

Департамент образования и науки Костромской области

областное государственное бюджетное профессиональное
образовательное учреждение

«КОСТРОМСКОЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

**Региональный методический конкурс педагогических работников
образовательных организаций Костромской области**

Номинация: Дидактические материалы для обучающихся

Соколова Т.А.

**Методические рекомендации по выполнению курсовой работы
по учебной дисциплине
«ОП.07 Экономика отрасли»**

*Для специальности 08.02.01
«Строительство и эксплуатация зданий и сооружений»*

Кострома 2023

Соколова Т.А. Методические рекомендации по выполнению курсовой работы по дисциплине «ОП.07 Экономика отрасли». - РИК ОГБПОУ «Костромской политехнический колледж», 2023, 22с.

Методические рекомендации настоящего пособия предназначены для подготовки, написания и оформления письменной курсовой работы, выполняемой студентами КПК в соответствии с учебным планом. Предназначены для студентов очной формы обучения специальности 08.02.01. «Строительство и эксплуатация зданий и сооружений».

Рецензент: Родионова И.А. – зав. отделением, ОГБПОУ «Костромской политехнический колледж»

**© Соколова Т.А., 2023
© ОГБПОУ «Костромской
политехнический
колледж», 2023**

Гарнитура шрифта «Times New Roman Cyr» 14 п.
Формат 60х84/8. Кол-во листов 22/16 Кол-во авт. листов 0,7.
РИО КПК
Файл «РИО/Документы/Методички/2023/Мет.рекомендации_Соколова Т.А.»

Содержание

Введение.....	4
1. Общие указания по выполнению курсовой работы	6
2. Теоретическая часть	10
3. Практическая часть.....	14
5. Аттестация	20
Список рекомендуемой литературы.....	22

Введение

Отличительной чертой современного этапа преобразования экономики России является развитие рыночных отношений, реформирование всех сфер жизни. Это влечет за собой повышенные требования к овладению специалистами экономических знаний и умению их использовать при принятии эффективных производственных решений.

Письменная курсовая работа – самостоятельная разработка конкретной темы с элементом расчета бизнес – плана. Работа способствует формированию навыков самостоятельного подхода к освоению учебного материала, отражает приобретенные студентом теоретические знания и навыки, умение работать с литературой и альтернативными источниками информации, делать обоснованные выводы.

Методические рекомендации содержат краткие указания по выполнению курсовой работы.

При написании курсовой работы формируются следующие общие и профессиональные компетенции:

ОК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 2. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 3. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие;

ОК 4. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами;

ОК 5. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 9. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности;

ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках;

ОК 11. Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

ПК 1.1. Обрабатывать первичные бухгалтерские документы;

ПК 1.2. Разрабатывать и согласовывать с руководством организации рабочий план счетов бухгалтерского учета организации;

ПК 1.3. Проводить учет денежных средств, оформлять денежные и кассовые документы;

ПК 1.4. Формировать бухгалтерские проводки по учету активов организации на основе рабочего плана счетов бухгалтерского учета;

ПК 2.1. Формировать бухгалтерские проводки по учету источников активов организации на основе рабочего плана счетов бухгалтерского учета;

ПК 2.5. Проводить процедуры инвентаризации финансовых обязательств организации;

ПК 2.6. Осуществлять сбор информации о деятельности объекта внутреннего контроля по выполнению требований правовой и нормативной базы и внутренних регламентов;

ПК 2.7. Выполнять контрольные процедуры и их документирование, готовить и оформлять завершающие материалы по результатам внутреннего контроля;

ПК 3.1. Формировать бухгалтерские проводки по начислению и перечислению налогов и сборов в бюджеты различных уровней;

ПК 3.2. Оформлять платежные документы для перечисления налогов и сборов в бюджет, контролировать их прохождение по расчетно-кассовым банковским операциям;

ПК 3.3. Формировать бухгалтерские проводки по начислению и перечислению страховых взносов во внебюджетные фонды и налоговые органы;

ПК 4.1. Отражать нарастающим итогом на счетах бухгалтерского учета имущественное и финансовое положение организации, определять результаты хозяйственной деятельности за отчетный период;

ПК 4.2. Составлять формы бухгалтерской (финансовой) отчетности в установленные законодательством сроки;

ПК 4.4. Проводить контроль и анализ информации об активах и финансовом положении организации, ее платежеспособности и доходности;

ПК 4.5. Принимать участие в составлении бизнес-плана;

ПК 4.6. Анализировать финансово-хозяйственную деятельность, осуществлять анализ информации, полученной в ходе проведения контрольных процедур, выявление и оценку рисков;

ПК 4.7. Проводить мониторинг устранения менеджментом выявленных нарушений, недостатков и рисков.

1. Общие указания по выполнению курсовой работы

Структура курсовой работы включает в себя:

- титульный лист;
- лист-задание на курсовую работу;
- оглавление;
- введение;
- теоретическая часть;
- практическая (расчетная) часть;
- заключение;
- библиография;
- приложения.

Задания для выполнения курсовой работы распределяются преподавателем по установленной форме, подписываются преподавателем. При выполнении курсовой работы студентом необходимо выполнять следующие требования:

1. В начале курсовой работы указывается номер определенного варианта.

2. Перед решением практического задания необходимо привести исходные данные.

3. Решение задания должно сопровождаться развернутыми расчетами, краткими определениями и пояснениями. Задания, по которым ответы будут даны без развернутых расчетов, пояснений, определений и кратких выводов, считаются нерешенными.

4. Курсовая работа должна быть выполнена на стандартных листах формата А4 в машинописном виде без сокращений слов (кроме общепринятых). Текст печатается через 1,5 интервал, шрифт № 12 - 14. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Абзац должен быть равен пяти знакам. Каждая структурная часть курсовой работы начинается с новой страницы. После заголовка, располагаемого посередине строки, не ставится точка. Также не допускается подчеркивание заголовка и переносы в словах заголовка. Страницы нумеруются в нарастающем порядке. Нумерация всей работы сквозная. Титульный лист и индивидуальное задание на курсовую работу включаются в общую нумерацию, но номера страниц на них не проставляются, т.е. первый напечатанный номер будет на листе работы, на котором помещается содержание (оглавление). Номера страниц проставляются вверху. В конце работы прилагается чистый лист для рецензии.

В соответствии с целями и задачами курсовая работа не должна быть пересказом изученного материала или простым составлением фрагментов из книг.

Курсовая работа также не является собственной интерпретацией проблемы, напоминающей школьное сочинение на свободную тему, так как курсовая работа основывается на научной проблеме и учебной и научной литературе.

Таким образом, курсовая работа должна представлять собой целостную, однородную и завершенную студенческую работу, в которой должны быть четко сформулированы проблемы, обоснована их актуальность, изложены

степень изученности проблемы. Курсовая работа должна быть написана с соблюдением общих норм литературного языка, правил грамматики и с учетом особенностей научной речи – точности и однозначности терминологии.

Введение. Курсовая работа всегда начинается с введения. В нем дается обоснование актуальности темы, краткий обзор литературы по теме, формулируются вопросы, рассматриваемые в курсовой работе, и оговаривается, какие вопросы, имеющие непосредственное отношение к проблеме, не будут затронуты. Далее дается сжатое изложение ее основных положений.

Необходимо отметить важное правило – введение, как и заключение, рекомендуется писать после полного завершения основной части. Не рекомендуется делать введение объемом более двух страниц.

Основная часть. Как правило, основная часть состоит из нескольких глав, как минимум, трех.

В этом разделе своей работы студент приводит точки зрения ведущих специалистов по данному вопросу и сопровождает материал, взятый из книг фактическими примерами. Для этого необходимо пользоваться периодическими изданиями, статистическими справочниками и др.

Объем теоретической части до 20 листов печатного текста.

Заключение. Заключение содержит формулировку результатов, полученных в ходе работы. В заключении, как правило, автор курсовой работы делает выводы, обобщения и рекомендации, которые вытекают из его работы, подчеркивает их практическую значимость.

Необходимо иметь в виду, что введение и заключение никогда не делятся на части. Объем заключения примерно равен объему введения.

Список литературы. Это перечень книг, журналов, статей с указанием основных данных (место и год выхода, издательство и др.). Библиографический список включает библиографические описания всех использованных, цитированных или упоминаемых в работе документов, а также прочитанную литературу по теме, которая оказала влияние на содержание работы.

Необходимо указать не менее 7 источников. Последовательность формирования библиографического списка может быть различной:

- по значимости документов (нормативные акты, документальные источники, монографии, статьи, другая литература);
- по алфавиту фамилий авторов или названий документов;
- по хронологии издания документов.

Основные элементы библиографического описания приводятся в следующей последовательности (ГОСТ 7.0-84 «Библиографическая деятельность. Термины и определения»):

- фамилия автора и его инициалы;
- название книги без кавычек;
- место издания;
- название издательства;
- год издания.

Примеры библиографического описания:

- а) Федеральный закон от 21 ноября 1996г. № 129-ФЗ «О бухгалтерском учете» // Собрание законодательства Российской Федерации. 2013 № 48 ст. 5369.
- б) Ремизов Н., Гутцайт Е. Комментарии к правилам (стандартам) аудиторской деятельности. // Финансовая газета. 2014. № 2, 4.
- в) Карлик А.Е. Экономика предприятия: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2015, 432 с.

Приложения. Приложения являются обязательным компонентом курсовой работы. Приложения могут быть различными: таблицы, схемы, графики, диаграммы, иллюстрации, копии договоров, постановлений, копии финансовых документов и т.д.

Приложения располагаются в порядке ссылок в тексте. Каждое приложение начинается с нового листа с обозначением в правом верхнем углу словом «Приложение». Приложения должны нумероваться последовательно, арабскими цифрами (например, «Приложение 10») и иметь заголовок.

2. Теоретическая часть

Что такое бизнес-план?

Под бизнес-планом понимают документ, где содержатся сведения о будущей компании, ее деятельности и перспективах. В этом документе прописывают бизнес-идею проекта; обозначают продукты компании — товары, которые она будет выпускать, или услуги, которые будет оказывать; приводят анализ рынка и конкурентов; указывают каналы и стоимость привлечения клиентов. Часто добавляют расчеты, связанные с деятельностью компании.

Чем бизнес-план отличается от финансовой модели? Важно понимать, что бизнес-план и финансовая модель — не одно и то же. В бизнес-плане, где подробно и с расчетами описан весь проект, есть конкретная программа действий на годы вперед. Финансовая модель представляет собой таблицу с исходными данными по выручке, прибыли и остаткам средств. Такая таблица позволяет на основе имеющихся показателей предсказать будущее. Финмодель используют, чтобы рассчитать прибыль в зависимости от разных обстоятельств, понять, какой сценарий окажется наиболее выгодным, а какой приведет организацию к убыткам. Нередко финансовую модель с прогнозными показателями включают в бизнес-план.

О вашей компании

В этом разделе — все, что известно о вашей компании, от корпоративной миссии до структуры организации. Начните с вашего ценностного предложения и расскажите, почему потребители должны выбрать вас, а не конкурентов. Далее раскройте видение вашей команды. Эти три пункта могут показаться вам схожими, но на самом деле они несут разный смысл:

- ценностное предложение: почему клиент должен выбрать вас;
- почему вы начали свой бизнес;
- видение: на что ваша компания рассчитывает в будущем.

После этого можете описать вторичные, но тоже важные подробности. Например:

1. Вы являетесь ИП, ООО или корпорацией?

2. Когда был основан ваш бизнес?
3. Что вы продаете?
4. В какой отрасли вы работаете?
5. Какова история вашего бизнеса?
6. Какие краткосрочные и долгосрочные цели преследует ваша компания?
7. Кто в вашей команде?

Рынок и конкуренция

Далее вам нужно сосредоточиться на вашей нише — размере рынка, конкурентах. Чтобы качественно это проанализировать, используйте SWOT-анализ. Этот инструмент позволяет посмотреть на нишу со всех сторон: вы анализируете сильные и слабые стороны проекта, возможности и угрозы. Такой же анализ стоит применить и к нескольким сильнейшим конкурентам — так вы будете знать о них больше, а значит, сможете превзойти.

Маркетинговый план

Дальше стоит проанализировать клиентов и методы их привлечения. Самый простой и быстрый способ создать маркетинговый план заключается в проработке персоны покупателя (buyer persona) — вымышленного или реального персонажа, который соответствует образу вашего идеального клиента. Старайтесь описывать персоны как можно более реалистично, чтобы маркетинговый план можно было выстраивать вокруг них. При создании плана можно воспользоваться воронкой продаж.



Рисунок 1 – Пример воронки потребителей

Бизнес-операции

Это повседневные операции вашей компании, т.е. как вы планируете создавать и реализовывать свой продукт или услугу. Углубитесь в детали производственных процессов и покажите, что у вас есть налаженный механизм ведения бизнеса, а также планы на случай непредвиденных ситуаций на рынке.

Внесите сюда следующую информацию:

1. Сколько времени потребуется для изготовления определенного количества единиц продукта?
2. Что было сделано для внедрения клиентского фидбека в производство вашего продукта или услуги?
3. Какие процедуры у вас предусмотрены на случай резких скачков спроса на ваш продукт или услугу?

Помимо этого, можете рассказать о цепи поставок или последовательности событий, которые должны произойти, чтобы из начальной идеи ваш продукт воплотился в реальность. Цепь поставок может включать такие звенья:

- поставщики: люди или компании, предоставляющие материалы, которые вы не производите сами;
- объекты: где вы будете размещать ваш инвентарь или офисы;
- персонал: ваши сотрудники и их обязанности;
- оборудование: инструменты и технологии, которые нужны вам для ведения бизнеса;
- фулфилмент: действия вашей компании с момента оформления заказа покупателем до получения им продукта;
- инвентаризация: сколько инвентаря вы будете держать под рукой или хранить у стороннего партнера и как вы его отслеживаете;
- поддержка клиентов: как будут использоваться и отслеживаться запросы, жалобы и возвраты клиентов.

Бизнес-финансы

Вам нужен продуманный бюджет, который бы показывал, что вы действительно осознаете финансовую выполнимость своей бизнес-идеи. В этом разделе вам стоит уделить внимание 3 ключевым аспектам:

- прибыли и убыткам;
- балансу;
- движению денежных средств.

Лучше опираться на уже существующие данные за прошедший период.

Отчет о прибыли и убытках показывает вашу прибыль и убытки в течение определенного периода времени, а значит — позволяет вам оценивать чистую выручку. Баланс характеризует ваш собственный капитал. С одной стороны уравнения у вас есть ваши активы за вычетом обязательств, а с другой — ваш капитал. Отчет о движении денежных средств аналогичен отчету о прибыли и убытках за исключением одного важного фактора: он учитывает фактическую дату денежных поступлений и выплат и позволяет вам проводить финансовый анализ компании.

И наконец, вы должны продумать график с реалистичными промежуточными целями и сроками их достижения. Это нужно по двум причинам:

1. Вы будете сосредоточены на главной задаче и сможете отмечать маленькие победы вашей компании.
2. Вы сможете быстро реагировать на проседание по срокам.

Какие ошибки делают чаще всего, составляя бизнес-план?

Среди самых распространенных ошибок в бизнес-планах можно назвать следующие:

1. Документ составлен неправильно. Это критично, если на основании бизнес-плана предприниматель планирует получить для организации кредит в банке, средства от инвестора или грант. В каждом из перечисленных случаев бизнес-план составляется по определенным правилам. О них стоит узнать заранее.

2. Бизнес-план сложен для восприятия. К этому может привести отсутствие понятной структуры или объем документа больше 30 страниц. Важно оставить в нем только то, что действительно важно, и не расписывать то, что уже известно.

3. Бизнес-план содержит сомнительные цифры. Все расчеты должны быть наглядными, а прогнозы обоснованными. Инвесторов смутят непроверенные цифры и нереалистичные ожидания по выручке.

4. В документе нет анализа конкурентов. Если указано, что конкурентов нет, это может означать две вещи. Первое — автор бизнес-плана ошибается. Второе — продукт принципиально новый, и рынка нет, что не всегда стоит считать преимуществом.

5. В бизнес-плане нет проверенных сведений о потенциальных клиентах. Отсутствие таких сведений не позволяет оценить востребованность продукта и спрогнозировать объемы его реализации.

3. Практическая часть

Главной целью составления бизнес-плана, с точки зрения работы со студентом, является закрепление теоретического материала по теме «Бизнес-планирование», а поскольку бизнес-план является значимой частью предынвестиционной стадии проектного управления, навыки бизнес-планирования позволят студентам проработать основные разделы курсовой работы. Предполагается, что разработчик формирует бизнес-план проекта на основе собственной идеи. Допускается два возможных варианта: создание нового или развитие существующего предприятия. В процессе составления бизнес-плана разработчику необходимо решить следующие задачи:

- а) дать краткую характеристику объекта исследования;
- б) провести стратегический анализ среды с целью обоснования актуальности выбранного проекта.
- в) разработать следующие разделы бизнес-плана:

1) резюме:

Важнейшая часть бизнес-плана, не должна превышать 2 страниц. Всегда пишется в последнюю очередь, а ставится на первое место.

Ключевые вопросы раздела:

- Основные цели фирмы;
- Уникальность проекта, его инновационность (при наличии) и социальная значимость;
- Сегмент рынка, который планирует занять фирма в предстоящие три года;
- Какие преимущества у вашего товара по сравнению с конкурентами;
- План продвижения товара на рынок;
- Подход к ценообразованию;
- Под каким девизом проводится рекламная компания;
- Каналы сбыта продукции;
- Объем продаж на первый год;
- Условно-переменные расходы на 1 изделие;
- Условно-постоянные расходы за год;
- Себестоимость единицы продукции;
- Цена продукции;
- Рентабельность продукции;
- Балансовая прибыль;
- Чистая прибыль;
- Количество безубыточной продукции.

2) организационный план:

Ключевые вопросы раздела:

- Квалификационные требования и виды специальной подготовки для работников (образование, стаж работы, знание иностранных языков, умение

работать с компьютером, основы планирования, основы юриспруденции, основы бухгалтерского учета, менеджмента и маркетинга и т.д.).

- График работы.
- Дополнительные материальные льготы для сотрудников.
- Принцип найма (контрактный, с испытательным сроком и т.д.).
- Система переподготовки по некоторым профессиям.
- Схема управления фирмой (линейная структура, функциональная структура, линейно-функциональная и другие).

3) план маркетинга:

Ключевые вопросы раздела:

- Определение основных стратегий;
- Каналы распределения товара;
- Виды транспорта, используемые для реализации товара, наличие своего;
- Наличие складской сети;
- Существование дилерской сети;
- Виды рекламы (девиз фирмы);
- Стимулирование продаж;
- Сервисное обслуживание.

Среди основных стратегий выделяют:

1. товарную стратегию;
2. сервисную стратегию;
3. ценовую стратегию (стратегия высоких цен, низких цен, дифференцированных цен, льготных цен, гибких цен, стабильных цен, неокругленных цен и др.);
4. сбытовую стратегию.

Выбирается и обосновывается план маркетинга (конверсионный, стимулирующий, развивающийся, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, демаркетинг, противодействующий и др.)

Выбирается стратегия развития:

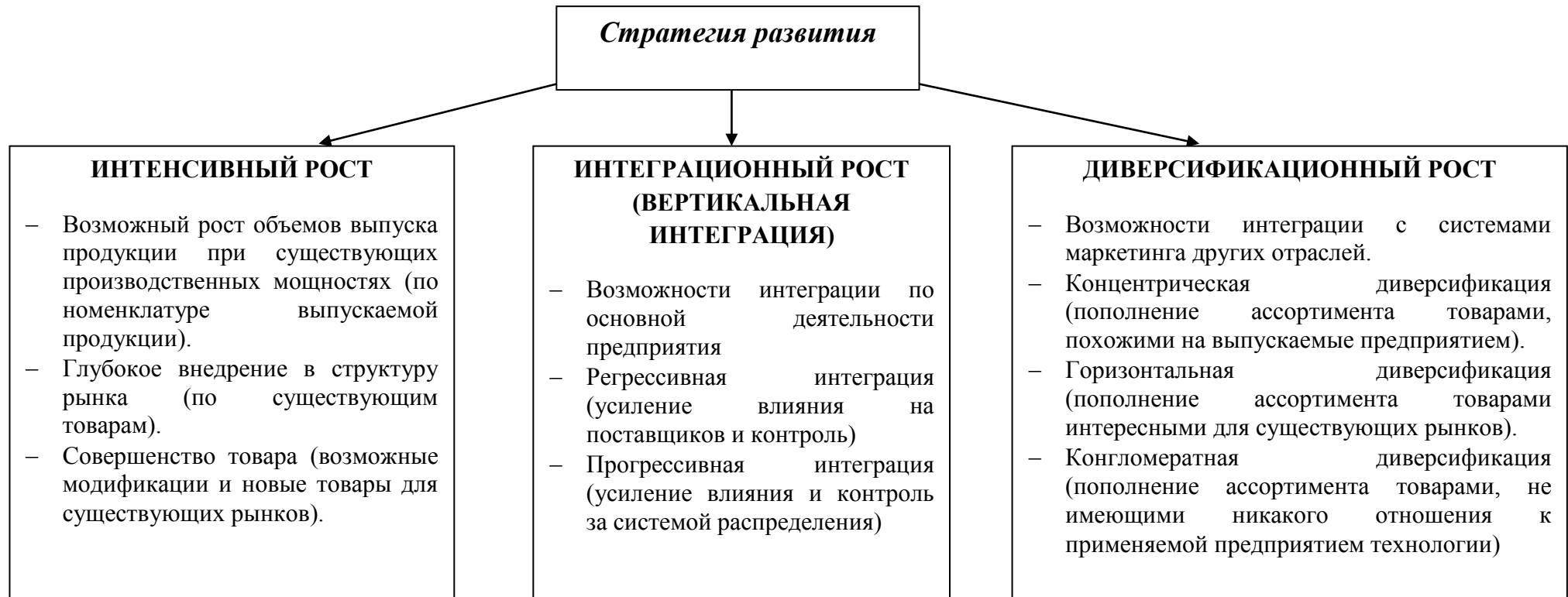


Таблица 1 - Цели и задачи маркетинга

Цель ¹	Задача ²	Инструмент ³
1.	1. ...	
	2.	
2. ...	1.	
	и т.д.	

Таблица 2 - Бюджет маркетинга

Показатели по конкретным инструментам и мероприятиям	Порядок расчета	Сумма в год		
		1-й	2-й	3-й
1.	Оценочная стоимость мероприятий, указанных в предыдущей таблице, относительно их регулярности и сроков проведения			
Итого расходы на маркетинг при запуске проекта			-	-
Итого текущие расходы на маркетинг				

В курсовой работе ограничимся расчетами нормативов запаса оборотных средств расчетом чистой прибыли, составлением бюджета доходов и расходов и движения денежных средств, расчетом коэффициентов финансовой деятельности и построением графика безубыточности.

6) анализ рисков проекта:

Ключевые вопросы раздела:

- Способы уменьшения риска.
- Оценка рисков (таблица № 3).

¹ Не более 2-х долгосрочных целей (завоевание определенной доли на рынке, конкретный объем продаж за период в натуральном или денежном выражении, ослабление позиций конкурентов, формирование благоприятного имиджа фирмы, удовлетворение конкретного спроса на услугу/товар)

² Конкретная задача в реализации данной цели (узнаваемость торговой марки, позиционирование товара, получение конкурентного преимущества, повышение потребительской осведомленности, организация обслуживания клиентов; поиск новых потребностей клиентов и возможностей их удовлетворить; поиск новых направлений деятельности; организация связей с общественностью и др.)

³ Любые конкретные мероприятия (реклама различных видов с их описанием, прямые продажи, мерчендайзинг, стимулирование продаж, PR и т.д.)

– Мероприятия противодействия рискам (таблица № 4).

Оценка проводилась по 100-бальной системе тремя экспертами нашей фирмы (0 – риск незначителен; 25 – риск скорее всего не реализуется; 50 – о наступлении события ничего сказать нельзя; 75 – риск скорее всего появится; 100 – риск наверняка реализуется).

Таблица № 3 - Оценка рисков

Наименование риска	Вероятность
Удаленность от инженерных сетей	Очень низкая / Низкая / Средняя / Высокая / Очень высокая
Отношение местных властей	
Наличие альтернативных источников сырья	
Удаленность от транспортных узлов	
Платежеспособность заказчика	
Непредвиденные затраты в том числе из-за инфляции	
Несвоевременная поставка комплектующих	
Несвоевременная подготовка ИТР и рабочих	
Недобросовестность подрядчика	
Неустойчивость спроса	
Появление альтернативного продукта	
Снижение цен конкурентами	
Увеличение производства у конкурентов	
Рост налогов	
Неплатежеспособность потребителей	
Рост цен на сырье, материалы, перевозки	
Трудности с набором квалифицированной силы	
Угроза забастовки	
Недостаточный уровень зарплаты	
Квалификация кадров	
Изношенность оборудования	
Нестабильность качества сырья и материалов	
Отсутствие резерва мощности	
Выбросы в атмосферу и сбросы в воду	
Близость населенного пункта	
Вредность производства	
Складирование отходов	

Для рисков, вероятность которых выше средней необходимо разрабатывать мероприятия противодействия. Совокупность рисков - основа для моделирования сценариев развития фирмы.

Таблица № 4 - Позитивный и негативный прогноз развития проекта

Позитивный	Негативный
1.	
2.	
и т.д.	
Пути решения	
<i>Управленческие решения при позитивном варианте развития</i>	<i>Меры противодействия рискам</i>

Каждая из задач выполняется как отдельная самостоятельная часть. При этом каждый раздел бизнес-плана должен сопровождаться комментариями и лаконичными выводами. Резюме проекта оформляется после разработки бизнес-плана в целом.

5. Аттестация

Аттестация письменных курсовых работ осуществляется по бальной шкале с оформлением «Рецензии-рейтинга курсовой работы студента».

Критерии оценки курсовой работы:

- степень усвоения студентом понятий и категорий по теме курсовой работы;
- умение работать с документальными и литературными источниками;
- умение формулировать основные выводы по результатам анализа конкретного материала;
- грамотность и стиль изложения;
- самостоятельность работы;
- правильность расчетов;
- правильность и аккуратность оформления;
- соответствие оформления установленным требованиям.

В «рецензии-рейтинге» указаны критерии, при наличии хотя бы одного из которых работа оценивается только на «неудовлетворительно».

К ним относятся:

- Содержание работы не относится к предмету дисциплины или к самой теме.
- Работа перепечатана из Интернета, CD-ROM или других носителей информации.
- В работе отсутствуют приложения.
- Оформление работы не соответствует требованиям (отсутствует нумерация страниц, неполное оформление библиографии и др.).
- Объем теоретической части меньше 8 листов машинописного текста.

После проверки преподаватель возвращает работу студенту с заполненной рецензией-рейтингом.

При необходимости студент исправляет недочеты и, согласно графику, устно защищает работу. С учетом итогов защиты за курсовую работу выставляется дифференцированная оценка.

В заключении еще раз необходимо подчеркнуть, что смысл курсовых работ состоит в приобретении навыков самостоятельного решения практических проблем и письменного изложения полученных результатов.

Список рекомендуемой литературы

Основная литература:

1. Котерова Н.П. Экономика организации: Учебник – М.: Академия, 2015г. – 286 с.
2. Лебедева Е.М. Экономика отрасли: Электронное издание – М.:Академия, 2018г.

Дополнительная литература:

3. Агарков, А.П. Экономика и управление на предприятии / А.П. Агарков [и др.]. - М.: Дашков и ко, 2013. - 400.
4. Бабук, И.М. Экономика промышленного предприятия / И.М. Бабук, Т.А. Сахнович. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 439 с.
5. Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации) / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. - М: Дашков и К, 2013. - 372 с.
6. Горфинкель, В.Я. Экономика предприятия / В.Я. Горфинкель. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 663 с.
7. Ключкова, Е. Н. Экономика предприятия / Е. Н. Ключкова, В. И. Кузнецов, Т. Е. Платонова. - М.: Юрайт, 2014. - 448 с.
8. Экономика и финансы предприятия / под ред. Т.С. Новашиной. - М.: Синергия, 2014. - 344 с.
9. Экономика, организация и управление на предприятии: учебное пособие / [А. В. Тычинский и др.]. – Ростов–на–Дону: Феникс, 2010. – 475