исследования (например, организационно-экономические условия формирования организационной структуры, методические и практические положения по обеспечению или развитию определенного процесса, явления; методология, принципы) всегда только конкретная часть исследуемого объекта, например: инструменты ценообразования на международных рынках; управление изменениями и трансформациями в ТНК.

6. Задачи исследования – положения, в которых конкретизируется и развивается цель исследования; как показывает опыт, задачи, которые ставит перед собой исследователь, всегда носят комплексный характер и нацелены на уточнение и углубление знания о сущности, природе и структуре исследуемого объекта; анализ его реального состояния и внутренних противоречий; раскрытие путей и способов решения существующей проблемы.

Формулировка задач научного исследования также должна быть достаточно четкой, поскольку она сводится, как правило, к перечислению того, что должно быть сделано в целях исследования (например: выявить влияние определенных факторов на развитие международного бизнеса, установить зависимость эффективности экспортных операций от планирования рекламных кампаний; обосновать необходимость использования маркетингового менеджмента в управлении международной компанией и т.д.).

7. Методы исследования – в данной части введения указываются основные методы, которые используются для решения указанных заданий исследования; при этом отмечается сам метод и результат решения задачи, например: «финансовый коэффициентный анализ для выявления основных показателей финансового состояния корпорации и их изменений в динамике».

8. Основные научные и практические результаты исследования и сфера их применения, например: «усовершенствована классификация факторов формирования организационных структур управления ценообразованием в международной деятельности», «Получило дальнейшее развитие трактовка понятия «система финансирования международной бизнес-деятельности», «по результатам исследования опубликовано: опубликовано 2 статьи и 1 тезисы докладов на конференции», «результаты работы внедрены в ...».

4.2. Основная часть

Основная часть должна состоять из 4-х глав.

В первой главе рассматривается теоретический материал по выбранной теме. При этом предполагается выяснение содержания основных понятий и категорий по теме, выявление основных факторов, влияющих на их развитие,

выявление тенденций функционирования данных категорий на современном этапе развития, составляющих механизма его функционирования и развития. В ходе исследования рассматриваются различные подходы к решению проблем по выбранной теме, высказывается и обосновывается собственное мнение.

Ссылки на используемые библиографические источники являются обязательными в силу авторского права на опубликованные материалы (рисунки, схемы, таблицы, определения, графики и т.д.)

Работа над первой главой должна позволить научному руководителю оценить и отметить в отзыве наличие способности анализировать и выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей, собирать, анализировать и обрабатывать необходимые данные, выполнять информационные обзоры, выбирать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы.

Завершается глава общим выводом по теоретическим аспектам выбранной темы исследования, отражаются обобщения и собственное видение.

Вторая глава посвящена анализу деятельности конкретного субъекта международного бизнеса (корпорации, альянса, совместного предприятия, компании, кластера), статистических и фактических данных, оценивается состояние развития и функционирования предмета исследования, положительные достижения и недостатки, выявляются проблемы, предпосылки которые обуславливают их.

В ходе анализа используются аналитические таблицы, расчеты, формулы, схемы, диаграммы и графики. Целесообразно проанализировать деятельность, используя данные за два, три года. Для сравнения целесообразно изучить опыт других предприятий-участников международной бизнес-деятельности, работающих в аналогичных условиях.

Для повышения качества курсовой работы обучающийся должен осуществлять обработку первичной информации с помощью вычислительной техники, прикладных программ. Ценным в работе является использование

возможностей INTERNET для сбора и анализа современной информации в сфере международного менеджмента и маркетинга.

Завершается глава общим выводом по проблеме данной главы, где необходимо отразить недостатки нормального функционирования субъекта международной бизнес-деятельности, определяются направления решения выявленных проблем.

В третьей главе рассматриваются и обосновываются направления решения выявленных проблем, предлагаются пути решения исследуемой (разрабатываемой) проблемы; конкретные практические рекомендации и предложения по совершенствованию исследуемых (разрабатываемых) явлений и процессов. Обучающийся должен дать конкретные рекомендации для дальнейшего улучшения работы субъекта международной бизнес-деятельности.

Разрабатывая предложения и рекомендации по экономическим, организационным и управленческим вопросам деятельности в сфере международного менеджмента и маркетинга, обучающийся должен выявить их эффективность. Если речь идет о внедрении новой технологии, форм организации, системы управления, сбыта, ценообразования необходимо иметь в виду не только их положительный эффект, но и подсчитать и сравнить затраты, связанные с внедрением (материальные, трудовые, финансовые). Без такой оценки невозможно выяснить степень реального внедрения и окупаемость рекомендаций, которые предлагаются автором курсовой работы.

Завершается глава общим выводом по рекомендациям, которые даны в третьей главе подводится итог по направлениям и способам совершенствования или решения поставленных проблем.

В четвертой главе «Охрана труда» рассматривается нормативно-правовая база по вопросам безопасности жизнедеятельности, охраны труда на государственном или международном уровне, регулирующая деятельность субъекта международной бизнес-деятельности. Также уделяется внимание организации охраны труда на исследуемом субъекте международной бизнес-деятельности. Необходимо осветить кратко структуру службы охраны труда, ее

задачи, информацию о травматизме на объекте, о влиянии природных и техногенных угроз на формирование и проявление возможных чрезвычайных ситуаций, наличие планов действия и средств защиты персонала от негативного действия чрезвычайных ситуаций и пр.

Завершается глава общим выводом по проблеме данной главы, где необходимо отразить недостатки нормального функционирования системы охраны труда и обеспечения безопасности предприятия и предложения по устранению выявленных недостатков.

4.3. Заключение.

Данная часть курсового исследования содержит выводы и предложения из всех четырех глав, а также конкретные результаты решения задач в теоретическом, аналитическом и практическом аспектах, дается оценка социально-экономической эффективности предложенных решений. Последовательность изложения выводов должна быть связана с целью и задачами, которые были указаны в введении.

4.4. Список использованных источников

Содержит описание всех источников информации (учебной и учебно-методической литературы, нормативно-правовых актов, монографий, статей, источников статистической информации, материалов предприятий и др.), которые были использованы при написании курсовой работы.

Наличие ссылок на источники информации является обязательным для исключения плагиата и подтверждения достоверности иллюстративного материала.

1. Список включает цитируемую, упоминаемую и изученную автором литературу.

2. Содержание списка определяется автором работы. Особое внимание уделяется отражению литературы последних 3-5 лет, как показатель информированности автора о современном состоянии изучаемой темы.

3. При оформлении библиографического списка целесообразно его назвать «Список использованных источников».

4. Список отражает все виды документов независимо от формы (способа) их представления и носителя (печатные материалы, географические карты, электронные носители, информация удаленного доступа и т.д.).

4.5. Приложения

В приложения целесообразно включать вспомогательный материал, необходимый для полноты восприятия работы: отчетность, формулы и расчеты; таблицы цифровых данных; инструкции и методики и т.п.

5. ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ И ЗАЩИТЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

На первом этапе обучающийся выбирает тему курсовой работы и согласовывает ее с научным руководителем.

На втором этапе происходит поиск, анализ и обобщение информации, содержащейся в литературе (учебниках, учебных пособиях, монографиях, статистических сборниках, научных статьях и т.д.) в соответствии с выбранной темой. Перечень основной литературы по дисциплине «Международный менеджмент и маркетинг» закреплен в рабочей программе учебной дисциплины. На основе проведенного обзора литературы обучающийся разрабатывает содержание курсовой работы с указанием основных глав и параграфов. План согласовывается с руководителем и утверждается им.

На третьем этапе обучающийся обосновывает актуальность темы, формулирует цель и основные задачи курсовой работы, определяет объект и предмет исследования; определяется с информационным обеспечением выполнения курсовой работы. В дальнейшем отдельные составляющие введения могут дорабатываться и уточняться в соответствии с содержанием курсовой работы. Объем введения в курсовой работе должен составлять не более двух-трех страниц текста.

Важно понимать, что при выборе темы исследователь глубоко изучает имеющуюся социально-экономическую информацию, в результате чего имеет возможность сформулировать цели и задачи научного исследования.

Своеобразным переходным моментом от выбора темы до постановки цели и задач научного исследования является составление плана исследования. Дело в том, что, составляя план, исследователь тем самым конкретизирует те главные вопросы темы, на которых он намерен сконцентрировать свое внимание. В то же время пункты плана в определенной степени отражают цели и задачи научного исследования.

Таким образом, составление плана является важным моментом научной деятельности исследователя. Как свидетельствует опыт, каждый, кто берется осуществлять любое научное исследование с самого начала работы и до завершения ее должен иметь план: план диссертации, план монографии, план доклада, план статьи и тому подобное. Поскольку в начале научного исследования составить окончательный вариант плана практически невозможно, то исследователю приходится разрабатывать несколько вариантов: предварительный план, рабочий план, окончательный план. Предварительный план научного исследования формируется, как правило, на основе гипотезы, то есть на основе предположения, что вызревает на основе интуиции или на предварительно разработанной версии. Предварительный план только в основных чертах характеризует предмет исследования, является достаточно гибким относительно возможных изменений и уточнений. Состоит он произвольно и, как правило, имеет форму плана-рубрики, содержит перечень расположенных в колонке рубрик, объединенных внутренней логикой исследуемой темы.

Если предварительный план приближен к этапу выбора темы, то рабочий план занимает золотую середину между темой и формулировкой цели и задач научного исследования. Он более точно отражает тему исследования и более полно охватывает цели и задачи, т. е. это план, который претерпел определенные уточнения в процессе дальнейшей обработки социально-экономической информации. В нем более подробно расписываются все проблемы, вопросы, мнения к каждому пункту исследования, источники, на

основе которых исследователь намерен разрабатывать соответствующий вопрос.

Окончательный план представляет собой реферативное изложение расположенных в логическом порядке вопросов, по которым в дальнейшем будет систематизировать весь наработанный материал. Окончательный план, как правило, имеет форму плана-проспекта. Он дает определенное представление об основных положениях будущего исследования, принципах раскрытия темы, соотношения объемов отдельных частей и т. д. Окончательный план - это практически названия разделов и параграфов вместе с их реферативным изложением. Окончательный план меньше приближен к этапу выбора темы и больше связан с этапом формулировки цели и задач исследования. Следует иметь в виду, что окончательный план — это не догма.

Он, как и предварительный и рабочий, имеет динамический характер. Сохраняя определенное научное направление, исследователь, может развивать идеи и мысли, которые выходят за рамки, очерченные планом-проспектом.

Таким образом, окончательный план выводит исследователя на этап формулировки цели и задач исследования. Чтобы справиться с ним, необходимо, прежде всего, следует тщательно изучить, разработать научную информацию, касающуюся темы исследования. Анализ отобранной информации может осуществляться в хронологическом или тематическом порядке. При хронологическом порядке анализа исследователь критически анализирует важнейшие идеи, факты, теории, сопоставляя друг с другом и выделяя этапы в истории исследуемого вопроса. При этом исследователь не должен ограничиваться только упоминанием уже существующих работ и их аннотацией. Он должен постоянно выкладывать свои собственные рассуждения и мысли, потому что именно так можно сформировать фундамент для будущей гипотезы научного исследования.

На четвертом этапе обучающийся изучает специальную литературу и пишет квалифицированный обзор, в котором определяет основные направления

исследования определенной управленческой проблемы и методику их проведения.

На пятом этапе реализуется методика исследования деятельности конкретного субъекта международной деятельности (статистический анализ проблемы, структурно-логический анализ институциональных, экономических, организационных и других факторов явления) по выбранной теме. Для этого применяются методы, которые должны отвечать сложности экономической проблемы и сформулированной цели курсовой работы.

После выполнения курсовой работы, происходит представление оформленной и переплетенной работы на кафедру в установленный срок, регистрация работы на кафедре. После регистрации работа передается руководителю для проверки, по результатам которой им принимается решение о допуске к защите или возврата на доработку с определением причин возврата (замечаний).

Защита работы происходит перед руководителем курсовой работы, а при нарушении сроков сдачи - комиссией преподавателей, определенной заведующим кафедрой. При подготовке к защите следует подготовить тезисы, в которых содержится определение актуальности, цели и задач работы, описание методологии исследования, перечень полученных результатов и личный вклад исполнителя в решение исследуемой проблемы. При защите работы рекомендуется использовать средства компьютерного мультимедийного представления данных в пакете MS PowerPoint.

Процедура защиты предусматривает вопросы руководителя или членов комиссии по теме работы с целью уточнения отдельных положений работы, глубины и степени проработки проблемы, уровня самостоятельности написания работы и т.д. По результатам обсуждения защиты обучающемуся выставляется оценка, которая обязательно заносится в зачетно-экзаменационную ведомость и зачетную книжку.

Защита курсовой работы на английском языке происходит при присутствии минимум двух преподавателей кафедры менеджмента ВЭД,

знающих английский язык. Задача обучающегося — подготовить не только речь и раздаточный материал на английском, но и на русском языке для всех присутствующих.

Чтобы было проще составлять текст и отвечать перед комиссией, можно использовать словесные клише подходящие фразы для защиты курсовой на английском языке:

Greeting: Good afternoon! My name is... Introduction: The theme of the project is «...». We describe the problems of the project as follows: (we don't have much information about... we don't know if we can...where to find...). Research work: To solve the problems we did our project. Firstly, we set our aims... Secondly, we worked out a plan of work. The tasks were the following... Then, we worked according to the plan...we consulted our teacher (every day, twice a week, three times, on weekends, for 3 months). Results. Finally, we got the results. The practical value of our project is the following. We have created a story (a report, a presentation) about... an excursion to ... we have planned a trip to ... We have worked out a questionnaire about... we have written a letter to... Now we are ready to tell you some interesting facts about... (Presentation) Self-assessment. In conclusion, we'd like to assess our work. Working at the project we have learned that...how...when...where... why...who... It is(great, awful, super, unbelievable, amazing, etc.). We tried to develop our English language skills and to broaden our outlook. We have learned to look for practical information on English-speaking sites. We have practiced in creating a Power Point presentation and making a story in English. Now we realize that... You can ask questions if you have some. No Questions? Thank you for your attention!

Если защита пройдёт хорошо, в зачетной книжке могут поставить запись: «Курсовая была выполнена (защищена) на английском языке».

Курсовая работа подлежит хранению на кафедре в течение учебного года и может быть выдана на заказ обучающегося только с разрешения заведующего кафедрой.

6. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа должна быть представлена в распечатанном виде на одной стороне листа бумаги формата А4 (210x297 мм). Гарнитура Times New Roman, 14 кегль, интервал - 1,5, поля: верхнее и нижнее - 20 мм, левое - 30 мм, правое - 15 мм от текста. Размер абзаца в основном тексте работы - 1,25 см. Страницы курсовой работы должны иметь сквозную нумерацию арабскими цифрами в середине верхнего поля листа. Нумерацию страниц, глав и параграфов, рисунков, таблиц, формул подают арабскими цифрами без знака №.

Первой страницей считается титульный лист (Приложение А, А1-английский вариант), но номер на нем, как и на странице, где располагается содержание в работе, не проставляется. В содержании указываются названия глав и параграфов, а также страницы, на которых находится их начало; допускается только 2 уровня содержания (т.е. только главы X и параграфы X.X). Пример оформления содержания приведен в Приложении Б, Б1- на английском языке.

Названия глав в содержании и в тексте курсовой работы пишутся прописными буквами (14 кегль) без отступа, каждая глава должна начинаться с новой страницы, точка в конце главы не ставится. Названия параграфов пишутся обычным шрифтом, а не курсивом, с выделением жирным и с отступом 1,25 см; параграфы не выносятся на новую страницу, цифры в номере параграфа разделяются точкой. Названия параграфов в работе должны отделяться от текста данного и предыдущего параграфа одной строкой. Точка в конце названий глав и параграфов не ставится. Например:

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА МЕЖДУНАРОДНОМ
РЫНКЕ

1.1. Сущность и особенности конкурентоспособности в международной деятельности

Названия некоторых структурных частей работы (СОДЕРЖАНИЕ, ВВЕДЕНИЕ, ЗАКЛЮЧЕНИЕ, СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ, ПРИЛОЖЕНИЯ) не нумеруются. Таблицы должны размещаться только после ссылки на нее в тексте сразу или на следующей странице. Словосочетание «Таблица Х.Х» располагают в крайнем правом положении перед таблицей, ниже посередине - название таблицы. Номер таблицы (если таблица одна, то номер не проставляется) состоит из номера главы и порядкового номера таблицы в этой главе - например, вторая таблица в первой главе работы имеет номер 1.2, а третья во второй - 2.3. Каждая таблица обязательно должна иметь соответствующий номер, название, не содержать пустых строк или столбцов, а цифровой материал в ней должен быть представлен величинами с одинаковым количеством знаков. Показатели в таблице должны иметь размерность, которая выделяется строчками или столбцами. После «шапки» таблицы должна идти строка с нумерацией столбцов. Если часть таблицы переносится на другую страницу, то с правого края пишется словосочетание «Продолжение таблицы Х.Х», а именно продолжение начинается со строки с номерами столбцов. Пример оформления таблицы приведен в Приложении В.

Рисунки, как и таблицы, располагаются после ссылок на них, выравнивание - по центру. Элементы рисунка должны быть разборчивыми, недопустимо наличие видимых границ рисунка и описания к нему, шрифт надписей на рисунке - Times New Roman. Если рисунок представляет собой график или диаграмму, то оси координат должны иметь названия. Описание рисунка («легенда») размещается ниже самого рисунка, еще ниже - название. Обязательным элементом названия в рисунке является словосочетание «Рис. Х.Х», название должно быть расположено ниже описания с выравниванием по центру. Номер рисунка состоит из номера главы и порядкового номера рисунка

в этой главе, разделенных точкой. Пример оформления рисунков приведен в Приложении В.

Формулы в работе (если их более одной) нумеруются арабскими цифрами в пределах главы. Номер формулы или уравнения, состоит из номера главы и порядкового номера формулы в ней, разделенных точкой (например, 3.4), указывают в скобках на уровне формулы (уравнения) в крайнем правом положении на строке.

Формулы и уравнения располагают непосредственно после текста, в котором они упоминаются, посередине страницы, выделяя ее сверху и снизу свободным строкой. Объяснение значений символов, коэффициентов, входящих в формулу, стоит приводить непосредственно под ними в той последовательности, в которой они даны в формуле. Первую строку пояснения начинают с абзаца словом «где» с двоеточием. Затем в следующей строке ставят перечень других объяснений, отделяя их точкой с запятой. Например: *Коэффициент рентабельности продаж (Return On Sales, Net Profit Margin, ROS) - отношение чистой прибыли компании к ее обороту. Формула расчета: :*

$$ROS = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Объем продаж}} \cdot 100\% \quad (2.1)$$

Все цитаты, цифры, схемы, графики, формулы, заимствованные из информационных источников, должны обеспечиваться ссылками. Такие ссылки в тексте работы следует указывать порядковым номером в перечне ссылок, выделенным квадратными скобками, например: «классификация факторов формирования системы коммуникационного менеджмента подробно описано И.Ю. Беганской [1, с.122], которая выделяет следующие их группы ... »

Перечень ссылок (список источников), на которые студент ссылается в работе, должен приводиться в конце текста работы, начиная с новой страницы.

Использованные источники литературы следует располагать в порядке появления ссылок на них в тексте с соблюдением стандартных требований к библиографическому описанию документа или в алфавитном порядке. Пример оформления приведен в Приложении Г. Приложение должно иметь заголовок, написанный вверху с выравниванием по правому краю. Приложения

размещаются после списка использованных источников, отдельной страницей перед приложениями должен быть лист с надписью «ПРИЛОЖЕНИЯ».

7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа является одним из видов индивидуальных заданий научно-исследовательского, творческого характера, который имеет целью не только углубление, обобщение и закрепление знаний обучающихся по учебной дисциплине, но и применение их при решении конкретной профессиональной задачи, а также при выработке умения самостоятельно работать с учебной и научной литературой, электронно-вычислительной техникой, используя современные информационные средства и технологии.

Курсовые работы, как правило, имеют научно-исследовательский характер и выполняются по дисциплинам профессионального цикла. Для оценки качества курсовой работы определяются соответствующие критерии. Критерии оценивания курсовой работы и распределение баллов по ним приведены в таблице 7.1.

Таблица 7.1.

Критерии оценивания курсовой работы и распределение баллов по ней

Критерии и основные требования к выполнению	Количество баллов		
	«отлично»	«хорошо»	«удовлетворительно»
Полнота изложения материала и степень раскрытия проблемы	40-37	37-32	32-29
Исследовательские навыки	10-9	9-7	7-4
Аналитические навыки и критическое мышление	20-17	17-13	13-9
Оригинальность выводов и рекомендаций	15-13	13-11	11-8
Соблюдение требований к оформлению	5	5-4	4-3
Защита работы	10-9	8	7
Всего баллов	100-90 (А)	89-75 (В, С)	74-60 (D, E)

8. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература:

1. Международный менеджмент: учебник / В.В. Дорофиенко, В.П.Бычков, В.Н.Гончаров, М.А. Шибает, И.Ю. Беганская, М.Н.Шевченко, Е.Ю. Шалевская, Е.В.Гончаров, Л.В.Кулешова. – Воронеж-Донецк-Луганск, 2019. – 311с.
2. Международный менеджмент и маркетинг: учебное пособие / И. Ю. Беганская, Л. В. Кулешова. – Донецк : ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2021. - 466 с.
3. Международный менеджмент и маркетинг: конспект лекций для студентов 1 курса ОУ «магистр» направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерские программы: «Менеджмент организации», «Стратегическое управление», Стратегическое управление в международном бизнесе», «Международный менеджмент», «Корпоративное управление и стратегическое развитие бизнеса») очной / заочной форм обучения / сост. И.Ю.Беганская, Л.В.Кулешова. – Донецк: ДОНАУ иГС, 2018. – 218 с.

Дополнительная литература:

1. Дорофиенко В.В. Новое экономическое мышление. Энергия прогресса: введение в информационную (цифровую экономику) / В.В. Дорофиенко, Ю.М. Каныгин; под ред. проф. В.В. Дорофиенко. – Луганск: ООО «Пресс-экспресс», 2018. – 140 с.
2. Евсеева О.А. Международный менеджмент: учебное пособие / Евсеева О.А., Евсеева С.А.. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2019. – 115 с. – ISBN 978-5-7422-6288-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/83323.html>
3. Макарова Е.Л. Международный менеджмент : учебное пособие / Макарова Е.Л., Подопригора М.Г.. – Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2017. – 127 с. — ISBN 978-5-9275-2718-2.

– Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/87434.html>

4. Маркетинг и менеджмент в условиях цифровизации экономики : монография / Е.Д. Щетинина [и др.]. – Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2020. – 192 с. – ISBN 978-5-361-00864-3. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/110209.html>

5. Международная реклама : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2020. – 473 с.

6. Менеджмент и маркетинг : практикум / . — Самара : Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. – 113 с. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/111764.html>

7. Моргунов В.И. Международный маркетинг : учебник для бакалавров / Моргунов В.И., Моргунов С.В.. – Москва : Дашков и К, 2019. — — библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/85608.html>

8. Основы рекламы: Учебник / К. В. Антипов. – 4-е изд., стер. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 326 с.

9. Смирнова И.Ю. Международный менеджмент. Практикум : учебное пособие / Смирнова И.Ю.. – Симферополь : Университет экономики и управления, 2019. – 110 с. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/89494.html>

10. Шевченко Б.И. Международный бизнес: учебник /Б.И. Шевченко. – М.: КноРус, 2019. – 566с.

**Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети
«Интернет»**

1. Международная торговля технологиями [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://studopedia.ru/3_63708_mezhdunarodnaya-torgovlya-tehnologiyami.html
2. Типы организационных структур МНК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://abc.vvsu.ru/Books/1_mezsh_m/page0017.asp .
3. Что такое культурный шок и как его преодолеть [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://oncampus.ru/basics/chto-takoe-kulturnyj-shok-i-kak-ego-preodolet/>
4. Этика в международном бизнесе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.univer5.ru/menedzhment/upravlenie-chelovecheskimi-resursami-i-etika-v-mezhdunarodnom-biznese-97/Page-10.html>
5. Europe 2020 strategy [Electronic resource]. – Access mode: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/eu-economic-governance-monitoring-prevention-correction/european-semester/framework/europe-2020-strategy_en .
6. The foreign policy strategy of China at the turn of xx-xxi centuries [Electronic resource]. – Access mode: <http://politika.snauka.ru/en/2014/04/1528/>
7. India at the beginning of the 21st century centuries [Electronic resource]. – Access mode: <https://studfiles.net/preview/6161965/page:5/>
8. Japan's 21st Century Strategy [Electronic resource]. – Access mode: <http://politiko.ua/blogpost33496>
9. Global'ny dogovor Organizatsii Ob"yedinennykh Natsiy [Electronic resource]. – <https://context.reverso.net/>
10. Схемы стратегического планирования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.coolreferat.com/Международный_менеджмент_часть=89

ПРИЛОЖЕНИЯ

Образец оформления титульного листа курсовой работы

ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»

Кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине «Международный менеджмент и маркетинг»
на тему: _____

Обучающегося _____
(фамилия и инициалы)

_____ курса
группы _____

направление подготовки
38.04.02 «Менеджмент» магистерская
программа «Международный
менеджмент»

Руководитель _____
(должность, ученое звание, ученая степень, фамилия
и инициалы)

Оценка по государственной
шкале _____
ECTS _____

Донецк 20____

Образец оформления титульного листа курсовой работы на английском
языке

DONETSK PEOPLE'S REPUBLIC
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE
STATE EDUCATIONAL INSTITUTION
HIGHER PROFESSIONAL EDUCATION
"DONETSK ACADEMY OF MANAGEMENT AND PUBLIC ACTIVITY UNDER
THE HEAD OF THE DONETSK PEOPLE'S REPUBLIC"

Department of Management of Foreign Economic Activity

COURSE WORK

in the discipline "International Management and Marketing"

on the topic: _____

Student _____

(surname and initials)

_____course groups _____

direction of training 38.04.02 "Management"

Master's program "International Management"

(with partial implementation in English)

Supervisor_____

(position, academic title, academic degree,

surname and initials)

Assessment according

to the state scale_____

ECTS _____

Donetsk 20_____

Образец оформления содержания курсовой работы

ВВЕДЕНИЕ	
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ	5
1.1. Сущность процесса маркетингового исследования	5
1.2. Особенности организации маркетинговых исследований на в международной компании	8
1.3. Методы маркетинговых исследований на внешних рынках	12
Выводы по главе 1	16
ГЛАВА 2. ПРАКТИКА МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТНК	17
2.1. Краткая характеристика ТНК «Самсунг»	17
2.2. Особенности международной деятельности корпорации	20
2.3. Характеристика методов маркетинговых исследований корпорации	24
Выводы по главе 2	29
ГЛАВА 3. СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОСУЩЕСТВЛЕНИЮ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ	30
3.1. Факторы, влияющие на процесс маркетинговых исследований	30
3.2. Совершенствование маркетинговых инструментов в международной деятельности	35
3.3. Расчет эффективности использования маркетинговых инструментов в современных условиях функционирования	39
Выводы по главе 3	42
ГЛАВА 4. ОХРАНА ТРУДА	43
4.1. Характеристика международных актов в сфере охраны труда	43
4.2. Организация охраны труда на субъекта международной деятельности	46
Выводы по главе 4	49
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	50
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	52
ПРИЛОЖЕНИЯ	54

Образец оформления содержания курсовой работы на английском языке

INTRODUCTION

CHAPTER 1. THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF MARKETING RESEARCH IN FOREIGN MARKETS

- 1.1. The essence of the marketing research process
- 1.2. Features of the organization of marketing research in an international company
- 1.3. Marketing research methods in foreign markets

Conclusions for chapter 1

CHAPTER 2. PRACTICE OF MARKETING RESEARCH IN THE ACTIVITIES OF TNC

- 2.1. Brief description of TNK Samsung
- 2.2. Features of the corporation's international activities
- 2.3. Characteristics of the methods of marketing research of the corporation

Conclusions on chapter 2

CHAPTER 3. MODERN APPROACHES TO THE IMPLEMENTATION OF MARKETING RESEARCH IN FOREIGN MARKETS

- 3.1. Factors influencing the process of marketing research
- 3.2. Improving marketing tools in international activities
- 3.3. Calculation of the effectiveness of the use of marketing tools in modern conditions of functioning

Conclusions on chapter 3

CHAPTER 4. LABOR PROTECTION

- 4.1. Legal regulation of labor protection in international legislative acts
- 4.2. Organization of labor protection at the subject of international activity

Conclusions on chapter 4

CONCLUSION

LIST OF USED SOURCES

ANNEXES

Образец оформления рисунков и таблиц в курсовой работе



Рис.2.1. Глобально-ориентированная продуктовая (товарная) структура

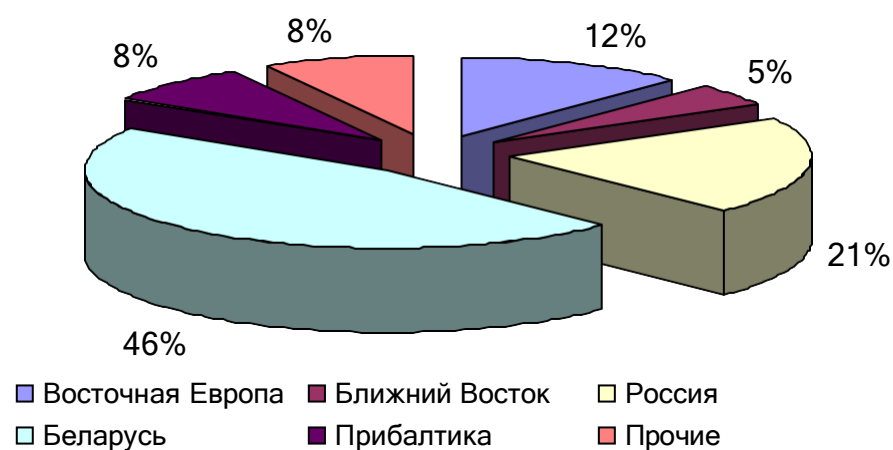


Рис.2.1–Географическая структура экспорта

Разновидности ТНК

	Характеристика
Транснациональные корпорации (transnational corporation)	Их головная компания принадлежит капиталу одной страны
Многонациональные компании (multinational corporation)	Их головная компания принадлежит капиталу нескольких стран. Наблюдается привязанность к стране своего происхождения (по объему деятельности, связям с деловыми и политическими кругами, сосредоточению научно-технических исследований)
Международные монополии	Образованы капиталами нескольких стран. Отсутствует привязанность к стране происхождения.
Глобальные корпорации (Coca-Cola, McDonald's, Nestle, Colgate, Marlboro, IBM, Procter&Gamble, Du Pont, Shell, Exxon, Mobil, Toyota и др.)	Ориентируются на требования мирового рынка. Осуществляют глобализацию производства и сбыта. Имеют преимущество в конкурентной борьбе на мировых рынках, в первую очередь, за счет снижения издержек. Используют глобальные источники ресурсов. Стремятся освободиться от ограничивающего влияния правительств стран, на территории которых ведут свою деятельность.

Пример оформления библиографического описания

Характеристика источника	Пример оформления
1	2
Книги: Один автор	Афонина, С. В. Электронные деньги : учеб. Пособие / С. В. Афонина. – СПб. : Герда, 2011. – 120 с. Гаврилов, Н. И. Философия для пользователя / Н. И. Гаврилов. – Донецк : Ноулидж, 2017. – 539 с. Гребеньков, Г. В. Человек в правовом бытии: введение в правовую персонологию : монография / Г. В. Гребеньков. – Донецк : Донецкий юридический ин-т, 2019. – 540 с.
Два автора	Барышникова, Л. П. История экономики и экономической мысли: конспект лекций / Л. П. Барышникова, Т. Л. Цыбулько. – Донецк : ДонГУУ, 2011. – 168 с. Новиков, Ю. Н. Персональные компьютеры : аппаратура, системы, Интернет / Ю. Н. Новиков, А. В. Черепанов. – СПб. : Бином, 2010. – 458 с. Коргова, М. А. История менеджмента : учебное пособие / М. А. Коргова, А. М. Салогуб. – Изд. 2-е, перераб и доп. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. – 236 с. – (Высшее образование).
Три автора	Слепов, В. А. Финансовая политика компании : учеб. Пособие / В. А. Слепов, Е. И. Громова, И. Т. Кери ; под ред. В. А. Слепова. – М. : Экономистъ, 2009. – 283 с. Агафонова, Н. Н. Гражданское право : учеб. Пособие для вузов / Н. Н. Агафонова, Т. В. Богачева, Л. И. Глушкова ; под общ. Ред. А. Г. Калпина. – Изд. 2-е, перераб. И доп. – М. : Юрист, 2002. – 542 с.
Четыре автора и более авторов	Финансовый менеджмент : учеб. Пособие / А. Н. Гаврилова [и др.]. – М. : КНОРУС, 2009. – 326 с. Оценка и обоснование эффективности деятельности электропоставляющего предприятия : монография / Н. В. Канарская [и др.]. – Севастополь : Вебер, 2003. – 172 с.
Книги не имеющие индивидуальных авторов (книги под редакцией)	Управление факультетом : учебник / под ред. С. Д. Резника. – М. ; ИНФРА-М, 2012. – 695 с. – (Менеджмент в высшей школе). Государственное управление социально-экономической сферой : монография / под ред. А. С. Поважного, А. Р. Алшанова ; ДонГУУ, Ун-т Туран. – Донецк ; Алматы : ВИК, 2013. – 500 с. Словарь философских терминов / науч. Ред. В. Г. Кузнецова, МГУ им. М. В. Ломоносова. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 731 с. – (Библиотека словарей «ИНФРА-М»).
Многотомный документ	Документ в целом Добреньков, В. И. Фундаментальная социология : в 15 т. / В. И. Добреньков, А. И. Кравченко. – М. : ИНФРА-М, 2003. Т. 1 : Теория и методология. – 908 с. Т. 2 : Эмпирическая и прикладная социология. – 986 с.
Книги разных авторов	Аникин, В. А. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента : учебное пособие / В. А. Аникин, И. Л. Рудая ; Гос.ун-т управления. – 2-е изд. Перераб. И доп. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 320 с. Эверитт, Б. С. Большой словарь по статистике / Б. С. Эверитт ; ред. И. И. Елисева. – 3-е изд. – М. : Проспект, 2012. – 736 с.

Материалы конференций	Лощакова, А. Б. Личная эффективность руководителя : коммуникативный аспект / А. Б. Лощакова // Проектирование модели менеджмента организации : научные и прикладные аспекты : сб. науч. Ст. VII междуна. Науч.-практ. Конф. ; Урал. Гос. пед. Ун – т ; под науч. Ред. А. А. Симоновой ; под общ. Ред. Л. Ю. Шемятихиной. – Екатеринбург, 2010. – С. 155 – 157.
Перевод с указанием переводчика	Эндокринная система, спорт и двигательная активность / ред. У. Дж Кремер, А. Д. Рогол ; пер. с англ. И. Андреев. – К. : Олимпийская литература, 2008. – 600 с.
Диссертации	Подгорный, В. В. Формирование модели государственного стимулирующего регулирования хозяйственной деятельности регионов : дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 : защищена 26.01.2013 : утв. 21.11.13 / Подгорный Владимир Васильевич ; ДонГУУ. – Донецк, 2013. – 483 с.
Авторефераты диссертаций	Петрушевский, Ю. Л. Методы эколого-экономического обоснования и стимулирования природоохранной деятельности при комплексном воздействии природопользователей на окружающую среду : автореф. Дис. ... канд. Экон. наук : 08.00.05 : защищена 16.12.1991 / Петрушевский Юрий Люцианович ; Центральный эконом.- математ. Ин-т. – М., 1991. – 18 с.
Статья из газеты	Гончарова, Е.В. О подвигах предков – устами потомков / Е.В.Гончарова // Донбасс. – 2014. – 8 мая.
Статьи из журнала	Райченко, А. В. О соотношении управления и менеджмента как научных категорий / А. В. Райченко // Высшее образование сегодня. – 2011. – №2. – С. 36 – 38. Салимова, Т. Самооценка как инструмент менеджмента / Т. Салимова // Проблемы теории и практики управления. – 2011. – №4. – С. 94-101.
Статьи из сборника	Братковский, М. Л. Согласие как социальное явление / М. Л. Братковский // Социально-гуманитарные проблемы менеджмента : сборник научных трудов / Донецкая государственная академия управления . Сер. Государственное управление . – Донецк, 2003. – Т. IV, вып. 19. – С. 69 – 77. Осипенко, И. Н. Управление научно-техническим развитием и интенсификацией жилищно-коммунального комплекса – основа реформирования отрасли / И. Н. Осипенко // Социальный менеджмент и управление информационными процессами : сборник научных трудов / Донецкая государственная академия управления. Сер. Государственное управление. – Донецк, 2001. – Т. II, вып. 5. – С. 40 – 44.
Электронные ресурсы	Ольхова, Л. А. Менеджмент [Электронный ресурс] : бизнес – пособие / Л. А. Ольхова, А. Н. Кошелев, Н. Н. Иванникова . – М. : Равновесие, 2006 . – 1 электрон. Опт. Диск (CD-ROM). – (Менеджмент) Систем. Требования : Windows 98/NT/2000/XP; Pentium II; память 256 МБ ОЗУ; дисковод 24-х CD – ROM. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс] : учебник / под ред. И. Н. Красюк. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 272 с. – Режим доступа: http : // panium.com/bookread.php?book = 247665 Белоус, Н. А. Прагматическая реализация коммуникативных стратегий в конфликтном дискурсе / Н. А. Белоус // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2006. – № 4 [Электронный ресурс]. – Систем. Требования: Adobe Acrobat Reader. – Режим доступа: http://www.tverlingua.by.ru/archive/005/5_3_1.htm . – (Дата обращения: 15.12.2007).