**«Утверждено»**

Декан факультета МБ

МГИМО МИД РОССИИ

_____ В.В. Шаповалов

«24» апреля 2023 г.

# ТРЕБОВАНИЯ И МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
**по написанию и оформлению**
**курсовых работ**
**по направлению подготовки**
**38.04.02 «Менеджмент»**

**Наименование образовательной программы**
**«Международный бизнес»**

**Квалификация (степень) выпускника**
***Магистр***

**Москва – 2023**

Общие требования разработаны в соответствии с учебным планом с целью установления единства подходов магистрантов к форме и содержанию информационно-аналитической справки.
Методические рекомендации направлены на ориентацию магистрантов на соблюдение и отражение тех элементов информационно-аналитической справки, которые обязательны для их содержательной части.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании Кафедры менеджмента, маркетинга и внешнеэкономической деятельности им. И. Н. Герчиковой факультета Международного бизнеса и делового администрирования МГИМО МИД России.

Протокол заседания № 9 от «24» апреля 2023г.

Подпись зав. кафедрой: _____ /Конина Н.Ю./

Автор программы: Ноздрева Раиса Борисовна, д. эк. наук, заслуженный деятель науки РФ, профессор Кафедры менеджмента, маркетинга и внешнеэкономической деятельности им. Герчиковой И.Н.

**Рекомендации по структуре и содержанию курсовой работы магистрантов МАГИСТРАТУРЫ МБ (НИР 2)**

Курсовая работа должна включать следующие основные элементы: титульный лист, оглавление, введение, содержательную часть работы, заключение, список литературы (библиография), приложения.

**Объем курсовой работы - около 25 стр. 14 шрифт 1,5 интервал, Times New Roman**

**Титульный лист** является первой страницей курсовой работы, служит источником информации, необходимой для обработки и поиска документа. На титульном листе приводят следующие сведения:

- наименование Университета;
- наименование кафедры;
- искомая степень;
- название работы;
- фамилия, имя, отчество студента, с указанием факультета, курса, академической группы;
- фамилия, имя, отчество научного руководителя, ученая степень и ученое звание;
- место и год написания работы.

**Содержание** (Оглавление, план)– перечень основных частей Курсовой работы с указанием страниц, на которые их помещают. Оглавление – это логическая основа всей работы, от правильности его составления зависит структура и форма изложения материала. Оглавление работы показывает степень понимания автором выбранной темы, основные направления исследования. «Оглавление» отражает структуру работы и должно быть представлено на отдельном листе. Заголовки в оглавлении должны точно повторять заголовки

в тексте. Не допускается сокращать или давать заголовки в другой формулировке. Последнее слово заголовка соединяют отточием с соответствующим ему номером страницы в правом столбце оглавления.

**Во введении** необходимо обосновать выбор темы, охарактеризовать современное состояние изучаемой проблемы, ее актуальность, степень разработанности данной проблемы в России и за рубежом, научную новизну, практическую и теоретическую значимость. Важно в этой части работы сформулировать цели и задачи исследования, определить объект и предмет исследования, основные проблемы рассматриваемой темы, обосновать структуру и логику изложения материала, охарактеризовать информационную базу, отметить ограничения темы и другие особенности работы.

Введение не должно превышать 2-3 страницы общего объема работы.

**В содержательной части** работы раскрываются выдвинутые теоретические и практические положения, рассматриваются имеющиеся точки зрения различных авторов по данной проблеме, излагается и обосновывается позиция автора по данному вопросу; анализируются особенности решения данной проблемы на практике, обосновываются тенденции развития; даются прогнозные оценки.

При написании работы необходимо соблюдать четкость построения и логическую последовательность изложения материала. Формулировки должны быть краткими, четкими и конкретными, аргументация – убедительной. Ведя полемику, следует приводить различные точки зрения в виде цитат, подтверждающих ту или иную позицию. Полемика должна быть уважительной и корректной.

**В содержательной части курсовой работы должно быть три пункта** . Первый должен быть теоретический. Третий -практический, на примере конкретной компании. А второй, в зависимости от подобранного материала может быть либо теоретическим (раскрывать более конкретное(чем в первом пункте ) приближенное к практическому примеру теоретическое положение),

либо уже раскрывать практический анализ подводя к более подробной практической характеристике третьего пункта.

Каждый пункт должен соответствовать общей цели работы и соответствующей задаче, которые определены автором во введении. Между пунктами и должна быть логическая связь.

Для того чтобы показать состояние, динамику и тенденции развития, необходимо подобрать **соответствующий статистический материал**.

Используя цифровые данные, целесообразно обработать и свести их в таблицы, диаграммы или другие виды представления информации. Таблицы, графики, диаграммы являются важной частью работы, поэтому желательно помещать их в текст, делая соответствующие комментарии и выводы. Наиболее громоздкие из них, но важные для раскрытия содержания работы, следует размещать в **Приложении.**

**Основными источниками** статистических материалов являются статистические сборники, обзоры, периодические издания, материалы официальной от-четности организаций, соответствующие официальные сайты в сети Интернет, фактические данные организаций (предприятий). Обязательно указывается источник первичной статистической информации, дается его полная аннотация с указанием года издания, страницы и т.п.

В работе могут быть приведены примеры, отражающие особенности применения различных методов расчета и методик определения показателей.

**В заключении** формулируются выводы и предложения, вытекающие из содержания выпускной квалификационной работы. Заключение не является продолжением текста работы, в нем не должны содержаться новые моменты, не рассмотренные в основной части. В заключительной части автор формулирует основные выводы по работе в целом, дает свои оценки перспектив развития исследуемой проблематики, формулирует практические рекомендации, вытекающие из работы над темой.

**Список литературы (Библиография)**

Обязательной частью итоговой квалификационной работы является список литературы (библиография). В него включаются все использованные в работе источники. При описании источников необходимо указать фамилию и инициалы автора, название работы, место издания, издательство, год издания и количество страниц. Для статей из журналов и газет – фамилия и инициалы автора, название работы, название журнала, год выпуска, номер издания, страницы, на которых размещена статья. Следует использовать литературные источники за последние годы издания: действующие законодательные и нормативные акты, учебно-методическая литература за последние 5 лет, периодические издания – за последние 2 года.

Состав научно-справочного материала, библиография работы определяются выпускником совместно с научным руководителем.

Обязательным для всех работ является наличие постраничных ссылок в квадратных скобках текста работы на соответствующий источник из списка литературы, либо подстрочных ссылок, а также грамотное оформление списка использованных источников (литературы).

Оформление библиографии, научно-справочного материала выпускной работы:

а) ссылки в квадратных скобках текста работы или подстрочные ссылки наличествуют во всех случаях, когда приводятся высказывания глав правительств и государств, используются официальные документы государств, международных организаций;

б) обязательно оформление такого рода ссылок на цитаты, статистические данные, другие конкретные фактические данные, приводимые в тексте и заимствованные из соответствующих источников;

в) в ссылках на монографии, другие печатные издания указываются (с соблюдением принятой пунктуации) фамилия и инициалы авторов (автора), название работы, издательство, место и год издания, страница (страницы) ссылки.

г) в ссылках на статьи, опубликованные в периодических изданиях и сборниках, после фамилии и инициалов автора, названия работы, приводятся название и выходные данные издания;

д) в ссылках на газеты указываются название газеты, дата, месяц, год;

е) в ссылках на архивные документы указываются название архива, номер фонда, описи дела, листа.

Библиографические описания, используемые в работе, должны соответствовать требованиям ГОСТ 7.1-2003. В обязательном порядке в ссылках указываются названия изданий, место издания или издательство и год издания. Подробную информацию можно получить на интернет-сайте библиотеки университета (http://mgimo.ru/about/structure/library/docs/list/ или Библиотека>Научная библиотека им. И.Г.Тюлина>Правила оформления библиографического описания и библиографических ссылок).

Список использованных источников составляется в строгой последовательности по следующим разделам:

1) Официальные документы РФ в хронологическом порядке.

2) Официальные документы международных организаций и союзов (СНГ, ООН, ЕС, ОБСЕ и др.).

3) Другие официальные источники:

а) законодательные и нормативно-правовые акты, отчёты и статистические сборники, справочные и методические материалы, правила и инструкции;

б) публикации документов (сборники и публикации в журналах и газетах);

в) обзоры, каталоги, описи.

4) Интернет-источники.

Список литературы приводится по алфавиту: а) на русском языке; б) на иностранных языках (для европейских языков по латинскому алфавиту).

Список литературы на восточных языках приводится в оригинале.

В списке литературы последовательно в соответствии с алфавитом указываются: фамилия и инициалы автора (авторов), название, место издания, издательство, год издания, общее количество страниц.

В **приложениях** дается дополнительный материал, имеющий вспомогательный, разъяснительный или справочный характер. Приложения состоят из таблиц, диаграмм, схем, графиков и возможных комментариев к ним. Приложения представляются строго в той последовательности, в какой они рассматриваются в тексте. Каждое приложение должно иметь заголовок, раскрывающий его содержание.

**Порядок оформления выпускной квалификационной работы**

Выпускная квалификационная работа должна включать:

а) титульный лист (Приложение 2; 3);

б) содержание (Приложение 4);

в) введение;

г) содержательную (основную) часть, состоящую из глав и параграфов;

д) заключение;

е) список литературы;

ж) приложения.

Объем выпускной квалификационной работы:

бакалавра —45-60 страниц;

магистра —85-90 страниц.

В объем выпускной квалификационной работы не входят список литературы, приложения, иллюстрации и т.д.

Работа представляется в машинописном варианте, либо в компьютерном наборе. Печать (машинописный или компьютерный набор) производится в соответствии с требованиями ГОСТ 7.32-2001.

Печать осуществляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 через полтора интервала. Цвет шрифта должен быть черным. Полужирный шрифт не применяется.

Текст следует печатать, соблюдая следующие размеры полей: правое - 10 мм, верхнее и нижнее - 20 мм, левое - 30 мм.

При написании выпускной квалификационной работы используется шрифт Times New Roman, размер шрифта 14 пт.

Заголовки структурных частей выпускных квалификационных работ располагаются в середине строки. Точка в конце заголовка не ставится. Заголовки печатают жирным шрифтом Times New Roman, размер шрифта 14

**Приложения**

**Образец титульного листа**

**Образец введения**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**
**«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ (УНИВЕРСИТЕТ) МИНИСТЕРСТВА ИНОСТРАННЫХ ДЕЛ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

---


Факультет международного бизнеса

Кафедра менеджмента, маркетинга и внешнеэкономической деятельности им. И.Н. Герчиковой

**Иванова Мария Сергеевна** Подпись студента


# Особенности создания и управления международными консорциумами в нефтегазовой сфере

Курсовая работа
(направление 38.04.02 – Менеджмент)
*Очная форма обучения*

Научный руководитель:

Ученое звание, ученая степень
Фамилия, имя, отчество

_____
Подпись научного руководителя

Работа сдана
«_____»_____20___ г.

Работа проверена
«_____»_____20___ г.

Оценка _____

**Пример**

## Введение

Изучение особенностей маркетинговых технологий ведущих международных компаний на мировом рынке 3D печати весьма **актуально** и имеет большое теоретическое и практическое значение. В современном мире происходит резкий скачок в развитии НТП. Сроки между научным открытием, его внедрением в производство, выходом продукта на рынок сократились в разы, моральный износ продукта наступает очень быстро, что ведет к постоянному обновлению и изменению товарных рынков.

За покупателя идет жесткая конкурентная борьба и без инноваций невозможно получить доминирующее положение на рынке. Компании вынуждены инвестировать во все области бизнеса: технологию, производство, маркетинг, кадровые и другие направления.

В настоящее время быстрое внедрение инновационных маркетинговых технологий является настоятельной необходимостью для выживания компаний. Развитие страны и ее рынка немыслимо в отрыве от других стран. В связи с этим усиливается значение международного маркетинга.

В работе изучены маркетинговые технологии ведущих зарубежных и Российских компаний на примере рынка 3D-печати, так как в современном мире 3D-печать или Аддитивные технологии (АТ) - один из главных мировых трендов, который меняет всю экономику.

Выступая на II Глобальном саммите по производству и индустриализации (GMIS-2019), в работе которого участвуют официальные лица, руководители крупных компаний, ведущие эксперты и ученые из 40 стран, Президент России В.В.Путин подчеркнул, что ускоряющееся технологическая трансформация радикально меняет облик индустрий, меняет принципы производства и бизнес-модели, а такие разработки, как системы

искусственного интеллекта или 3D-печать, оказывают колоссальное воздействие на эффективность управления и производительность труда. [1]

3D-печать, как одно из направлений цифрового производства, является мощнейшим инструментом для ускорения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР), производства и вывода новой продукции на рынок. Аддитивные технологии (АТ) - процесс создания (печати) объекта из 3D-модели с помощью 3D-принтера с использованием инновационных материалов (от воска, пластика и металла до клеток ткани кожи и сердца человека). Данные технологии позволяют быстро конструировать и воспроизводить объекты с высокой трудоемкостью создания в условиях обычного традиционного производства (от мельчайших деталей, например в аэрокосмической отрасли и медицине, до крупных промышленных конструкций в строительстве).

**Целью** данной работы является изучение маркетинговых технологий с теоретической и практической стороны, описание особенностей рынка высокотехнологичных товаров, а также использования технологий маркетинга на мировом и российском рынке, прежде всего на примере рынка 3D-принтеров и компаний-лидеров в данной сфере.

В работе выполнены следующие **задачи**:

- раскрыта тема инновационного маркетинга;
- дана характеристика развития мирового рынка 3D-принтеров;
- дана экономическая характеристика ведущих международных компаний 3D-печати, компаний-лидеров: HP Inc., Proto Labs, Materialise NV, Stratasys Ltd, 3D Systems;

[1] http://www.kremlin.ru/events/president/news/60961

• проанализированы маркетинговые политики: товарная, ценовая, сбытовая и политика продвижения, - в международных компаниях 3D-печати;

• маркетинговые технологии российских компаний-производителей 3D-принтеров рассмотрены на примере лидера по производству промышленных 3D-принтеров корпорации «РусАТ» («Русатом» - Аддитивные технологии» ) и лидера в области производства устройств для персональной 3D-печати - компании PICASO 3D.

В результате анализа маркетинговых технологий мировых и Российских компаний рассмотрены эффективные инновационные технологии, позволяющие успешно реализовывать свою деятельность, занимать лидирующие позиции на мировом рынке 3D-печати.

В качестве **объекта** исследования выступают российские и международные компании на рынке 3D-печати. **Предметом** являются их маркетинговые технологии.

**Информационной базой** служат: учебная литература, статьи российских периодических и иностранных изданий, аналитические материалы органов государственной власти, иностранные базы данных, интернет ресурсы и т.д.

**Структура работы** отвечает цели и задачам исследования. Работа состоит из введения, 3 частей и заключения.

В первой части рассмотрен с теоретической стороны международный инновационный маркетинг, во второй части определены его особенности, проанализирован мировой рынок 3D-принтеров. В третьей части - дан анализ современных технологий маркетинга международных компаний-производителей 3D-печати.