

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Институт Экономики и управления АПК
Кафедра Менеджмента в АПК

**Методические указания
по написанию курсовой работы**

Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент»
(шифр – название)

Направленность (Профиль): Маркетинг и цифровые коммуникации

Электронное издание

Красноярск, 2022 г.

Методические указания составлены в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», профиль Маркетинг и цифровые коммуникации.

Составители: Антамошкина О.И. канд.техн.наук, профессор кафедры Менеджмента в АПК

Содержание

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.
2. МЕСТО КУРСОВОЙ РАБОТЫ (КР) В СТРУКТУРЕ ОПОП
3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ВЫПОЛНЕНИЯ КР
4. СТРУКТУРА ВЫПОЛНЕНИЯ, СОДЕРЖАНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ. ОБЯЗАННОСТИ СТУДЕНТА, КАФЕДРЫ И ОРГАНИЗАЦИИ
5. НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ И НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
6. ТЕМЫ КУРСОВЫХ РАБОТ
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ
8. ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ.
9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.

К написанию курсовой работы по дисциплине Стратегический маркетинг в цифровой среде студенты приступают после аудиторного изучения большей части курса.

Цель написания курсовой работы – развитие у студентов навыков самостоятельной работы при решении конкретных маркетинговых проблем предприятия, овладение методикой исследования, проведение анализа и разработка обоснованных рекомендаций по совершенствованию деятельности предприятия. Одной из основных задач курсовой работы наряду с более глубоким и комплексным изучением материала по интересующей студента теме является развитие творческих навыков, позволяющих осмысливать полученные знания, увязывать их друг с другом и с теми условиями, в которых приходится действовать.

Методическое руководство при написании курсовой работы осуществляется преподавателями кафедры менеджмента в АПК. Научный руководитель:

- помогает в разработке тезисного и календарного плана выполнения работы;
- рекомендует необходимую литературу;
- проводит предусмотренные расписанием индивидуальные консультации;
- оценивает содержание работы как по частям, так и в целом, принимает решение о готовности курсовой работы к защите.

Задачи, стоящие перед студентом при написании курсовой работы по стратегическому маркетингу в цифровой среде:

- изучение специальной литературы по выбранной теме курсовой работы;
- анализ внутренней среды предприятия;
- анализ внешней среды предприятия;
- разработка стратегических маркетинговых решений, определение их эффективности;
- продолжение сбора материалов по теме исследования для подготовки магистерской диссертации в соответствии с индивидуальной программой.

За достоверность предоставленной информации, корректность выводов и рекомендаций несет ответственность автор курсовой работы.

Курсовая работа имеет большое значение для написания ВКР, подготовки к будущей профессиональной деятельности и продолжения научной деятельности.

Курсовая работа (КР) выполняется с целью обеспечения тесной связи между научно-теоретической и практической подготовкой обучающихся, приобретения ими опыта практической деятельности в соответствии с особенностями магистерской программы, создания условий для формирования практических компетенций и сбора материала для подготовки выпускной квалификационной работы.

2. МЕСТО КУРСОВОЙ РАБОТЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Курсовая работа обучающихся является обязательной составной частью образовательной программы высшего профессионального образования и проводится в соответствии с утвержденным рабочим учебным планами и графиком учебного процесса.

Согласно действующему стандарту, Курсовая работа является обязательной.

Контроль знаний: по выполнению КР на основании представленных документов выставляется оценка с занесением в специальную ведомость, в зачетную книжку.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ВЫПОЛНЕНИЯ КР

Работа обучающихся в период написания КР организуется в соответствии с логикой работы над КР и освоениями компетенций проектной и экспертной деятельности и проходит в 4 семестре.

Процесс выполнения курсовой работы направлен на формирование компетенций:

ПК-1 Способен формировать маркетинговые стратегии организации

ПК-2 Способен разрабатывать стратегии продвижения организации, осуществляет контроль за реализацией стратегии в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

В результате выполнения курсовой работы обучающийся должен: **изучить:**

– нормативно-правовые и научно-методические материалы по разрабатываемой теме с целью их использования при выполнении магистерской работы;

– методы исследования и проведения полевых исследований и экспериментальных работ;

– методы анализа и обработки экспериментальных данных;

- методы обработки и анализа экономической информации;
- информационные технологии в научных исследованиях, программные продукты, относящиеся к профессиональной сфере;
- требования к оформлению результатов научных исследований;
- порядок внедрения результатов научных исследований и разработок;

выполнить:

- анализ, систематизацию и обобщение научно-технической, правовой и экономической информации по теме исследований;
- кабинетное, полевое или экспериментальное исследование в рамках, поставленных диссертационным исследованием задач;
- анализ достоверности полученных результатов;
- анализ научной и практической значимости проводимых исследований, а также обоснование технико-экономической эффективности предлагаемых мероприятий;

приобрести навыки:

- проведения самостоятельной научной, исследовательской и экспериментальной работы;
- выбора и обоснования методики исследования;
- работы с прикладными научными пакетами и редакторскими программами, используемыми при проведении научных исследований и разработок;
- формулирования результатов научного исследования;
- оформления результатов научных исследований.

4. СТРУКТУРА ВЫПОЛНЕНИЯ, СОДЕРЖАНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ. ОБЯЗАННОСТИ СТУДЕНТА, КАФЕДРЫ И ОРГАНИЗАЦИИ

Курсовая работа – вид работы, направленный на расширение и закрепление теоретических и практических знаний, полученных студентами в процессе обучения, совершенствование навыков проектной и экспертной деятельности, структурирование эмпирического материала для подготовки проекта, составляющего основную часть магистерской диссертации.

При выборе предприятия (объекта КР) обучающийся должен руководствоваться следующими критериями:

- направление подготовки;
- будущая тема ВКР.

В ходе выполнения КР обучающему нужно:

- составить индивидуальный план;
- изучить действующие в подразделении нормативно-правовые и отчетные документы по структуре организации, режиму работы, численному составу сотрудников организации;

После написания курсовой работы обучающийся своевременно сдает ее на кафедру для проверки ее преподавателем, после чего назначается день

защиты КР. Основанием для направления, обучающегося на повторную защиту или отчисления из университета может быть:

- невыполнение КР;
- получение отрицательного отзыва;
- неудовлетворительная оценка при защите КР;
- не предоставление КР.

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ КР

Курсовая работа способствует закреплению и развитию у обучающихся практических навыков, связанных с анализом внешней и внутренней среды предприятий (организаций), навыков применения методов исследований в маркетинге, инновационного проектирования, методов экспертной оценки инновационных проектов.

Объектом исследования может быть любая организация, предприятие АПК, район, администрация района, перерабатывающее предприятие, предприятие инфраструктуры АПК и др.

КР разрабатывается по следующим этапам: выбор темы; получение консультации руководителя по избранной теме; изучение научной литературы; разработка плана КР, сбор аналитического материала, оформление работы; рецензирование; подготовка иллюстрационного материала к защите; подготовка доклада к защите; защита КР.

КР должна иметь следующую структуру:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основная часть:
 - теоретический раздел (глава 1)
 - аналитический раздел (глава 2);
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Общий объем курсовой работы не должен превышать 45 страниц, не считая приложений.

Титульный лист представляет собой бланк установленного образца в институте, где указывается название вуза, института, кафедры, тема курсовой работы, фамилия, имя, отчество студента, ниже – фамилия, имя, отчество, должность и ученое звание, ученая степень научного руководителя.

Титульный лист должен быть подписан студентом и научным руководителем КР.

Содержание должно отражать все структурные элементы КР: введение, наименование всех имеющихся в работе разделов, подразделов, глав, параграфов, введение, заключение, список использованных источников и наименование приложений с указанием номеров страниц по тексту.

Введение. Во введении обосновывается актуальность разрабатываемой темы, необходимость разработки или совершенствования указанного вида

исследования организации или предприятия. Далее формулируются цель, задачи, объект, предмет и база исследования КР. Во введении необходимо также указать методологию выполнения КР.

Основная часть КР представлена главами, логически раскрывающими основные этапы решения исследовательской проблемы КР. Данная часть разделяется на две главы: теоретическую и аналитическую. Каждая глава разделяется на пункты (параграфы). Каждый пункт главы должен представлять собой законченный в смысловом отношении фрагмент КР, название, отражать решение задач и содержать в конце выводы.

В первой главе (теоретическая часть) рассматриваются теоретические основы и методологические подходы к решению поставленных задач и исследуемой проблемы КР.

Во второй главе (аналитическая часть) проводится анализ стратегического маркетинга в организации или предприятии.

Выполняется характеристика выбранной организации или предприятия, проводится анализ определенной области стратегического маркетинга организации или предприятия. В результате такого анализа указываются недостатки или проблемы использования определенного метода исследования. В завершении второй главы делаются общие выводы по аналитической части КР.

Заключение. В заключении приводятся основные результаты КР в соответствии с общей целью исследования и конкретными задачами КР поставленными во введении, формулируются выводы, предложения и рекомендации по использованию полученных результатов работы. Заключение должно содержать обобщение выводов по параграфам (подразделам), результаты решения поставленных задач.

Требования к оформлению:

Объем курсовой работы должен составлять не менее 35 машинописных страниц формата А4 без оборота с полями (левое-2; верхнее-2; нижнее-2; правое-2).

Формат Word, шрифт №14 Times New Roman. Сокращение слов, кроме общепринятых, не допускается. Заголовки и подзаголовки не выделяются и пишутся без подчёркивания. В перечислении после цифр должна быть полукруглая скобка, точка после скобки не ставится.

Страницы текстового документа нумеруют арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему документу по центру.

Титульный лист текстового документа включают в общую нумерацию страниц. Номер страницы на титульном листе не проставляют.

Качество оформленного курсового проекта оказывает влияние на общую оценку.

5. НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ И НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Научно-исследовательские технологии включают в себя изучение процесса работы, принятия и моделирования управленческих решений в сфере АПК и переработки, а также их анализ и оценка основных показателей с использованием специализированных программных средств, изучение современных технологий проектирования работы объектов АПК, а также систем оценки качества сельскохозяйственной продукции, а также продукции предприятий переработки и инфраструктуры АПК.

6. ТЕМЫ КУРСОВЫХ РАБОТ

1. Анализ маркетинговых возможностей фирмы на основе цифровых технологий
2. Маркетинговые стратегии корпоративного уровня в интернет-среде
3. Функциональные маркетинговые стратегии в интернет-среде
4. Инструментальные маркетинговые стратегии в интернет-среде
5. Особенности стратегического корпоративного планирования в цифровой среде
6. Стратегические решения по целевым рынкам в цифровой среде
7. Управление товаром в цифровой среде
8. Корпоративный и маркетинговый уровни цены
9. Управление ценой в цифровой среде
10. Управление распределением в цифровой среде
11. Управление продвижением в цифровой среде
12. SWOT-анализ в стратегическом маркетинге
13. Использование GAP-анализа в управлении маркетингом
14. Инструменты цифрового маркетинга для продвижения бизнеса
15. Особенности применения цифрового маркетинга в условиях российского бизнеса
16. Разработка digital-стратегии продвижения компании
17. Digital-стратегия как часть маркетинговой стратегии компании
18. Алгоритм стратегии продвижения компании в цифровой среде
19. Интернет-брендинг
20. Маркетинг в социальных сетях
21. Разработка маркетинговой стратегии в интернет-среде
22. Анализ интернет-среды предприятия
23. Маркетинг в новую цифровую эпоху
24. Реализация коммуникационной стратегии брендов в цифровой среде
25. Сегментация рынков как основной этап цифрового маркетинга

- 26. Разработка стратегии продвижения на основе цифровых технологий
- 19. Управление конкурентоспособностью товара на основе цифровых технологий
- 20. Управление товарным ассортиментом в цифровой среде
- 33. Роль стратегических методов в обосновании управленческих решений в условиях цифровой экономики
- 38. Методы анализа процессов управления в цифровой среде

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

1. Переверзев, М.Р., Шайденко, Н.А., Басовский, Л.Е. Менеджмент [Текст]: учебник/ М.Р. Переверзев, Н.А. Шайденко, Л.Е. Басовский. 2-е изд., доп. и перераб. - М.: Инфра-М, 2008. — 330 с.
2. Поршнев, А.Г., Разу, М.Л., Тихомирова, А.В. Менеджмент. Теория и практика в России [Текст]: учебник/ А.Г. Поршнев, М.Л. Разу, А.В.Тихомирова. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ФБК-Пресс, 2003. — 528 с.
3. Семенов, А.К., Маслова, Е.Л. Производственный менеджмент [Текст]: учебник/А.К. Семенов, Е.Л. Маслова. 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2007. — 272 с.
4. Смирнов, Э.А. Управленческие решения [Текст]: учебник/ Э.А. Смирнов М.: Инфра-М, 2001. — 264 с.
5. Травин, В.В., Дятлов, В.А. Менеджмент персонала предприятия [Текст]: учебник/В.В. Травин, В.А. Дятлов. 5-е изд. - М.: Дело, 2003. — 272 с.
6. Управление персоналом [Текст]: учебник/под ред. Базарова Т.Ю., Еремина Б.Л. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ, 2002. — 560 с.
7. Управление персоналом организации [Текст]: учебник/ Под ред. Кибанова А.Я. М.: Инфра-М, 2005. — 638 с.
8. Фатхутдинов, Р.А. Управленческие решения [Текст]: учебник/Р.А. Фатхутдинов. 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Инфра-М, 2002. — 314 с.
9. Шевчук, Д.А. Управление качеством [Текст]: учебник/Д.А. Шевчук. М.: ГроссМедиа, РОСБУХ, 2008. — 216 с.

8. ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ.

Оформленная курсовая работа представляется преподавателю на проверку, затем обучающийся допускается (или не допускается) к защите.

Дата и время защиты устанавливается в соответствии с календарным графиком учебного процесса. Основанием для допуска, обучающегося к защите является полностью и аккуратно (без исправлений) оформленная документация.

К курсовым работам предъявляются следующие требования:

- тема и цели должны быть значимы для развития соответствующей отрасли;

- выводы и результаты, должны основываться на достаточной и достоверной научной базе;
- курсовая работа должна демонстрировать способность автора применять для достижения поставленных целей методологию научного исследования или методологию поиска и анализа решений и проектирование их реализации;
- курсовая работа должна демонстрировать высокий уровень критического мышления, интеллектуальную смелость и самостоятельность автора;
- автор должен продемонстрировать навыки академического письма и коммуникации, презентации результатов работы;
- курсовая работа должна быть логично структурирована и написана понятным языком (для представления в открытом доступе);
- курсовая работа должна демонстрировать знания и понимание автором научного контекста работы;
- на основе критического анализа полученных результатов и результатов других научных работ, опубликованных по данной теме, должны быть представлены выводы по дальнейшему направлению исследований.

Основными критериями оценки обучающихся являются:

А) по содержанию:

- 1) понятность и определенность формулировки проблемы исследования;
- 2) обоснованность теоретической и практической актуальности;
- 3) релевантность и репрезентативность обзора источников по теме диссертации;
- 4) сформированность теоретических и практических оснований работы;
- 5) адекватность использованной методологии;
- 6) корректность определения основных понятий;
- 7) валидность и надежность методов исследования;
- 8) представленность результатов исследования в полном объеме, оценка их надежности;
- 9) критическая осмысленность исходной постановки цели диссертации;
- 10) осмысленность ограничений работы, возможности практического применения результатов;
- 11) наличие рекомендаций на перспективу исследований.

Б) по форме представления:

- 1) понятность и соответствие структуры целям и задачам диссертации;
- 2) использование уместного академического языка;
- 3) корректность реферирования;
- 4) релевантность объема материала;
- 5) качество представления данных в виде таблиц и рисунков;
- 6) качество приложений;

7) качество презентационного материала.

Защита носит дифференцированный характер и предполагает оценку: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно».

В случае неудовлетворительной защиты или же не предоставления КР в принципе, обучающийся может быть отправлен на пересдачу. В последнем случае не сданная и не защищённая в установленные сроки КР становится академическим долгом, что может послужить причиной отчисления из университета.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

а) основная литература:

1. Устав предприятия;
2. Отчетность предприятий;
3. Законодательные акты, регламентирующие деятельность предприятий выбранной отрасли.

б) дополнительная литература

Учебники и учебные пособия по менеджменту и маркетингу:

1. . Иванов И. Н Производственный менеджмент. Практикум: учебное пособие для вузов Москва, Юрайт 2021
2. Абчук, В.А. Менеджмент [Текст]: учебн. пособие/В.А. Абчук. СПб.: Союз, 2002. — 463 с.
3. Веснин, В.Р. Менеджмент [Текст]: учебник/ В.Р. Веснин. 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ТК Велби, Проспект, 2006. — 504 с.
4. Герчикова И.Н. Менеджмент [Текст]: учебник/И. Н. Герчикова. 4 -е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. — 511 с.
5. Гольдштейн, Г.Я. Основы менеджмента [Текст]: учебник/Г.Я. Гольдштейн. 2-е изд., перераб. и доп. - Таганрог: ТРТУ, 2003. - 230с
6. Дафт, Ричард Л. Менеджмент [Текст]: учебник/ Р.Л. Дафт. СПб.: Питер, 2001. - 832 с.
7. Дорофеев, В.Д., Шмелева, А.Н., Шестопал, Н.Ю. Менеджмент [Текст]: учебн. пособие / В.Д. Дорофеев, А.Н. Шмелева, Н.Ю. Шестопал. М.: Инфра-М, 2008. - 440 с.
8. Друкер, П. Ф. Энциклопедия менеджмента [Текст]: учебник/П.Ф. Друкер. М.: Изд. дом «Вильямс», 2004. — 432 с
9. Захаров, Н.Л. Организационное поведение государственных служащих [Текст]: учебник/ Н.Л. Захаров. М.: Инфра-М, 2009. - 237 с.
10. Квитко, А.В. Управление качеством [Текст]: учебн. пособие / А.В. Квитко. М.: МЭСИ, 2005. — 183 с.
11. Классики менеджмента [Текст]: Энциклопедия/ Под ред. М. Уорнера. СПб.: Питер. 2001. - 1168 с.
12. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс [Текст]: учебник/Ф. Котлер 2-е изд. - СПб.: Питер, 2006. — 464 с.
13. Мазур, И.И., Шапиро, В.Д. Управление качеством [Текст]: учебн. пособие / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро. М.: Высшая школа, 2003. — 334 с.
14. Моисеева, Н.К., Конышева, М.В. Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии [Текст]: учебник/ Н.К. Моисеева, М.В. Конышева. М.: Финансы и статистика, 2002. — 304 с.

15. Переверзев, М.Р., Шайденко, Н.А., Басовский, Л.Е. Менеджмент [Текст]: учебник/ М.Р. Переверзев, Н.А. Шайденко, Л.Е. Басовский. 2-е изд., доп. и перераб. - М.: Инфра-М, 2008. — 330 с.
16. Поршнева, А.Г., Разу, М.Л., Тихомирова, А.В. Менеджмент. Теория и практика в России [Текст]: учебник/ А.Г. Поршнева, М.Л. Разу, А.В.Тихомирова. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ФБК-Пресс, 2003. — 528 с.
17. Семенов, А.К., Маслова, Е.Л. Этика менеджмента [Текст]: учебник/А.К. Семенов, Е.Л. Маслова. 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2007. — 272 с.
18. Смирнов, Э.А. Управленческие решения [Текст]: учебник/ Э.А. Смирнов М.: Инфра-М, 2001. — 264 с.
19. Травин, В.В., Дятлов, В.А. Менеджмент персонала предприятия [Текст]: учебник/В.В. Травин, В.А. Дятлов. 5-е изд. - М.: Дело, 2003. — 272 с.
20. Управление персоналом [Текст]: учебник/под ред. Базарова Т.Ю., Еремина Б.Л. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ, 2002. — 560 с.
21. Управление персоналом организации [Текст]: учебник/ Под ред. Кибанова А.Я. М.: Инфра-М, 2005. — 638 с.
22. Фатхутдинов, Р.А. Управленческие решения [Текст]: учебник/Р.А. Фатхутдинов. 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Инфра-М, 2002. — 314 с.
23. Шевчук, Д.А. Управление качеством [Текст]: учебник/Д.А. Шевчук. М.: ГроссМедиа, РОСБУХ, 2008. — 216 с.

Журналы экономического направления:

«Секрет фирмы», «Деловой квартал», «Сфера влияния», «Менеджмент в России и за рубежом», «Маркетинг менеджмент», «Проблемы теории и практики управления», «Эксперт», «Российский экономический журнал» и др., а также их интернет-версии.

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.ecsocman.ru/> – Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» - обеспечивает доступ к наиболее востребованным материалам - первоисточникам, учебной, научной и художественной литературе ведущих издательств, содержит справочники, словари, энциклопедии.
3. <http://www.grebennikon.ru/> – Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» – содержит полные тексты статей по основным вопросам экономики, менеджмента, маркетинга, финансам и другим дисциплинам.
4. <http://www.krugosvet.ru/> –Онлайн Энциклопедия «Кругосвет» – 215 000 статей по темам : Экономика и право, Психология и педагогика, Социология, Философия, Религия, Государство и политика и др.
5. <http://www.elibrary.ru/> – Научная электронная библиотека – содержит более 12 миллионов научных публикаций, представлено 1594 российских журналов, из них в открытом доступе -- 744.
6. <http://www.ebiblioteka.ru/>– Универсальные базы данных изданий России и стран СНГ-- содержат полные тексты статей из журналов по вопросам экономики и финансов, издания по общественным и гуманитарным

наукам, официальные издания органов государственной власти РФ, Вестники Московского государственного университета и т.д..

7. <http://www.aup.ru/> – Административно-управленческий портал.
8. <http://eup.ru/> – Библиотека экономической и управленческой литературы.
9. <http://sci-lib.com/> - Большая научная библиотека.
10. <http://www.rusrev.org/> - " Российское экспертное обозрение"
11. <http://stat.hse.ru/> - База данных статистики по экономике и демографии РФ - Центр анализа данных Высшей школы экономики.
12. <http://www.ptpu.ru> - " Проблемы теории и практики управления", электронный журнал.
13. <http://www.ecsoc.msses.ru> - " Экономическая социология", электронный журнал. Архив отечественных и зарубежных журналов по экономике, социологии и менеджменту.
14. www.dis.ru – сайт издательства «Дело и сервис», содержит полнотекстовые версии статей по менеджменту, маркетингу, экономике, туризму.
15. www.rjm.ru – сайт журнала «Российский журнал менеджмента», ведущего рецензируемого российского издания. Имеется доступ к полнотекстовым статьям.
16. www.rsl.ru – сайт Российской государственной библиотеки. Через сайт можно получить соответствующие ссылки на требуемые учебники, монографии, диссертации и статьи.