

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»  
Кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности

## **Международный менеджмент и маркетинг**

### **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ**

для студентов 1 курса ОП магистратуры  
направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент»  
(магистерские программы  
«Стратегическое управление в международном бизнесе»,  
«Международный менеджмент»)  
очной/заочной форм обучения

Утверждено на заседании  
Учебно-методического совета  
ГОУ ВПО «ДонАУиГС»  
Протокол № 3 от 24.01.17

Донецк

2017

УДК371.214.114: 339.9.012

ББКЧ448+У291.21

М43

Международный менеджмент и маркетинг: методические рекомендации к выполнению курсовой работы для студентов 1 курса ОП магистратуры направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерские программы «Стратегическое управление в международном бизнесе», «Международный менеджмент») очной /заочной форм обучения / сост. Л.В.Кулешова. – Донецк: ДонАУиГС, 2017. – 32с.

Методические рекомендации предназначены для выполнения курсовой работы по дисциплине «Международный менеджмент и маркетинг» студентами, обучающимися по магистерским программам «Стратегическое управление в международном бизнесе» и «Международный менеджмент».

Методические рекомендации содержат необходимую для студентов 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.

Рецензенты: Науменко С.Н. – к. гос. упр., доц., кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики»

Клочкова О.В. – канд. экон. наук, доц. кафедры Международная экономика» ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
1. ВЫБОР ТЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ	6
2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ НАПИСАНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	10
3. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ ПО НАПИСАНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	11
4. ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	13
5. ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ И ЗАЩИТЫ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	19
6. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	22
7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	26
8. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ	28
ПРИЛОЖЕНИЯ	31

## ВВЕДЕНИЕ

Согласно действующим учебным планам подготовки по магистерским программам «Стратегическое управление в международном бизнесе» и «Международный менеджмент», студенты обязаны выполнить курсовую работу по дисциплине «Международный менеджмент и маркетинг». Основная цель курсовой работы - проверка степени усвоения студентом теоретических и практических вопросов учебного курса, 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 и 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 студента, завершающее изучение дисциплины, и посвященное одной из актуальных проблем международного менеджмента и маркетинга. Выполнение курсовой работы предполагает отражение уровня общетеоретической специальной подготовки студента, 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 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.

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

Общие положения курсовой работы:

1. Курсовая работа должна быть творческим результатом труда студента, 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 исполнения – обязательные условия написания курсовой работы.

5. Студент 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. ВЫБОР ТЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Выбирая тему курсовой работы по тематике, предложенной кафедрой, студент должен сориентироваться в том, чтобы исследование, проведенное в процессе написания курсовой работы, можно было продолжить в дальнейших научных поисках (магистерской диссертации). 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 возможна только с разрешения научного руководителя при достаточном обосновании изменений студентом.

Ориентировочная тематика курсовых работ 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 в 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

## 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, транснациональной корпорации, конкретного международного рынка (объект исследования в зависимости от выбранной темы) 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 содержать наработки и обобщения из выполненных ранее студентом 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 студентом 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 по каждой главе, заключения, списка использованных источников, приложений. Рекомендуемый объем работы 45-50 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 – студент, выполняющий курсовую работу должен определить причины и обстоятельства возникновения определенной проблемы в международной бизнес-деятельности, ее связи с важными научными и практическими задачами, и доказать необходимость исследования данной проблемы.

2. Обзор исследований и публикаций по исследуемой проблеме – студенту 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 вклада в их решение.

3. Цель исследования – описание того прогнозируемого состояния (проектного нормативного результата), в котором студент - исследователь хотел бы видеть объект исследования в соответствии с социально-экономическим заказом. Цель должна формулироваться кратко 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. Объект исследования – главное поле приложения усилий автора исследования, любое непознанное явление, неизвестное ранее науке, или его часть, которую предусматривает исследовать эта наука, объектом исследования выступают явления, процессы или механизмы объективной действительности. Примером формулировки объекта может быть следующее: «Объектом исследования в курсовой работе выступают процессы формирования и изменения организационной структуры международной компании», «процесс осуществления международной деятельности» и т.п..

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 «механизм формирования цены при осуществлении международной деятельности», «система мотивации персонала транснациональной корпорации».

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 менеджмента, установить зависимость эффективности международных торговых операций от продуктивности труда на предприятии; раскрыть суть корпоративной культуры предприятия и ее составляющих 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: «во время выполнения работы использовались как общенаучные, так и специальные методы исследования, среди которых: анализ и синтез, а также системный и логический подход – при изучении теоретических основ ...; аналитические методы – для получения конкретных результатов деятельности предприятия...: сравнительный и экономический анализ при разработке рекомендаций по ...; статистического анализа – при изучении различных данных по ...» и др.

8. Основные научные и практические результаты исследования и сфера их применения, например: «усовершенствована классификация факторов формирования организационных структур управления ценообразованием в международной деятельности», «получила 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 3-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. Возможно изучение международного опыта по выбранной проблеме.

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.

Вторая глава посвящена анализу деятельности конкретного субъекта международного бизнеса (отрасли, региона, страны, корпорации, альянса, совместного предприятия, компании, рынка), 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. В зависимости от выбранной темы целесообразно провести SWOT-или PEST – анализ, анализ конкурентов или конкурентного товара или услуги.

Для повышения качества курсовой работы студент 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

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. Студент должен дать конкретные рекомендации для дальнейшего улучшения работы предприятия, учреждения, отрасли, региона и т.д. рекомендуется проводить прогнозные расчеты по эффективности предложенных рекомендаций.

Разрабатывая предложения и рекомендации по экономическим, организационным и управленческим вопросам деятельности предприятия в сфере международного менеджмента и маркетинга, студент 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 ее внедрением (материальные, трудовые, финансовые). Без такой оценки невозможно выяснить степень реального внедрения и окупаемость рекомендаций, которые предлагаются автором курсовой работы.

#### **4.3. Выводы по главам**

В выводах в конце каждой главы подводится краткий итог по проведенному исследованию, а также конкретные результаты решения задач в теоретическом, аналитическом и практическом аспектах. Последовательность изложения выводов должна быть связана с параграфами глав, с целью и задачами, которые были указаны во введении.

**4.4. Заключение.** Заключение завершает курсовую работу. По объему оно обычно не превышает 2-3 страницы. Главная его задача – подвести итоги всей работы, сделать (в соответствии со сформулированными во введении целями и задачами курсовой работы) выводы и обобщения, практические рекомендации, вытекающие из результатов исследования.

#### **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

Курсовая работа выполняется в определенной последовательности.

На первом этапе студент 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. На основе проведенного обзора литературы студент разрабатывает план курсовой работы с указанием основных глав и параграфов. План согласовывается с руководителем и утверждается им.

На третьем этапе студент 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 студент тщательно изучает имеющуюся социально-экономическую информацию, в результате чего имеет возможность сформулировать цели и задачи научного исследования. Как правило, такая работа проводится студентом в свободное от учебы время и предполагает исследование круга основных вопросов, внесенных в пункты плана курсовой работы. Поэтому содержание ее зависит от характера тех вопросов, которые должны быть рассмотрены в курсовой работе. Изучение литературы следует начинать с работ, где проблема отражается в целом, а затем переходить к более специализированным исследованиям. Читая литературу, надо внимательно следить за авторской мыслью, уметь отличать главные

положения от доказательств и иллюстративного материала. Часто статьи из научных сборников сложны для восприятия, поэтому нужно их читать несколько раз, пытаясь выделить главную идею и аргументы, которыми автор ее доказывает. Выясняя это, надо выписать все необходимые цитаты, цифры, факты, условия, аргументы, которыми оперирует автор, доказывая основную идею статьи. Прорабатывая материалы, необходимо постоянно помнить тему, цель и задачи курсовой работы, чтобы выписывать только то, что касается темы исследования.

Окончательный план курсовой работы 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 глав 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.

Согласно разработанному и согласованному с руководителем плану студент освещает каждый из предусмотренных в нем вопросов. При этом он, как правило:

- 1) приводит и рассматривает различные взгляды по спорным проблемам отдельными учеными и практиками;
- 2) определяет свою позицию по спорным проблемам, поддерживая одну или несколько высказанных точек зрения или формулируя свою собственную точку зрения при соответствующих доказательствах;
- 3) анализирует соответствующие положения нормативных актов или других первоисточников;
- 4) использует материалы иллюстративного характера (статистические данные, обобщения, выдержки из архивных документов и т.п.);

5) поддерживает или вносит предложения по совершенствованию и улучшению деятельности субъекта международного бизнеса; формулирует другие предложения теоретического или практического характера, касающиеся международного менеджмента и маркетинга.

Следует избегать бессистемного изложения фактов без достаточного их осмысления и обобщения. Мысли должны быть связаны между собой логически, весь текст подчинен одной главной идеи. Один вывод не должен противоречить другому, а подкреплять его. Если выводы будут связаны между собой, текст потеряет свое единство. Одно доказательство должно вытекать из другого.

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 возврате на доработку с определением причин возврата (замечаний).

Защита работы предусматривает вопросы руководителя 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 студенту выставляется оценка, которая обязательно заносится в ведомость и зачетную книжку. Курсовая работа подлежит хранению на кафедре в течение учебного года и может быть выдана по требованию студента 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), 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.

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. Первый параграф после главы отделяется от ее названия двумя пробелами Точка в конце названий глав и параграфов не ставится. Например:

### **1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ 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, не допустимо 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:* :

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

Где:

ROS - коэффициент рентабельности продаж.

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 рассматривается как самостоятельный вид учебной работы и оценивается по 100-бальной шкале.

Для оценки курсовых работ используется следующая схема рейтингового расчета:

Раздел	Критерии	Рейтинговая оценка
1. Самостоятельность выполнения работы	Работа написана самостоятельно	15
	Работа носит частично самостоятельный характер	10
	Работа носит не самостоятельный характер	2
2. Содержание работы	Полностью соответствует выбранной теме	15
	Частично соответствует выбранной теме	10
	Не соответствует теме	2
3. Элементы исследования	Определены цели и задачи исследования, сформулированы объект и предмет исследования, показана история и теория вопроса	15
	Определены цели и задачи исследования, не четко определены объект и предмет исследования, частично показана история и теория вопроса	10
	Не определены цели и задачи исследования, не сформулированы объект и предмет исследования, не показана история и теория вопроса	2
4. Цитирование и наличие ссылочного материала	Достаточно	10
	Частично	5
	Не использовались	2
5. Наличие собственных выводов, рекомендаций и предложений, собственной позиции и ее аргументации	Да	15
	Нет	2
6. Оформление работы	Соответствует полностью требованиям	10
	Соответствует частично требованиям	5
	Не соответствует требованиям	2
7. Библиография по теме работы	Актуальна и составлена в соответствии с требованиями	10
	Актуальна и частично соответствует требованиям	5
	Не соответствует требованиям	2
8. Оценка на защите	Владеет материалом	10
	Частично владеет материалом	5
	Не владеет материалом	2

Студент, не защитивший курсовую работу в установленные кафедрой сроки, не допускается к экзамену по дисциплине «Международный менеджмент и маркетинг».

### Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости и шкалы ECTS

<i>По шкале ECTS</i>	<i>Сумма баллов за все виды учебной деятельности</i>	<i>По государственной шкале</i>	<i>Определение</i>
A	90-100	«Отлично»	отличное выполнение с незначительным количеством неточностей
B	80-89	«Хорошо»	в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 10%)
C	75-79		в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 15%)
D	70-74	«Удовлетворительно»	неплохо, но со значительным количеством недостатков
E	60-69		выполнение удовлетворяет минимальные критерии
FX	35-59	«Неудовлетворительно»	с возможностью повторной аттестации
F	0-34		с обязательным повторным изучением дисциплины (выставляется комиссией)

Таким образом, итоговая оценка курсовой работы определяется суммой всех полученных баллов указанных выше критериев.

## 8. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Международный менеджмент и маркетинг: конспект лекций для обучающихся 1 курса ОУ «магистр» направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерские программы: «Стратегическое управление в международном бизнесе», «Международный менеджмент» «Корпоративное управление и стратегическое развитие бизнеса», «Стратегическое управление», «Менеджмент организаций», «Управление в сфере экономической конкуренции» очной / заочной форм обучения / сост. И.Ю.Беганская, Л.В.Кулешова. – Донецк: ДонАУ иГС, 2018. – 138 с
2. Международный менеджмент: учебник / В.В.Дорофиев, В.П.Бычков, В.Н.Гончаров, М.А.Шибяев, И.Ю.Беганская, М.Н.Шевченко, Е.Ю.Шалевская, Е.В.Гончаров, Л.В.Кулешова.- Воронеж-Донецк-Луганск, 2019.-311с.
2. Медведев А. Г. Международный менеджмент: стратегические решения в многонациональных компаниях: учебник [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gsom.spbu.ru/images/cms/data/faculty/soderzhanie.pdf>
3. Международный менеджмент: учебное пособие / сост. М 43 Е. В. Пирогова. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2016/161.pdf>
4. Баев, А.Л., Алексунин, В.А. Международный маркетинг: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.Л. Алексунин В.А. Абаев. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 362 с.
5. Исмагилова В.С., Касимова Э.Р.Международный маркетинг: теоретические и прикладные аспекты: учебное пособие[Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mim.ugatu.su/files/posobie-mm.pdf>
6. Маркетингова цінова політика [ текст ] : навчальний посібник / М.А.Окландер, О.П.Чукурна. - К. : Центр учбової літератури, 2012 . - 240 с.
7. Международный маркетинг деловых услуг : монография / В.Е. Николайчук, В.Г. Кузнецов . - Донецк : Юнипресс, 2007 . - 542 с.

*Перечень дополнительной литературы*

1. Денисенко, М.А. Международный менеджмент: Учебник для бакалавров / Е.П. Темнышова, М.А. Денисенко, А.К. Дубин; Под ред. Е.П. Темнышова. - М.: Юрайт, 2013. - 456 с.
2. Шимко, П.Д. Международный финансовый менеджмент: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / П.Д. Шимко. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 493 с.
3. Денисенко, М.А. Международный менеджмент: Учебник для бакалавров / Е.П. Темнышова, М.А. Денисенко, А.К. Дубин; Под ред. Е.П. Темнышова. - М.: Юрайт, 2013. - 456 с.
4. Гурков И.Б. Стратегия и структура корпорации: учеб. пособие / И.Б. Гурков.- 2-е изд.. пере раб.- М.: Издательство «Дело» АНХ, 2008.- 288с.
5. Диденко Н.И., Скрипник Д.Ф. Международный маркетинг/ Н.И. Диденко, Д.Ф. Скрипник. – ИД-Юрайт, 2012. – 556 с.
6. Дмитриченко Л.И., Чунихина Т.С., Дмитриченко Л.А., Химченко А.Н. Корпорация в системе общественного производства: монография / Л.И.Дмитриченко, Т.С. Чунихина, Л.А Дмитриченко, А.Н. Тимченко- Донецк: ООО «Східний видавничий дім», 2010.-184с.
7. Карпова С. Инновационные маркетинговые принципы в деятельности ТНК / С. Карпова // Международная экономика. - 2009. - № 2. - С. 31-36.
8. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент / пер. с англ. Ф. Котлер, К. Келлер. - СПб., 2012.– 800 с.
9. Кузнецов Э.А., Волошина В.В. Транснациональные корпорации: экономика и менеджмент/ Э.А. Кузнецов, В.В. Волошина.- Харьков: Бурун Книга, 2008.-320с.
10. Маркетинг [текст] : навчальний посібник / С.А.Яроміч, Н.Е.Кростостанова, П.А.Петриченко, О.І. Воронов ; Одеський регіональний ін-т держ. упр. - Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2011 . — 188 с.

11. Маркетингова цінова політика [ текст ] : навчальний посібник / М.А.Окландер, О.П.Чукурна. - К. : Центр учбової літератури, 2012 . - 240 с.
12. Международный маркетинг / под ред. Н. Нагапетьянца. - М., 2012. – 304 с.
13. Международный менеджмент: Учеб. для вузов / Под ред. С. Пивоварова, Д. И. Баркана, Л. С. Тарасевича, А. Й. Майзеля. - СПб.: Питер, 2010. - 624 с.
14. Многоликая глобализация/ под ред. П. Гербера и С. Хантингтона; пер. с англ.. В.В. Сапова под ред. М.М. Лебедевой.- М.: Аспект Пресс, 2014 . - 379 с.
15. Повалий А.С. Стратегии горизонтальной интеграции в деятельности транснациональных компаний (Часть II) / А.С. Повалий // Менеджмент сегодня. - 2009. - № 2. - С. 102-108.
16. Хейфец Б.А. Российские ТНК в условиях финансового кризиса / Б.А. Хейфец // Россия и современный мир. - 2009. - № 1. - С. 26-45.
17. Черников, Г. П. Очень крупные транснациональные корпорации и современный мир / Г. П. Черников, Д. А. Черникова. - М. : Экономика, 2008. - 399 с.
18. Шевцов Н. М. Международный маркетинг и менеджмент: курс лекций / Н. М. Шевцов. – Хабаровск : Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2007. – 92 с.
19. Шевченко Б.И. Международный менеджмент. Управление международной компанией/ Б.И. Шевченко. – Российский государственный гуманитарный университет, 2010. – 669 с.
20. Шкатов М.Ю. Транснациональные компании на рынке энергоресурсов / М.Ю. Шкатов // Экономика и управление. - 2007. - № 5. - С. 52-58.

## **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: \_\_\_\_\_

Студента (ки) \_\_\_\_\_  
(фамилия и инициалы)

\_\_\_\_\_ курса  
группы \_\_\_\_\_

направление подготовки 38.04.02  
«Менеджмент»

магистерская программа «Стратегическое  
управление в международном бизнесе»

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

Оценка по государственной  
шкале \_\_\_\_\_  
ECTS \_\_\_\_\_

Донецк 20\_\_\_\_

## Образец оформления содержания курсовой работы

**СОДЕРЖАНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ .....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ.....	5
1.1. Сущность процесса маркетингового исследования.....	13
1.2. Особенности организации маркетинговых исследований на предприятии-субъекте ВЭД.....	20
1.3. Методы маркетинговых исследований на внешних рынках.....	27
ГЛАВА 2. ПРАКТИКА МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТНК .....	34
2.1. Краткая характеристика ТНК «Самсунг» .....	34
2.2. Диагностика финансового состояния ТНК.....	38
2.3. Особенности международной деятельности корпорации.....	48
2.4. Характеристика методов маркетинговых исследований .....	54
ГЛАВА 3. СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОСУЩЕСТВЛЕНИЮ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ.....	60
3.1. Факторы, влияющие на процесс маркетинговых исследований... ..	60
3.2. Совершенствование маркетинговых инструментов в международной деятельности.....	65
3.3. Расчет эффективности использования маркетинговых инструментов в современных условиях функционирования.....	70
ВЫВОДЫ .....	74
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	77
ПРИЛОЖЕНИЯ .....	80

## Образец оформления рисунков и таблиц в курсовой работе



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

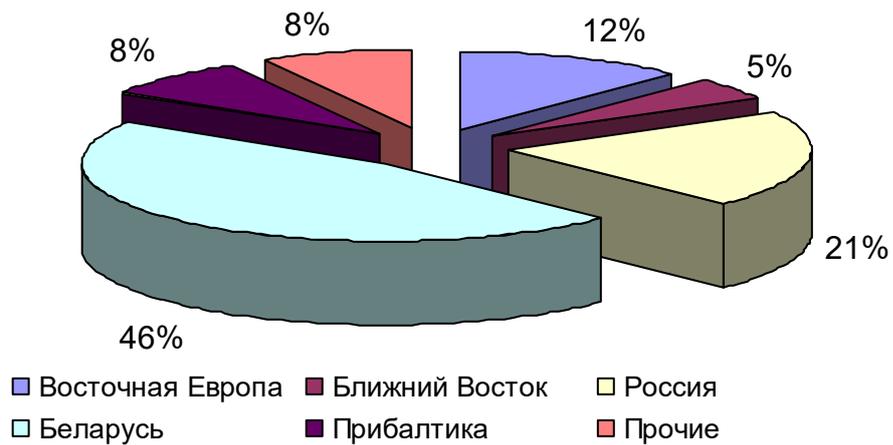


Рис.2.1. Географическая структура экспорта

## Разновидности ТНК

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, 2012. – 539 с. Гребеньков, Г. В. Человек в правовом бытии: введение в правовую персонологию : монография / Г. В. Гребеньков. – Донецк : Донецкий юридический ин-т, 2013. – 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, 2018. – 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.

1	2
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: <a href="http://panium.com/bookread.php?book=247665">http : // panium.com/bookread.php?book = 247665</a> 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: <a href="http://www.tverlingua.by.ru/archive/005/5_3_1.htm">http://www.tverlingua.by.ru/archive/005/5_3_1.htm</a> . – (Дата обращения: 15.12.2007).