

Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финуниверситет)
Калужский филиал Финуниверситета
Кафедра «Учет и менеджмент»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО
ПОДГОТОВКЕ, НАПИСАНИЮ И ОФОРМЛЕНИЮ
ДОМАШНЕГО ТВОРЧЕСКОГО ЗАДАНИЯ
«Стратегический маркетинг»**

Для студентов, обучающихся по направлению подготовки
38.03.02 Менеджмент
Программа «Маркетинг»
Профиль «Маркетинг»

Методические рекомендации по подготовке, написанию и оформлению домашнего творческого задания по дисциплине «Стратегический маркетинг» предназначены для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент программа «Маркетинг» профиль «Маркетинг» по очной форме обучения.

Составитель: Губанова Е.В., доцент кафедры «Учет и менеджмент», к.э.н., доцент
(Ф.И.О., должность, ученая степень и звание)

Рекомендовано Учебно-методическим советом Калужского филиала Финуниверситета
(протокол №01 от 01 сентября 2026 г.)

Одобрено кафедрой «Учет и менеджмент» Калужского филиала Финуниверситета
(протокол № 01 от «27» августа 2026 г.)

СОДЕРЖАНИЕ

Общие положения	4
Порядок выполнения домашнего творческого задания	5
Требования к выполнению домашнего творческого задания	6
Критерии оценки домашнего творческого задания	6
Структура домашнего творческого задания	7
Выбор варианта домашнего творческого задания	7
Варианты домашнего творческого задания	8
Планируемые результаты освоения	13
Требования к оформлению домашнего творческого задания	14

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Домашнее творческое задание (далее – ДТЗ) является одной из форм аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы студентов и может реализовываться как в письменном виде так и с использованием информационных технологий и специализированных программных продуктов.

Домашнее творческое задание представляет собой работу исследовательского характера.

Отличительными особенностями выполнения ДТЗ являются: высокая степень самостоятельности, умение логически обрабатывать материал, сравнивать, сопоставлять и обобщать материал, классифицировать материал по тем или иным признакам, высказывать свое отношение к описываемым явлениям и событиям, давать собственную оценку какой-либо работы и др.

Домашнее творческое задание выполняется как индивидуально, так и в составе группы.

Целью выполнения ДТЗ является подготовка студента к созидательной, исследовательской деятельности научного, практического или методологического характера, а также формирование навыков творческого представления полученных результатов.

Видами ДТЗ могут являться разработка в составе команды:

- сценария деловой или ролевой игры с последующей ее реализацией на семинарском занятии;
- одной или нескольких ситуационных задач (кейсов) для их последующего использования в качестве заданий для внеаудиторной или аудиторной самостоятельной работы студентов;
- сценария дискуссии, в том числе в форме виртуальной дискуссии, мозгового штурма, тематического круглого стола с последующим их проведением на семинарском занятии. В этом случае преподаватель обязан обеспечить студентов методическими рекомендациями по разработке и применению интерактивных форм обучения.

Результаты выполнения ДТЗ могут быть обсуждены на семинарских (практических) занятиях.

Примерный перечень тем ДТЗ содержится в рабочей программе дисциплины. Домашнее творческое задание выполняется под методическим руководством преподавателя, ведущего семинарские (практические) занятия.

Оценка выполнения ДТЗ осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости студентов.

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ ДОМАШНЕГО ТВОРЧЕСКОГО ЗАДАНИЯ

Домашнее творческое задание выполняется обучающимся в соответствии с заданием и методическими рекомендациями. Написанию расчетно-аналитической работы должно предшествовать изучение указанных в тематике расчетно-аналитической работы источников информации, анализ и усвоение содержащихся в них положений.

При изложении теоретических вопросов не допускается простое переписывание источников. Ответы на вопросы обучающийся должен излагать самостоятельно.

Сроки представления домашнего творческого задания на проверку определяются календарным учебным графиком и приказом «Об организации учебного процесса на соответствующий учебный год».

Не допускается предъявление домашнего творческого задания на проверку во время экзамена (зачета).

Выполненное домашнего творческого задания обучающийся сдает для регистрации на кафедру, где оно регистрируется в соответствующем журнале. Данный журнал заводится на каждый курс/группу, структурируется по изучаемым на данном курсе учебным дисциплинам, по которым предусмотрено выполнение письменных работ.

Зарегистрированные в журнале учета работ студента ДТЗ получает под роспись преподаватель кафедры, за которым закреплена учебная нагрузка в части проверки домашнего творческого задания по соответствующей учебной дисциплине.

В журнале фиксируется дата получения работы от обучающегося, дата получения работы преподавателем (заверяется подписью преподавателя), результат проверки работы, дата окончания проверки работы преподавателем (заверяется подписью преподавателя).

Домашнее творческое задание должно быть проверено преподавателем в течение 10 рабочих дней с момента его получения у старшего лаборанта кафедры.

По результатам проверки домашнего творческого задания выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено» на титульном листе домашнего творческого задания, заносится в «Ведомость учета проверенных работ».

Домашнее творческое задание, по которым выставлена оценка «зачтено», обучающимся не возвращаются и хранятся на кафедре до конца учебного года, после чего уничтожаются. В случае отсутствия возможности хранения работ на кафедре, работы передаются в архив филиала на срок хранения, предусмотренный номенклатурой дел.

Не зачтенная работа (кроме работ, содержащих материалы ограниченного доступа) возвращается обучающемуся вместе с указаниями преподавателя по устранению недостатков, для повторного выполнения работы.

На титульном листе повторно выполненной работы старший лаборант кафедры делает пометку «повторно» и передает для проверки преподавателю кафедры.

ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ДОМАШНЕГО ТВОРЧЕСКОГО ЗАДАНИЯ

- четкость и последовательность изложения материала (решения);
- наличие обобщений и выводов, сделанных на основе изучения информационных источников по данной теме;
- предоставление в полном объеме решений имеющихся в задании;
- использование современных способов поиска, обработки и анализа информации;
- самостоятельность выполнения.

Домашнее творческое задание должно включать:

- описание актуальности темы, цели и задач работы;
- круг рассматриваемых проблем, варианты и методы их решения;
- результаты анализа используемого материала, их интерпретация и общие выводы.

При выполнении домашнего творческого задания используются современные информационные средства поиска, обработки и анализа материала, базы данных.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ДОМАШНЕГО ТВОРЧЕСКОГО ЗАДАНИЯ

Критериями оценки домашнего творческого задания служат следующие параметры:

- полнота раскрытия темы;
- логика изложения, глубина проработки теоретических основ проблемы
- и взаимосвязь отдельных рассматриваемых вопросов в ДТЗ;
- качество оформления домашнего творческого задания в соответствии с предъявляемыми требованиями;
- отношение студента к работе.

Оценка «зачтено» выставляется студенту, являющемуся автором домашнего творческого задания, соответствующей всем предъявляемым требованиям, в том числе формальным. При этом в работе студент должен:

а) продемонстрировать умение раскрыть актуальность заявленной темы; проиллюстрировать ее сформулированными теоретическими предложениями;

б) соблюдать логику и последовательность изложения, рассматриваемых вопросов;

в) показать умение анализировать и делать выводы по всему представленному материалу;

г) грамотно и корректно подходить к текстовому материалу.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, являющемуся автором домашнего творческого задания, не соответствующей предъявляемым требованиям. Оценка «не зачтено» выставляется также, если студент:

а) не раскрыл актуальность темы исследования;

б) не предложил теоретических разработок.

Оценка «не зачтено» также выставляется, если возникли обоснованные сомнения в том, что студент не является автором представленного домашнего творческого задания (не ориентируется в тексте работы; не может дать ответы на уточняющие вопросы, касающиеся сформулированных в работе теоретических и практических предложений и т.д.). Такое решение принимается и в том случае, если работа не соответствует предъявляемым требованиям.

СТРУКТУРА ДОМАШНЕГО ТВОРЧЕСКОГО ЗАДАНИЯ

Правила выбора варианта работы

Студент(ка) осуществляет выбор по следующему правилу:

1. Варианты теоретико-практических заданий (задание 1) распределяются в соответствии с номером студента журнальной регистрации в деканате (т.е. № по списку).
2. Варианты заданий «дать определение» (задание 1) распределяются в соответствии с номером студента журнальной регистрации в деканате (т.е. № по списку)
3. в таблице 1 *по строке* смотрит для **последней цифры** номера своей зачетной книжки (допустим, **3**) номер варианта контрольной работы: № **3**, далее, по той же строке, вслед за номером контрольной работы (**3**), указаны два номера ситуационных (практических) задач (**3,13**).

Таблица 1- Таблица выбора варианта

Последняя цифра № Зачётной книжки	Номер варианта	Номера ситуационных (практических) задач для Вашего варианта
1	№ 1	1
2	№ 2	2
3	№ 3	3
4	№ 4	4
5	№ 5	5
6	№ 6	6
7	№ 7	7
8	№ 8	8
9	№ 9	9
0	№ 10	10

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ

1. Раскройте сущность стратегического маркетинга и объясните, почему долгосрочное планирование необходимо компании даже в условиях высокой нестабильности внешней среды.
2. Сравните цели, задачи и инструменты операционного (традиционного) и стратегического маркетинга, указав их ключевые различия на примере конкретного рынка.
3. Охарактеризуйте пять основных конкурентных сил по М. Портеру и приведите пример того, как появление сильного нового игрока может изменить стратегию действующего лидера отрасли.
4. Опишите логику построения матрицы И. Ансоффа («продукт-рынок») и укажите главную маркетинговую угрозу при реализации стратегии диверсификации для производственной компании.
5. Перечислите основные этапы процесса сегментирования потребительского рынка и раскройте критерии выбора наиболее привлекательного целевого сегмента для бизнеса.
6. В чем заключается принципиальное отличие макросегментационного анализа на рынке B2B от сегментации конечных потребителей (B2C)?
7. Дайте определение позиционирования товара и опишите типичные ошибки, которые допускают компании при попытке совместить премиальный имидж с агрессивным ценовым демпингом.
8. Раскройте взаимосвязь корпоративной миссии организации со стратегическими и тактическими маркетинговыми целями, приведя конкретный пример такой иерархии.
9. Объясните суть концепции «маркетинговой близорукости» Т. Левитта и ее опасность для современных российских компаний, заикнувшихся только на совершенствовании продукта.
10. Какова роль SWOT-анализа в обосновании маркетинговой стратегии и какие правила необходимо соблюдать, чтобы не допустить подмены внешних угроз внутренними слабостями компании?
11. Сравните ценовые стратегии «снятия сливок» и «проникновения на рынок», указав условия, при которых каждая из них будет максимально эффективна для инновационного товара.
12. Охарактеризуйте основные типы базовых конкурентных стратегий (по лидерству в издержках, дифференциации и фокусу) и дайте пример российского предприятия для каждого типа.
13. Раскройте понятие цепочки создания ценности М. Портера и объясните, какую стратегическую роль играет функция распределения (дистрибуции) в формировании итогового предложения для клиента.
14. Какие факторы определяют выбор компанией стратегии массового охвата всего рынка или узкой специализации (ниши), и как это решение влияет на структуру рекламного бюджета?

15. Обоснуйте необходимость интеграции инструментов продвижения (ATL, BTL, PR) в единую систему и последствия рассинхронизации рекламной стратегии со стратегией стимулирования сбыта.

ЗАДАНИЕ «ДАТЬ ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТЕРМИНУ»

1. Стратегический маркетинг
2. Операционный маркетинг
3. Конкурентное преимущество
4. Сегментирование рынка
5. Целевой сегмент (таргетинг)
6. Позиционирование товара
7. Уникальное торговое предложение (УТП)
8. Матрица Ансоффа («продукт-рынок»)
9. SWOT-анализ
10. Комплекс маркетинга (Marketing-mix / 4P)
11. Маркетинговая среда организации
12. Ключевая компетенция компании
13. Дифференциация продукта
14. Ценностное предложение (Value Proposition)
15. Внутрифирменный маркетинг

СИТУАЦИОННОЕ (ПРАКТИЧЕСКОЕ) ЗАДАНИЕ

Тема задания: «Разработка маркетинговой стратегии для выбранного бренда на выбранном студентом рынке».

Цель задания:

- Систематизация и закрепление теоретических знаний по дисциплине «Стратегический маркетинг» (анализ среды, сегментирование, выбор стратегий).

- Формирование навыков практического применения аналитических инструментов при разработке стратегии реального бизнеса.

Порядок выполнения работы:

Этап 1. Закрепление объекта исследования (Рынок + Бренд)

Задача: Выбрать один товарный или сервисный рынок РФ (например, FMCG, банковский сектор, e-commerce, телекоммуникации, автомобильный ритейл, образование и т.д.). На этом рынке выбрать одного конкретного игрока — бренд-лидера или компанию второго эшелона с потенциалом роста.

Важное условие: **Рынки в рамках одной учебной группы не должны повторяться. Каждый студент выбирает уникальную отрасль/рынок.**

Этап 2. Аналитическая часть (Сбор данных) Провести кабинетное исследование (Desk Research) на основе вторичных данных из открытых

источников (отчеты отраслевых агентств, данные Росстата, публикации СМИ, финансовая отчетность компаний):

- Анализ рынка: оценка текущей емкости, динамики развития за последние 3–5 лет и ключевых тенденций.

- Макросреда (PEST-анализ): выявление политических, экономических, социальных и технологических факторов, влияющих на рынок.

- Микросреда (модель М. Портера «Пять сил конкуренции»): анализ угрозы появления новых игроков, рыночной власти поставщиков и потребителей, угрозы товаров-заменителей и уровня внутриотраслевой конкуренции.

- Конкурентный анализ: составление сравнительной таблицы прямых конкурентов по ключевым параметрам (цена, доля рынка, ассортимент, каналы сбыта, имидж).

- Потребительский анализ: выделение основных сегментов целевой аудитории рынка, описание их профиля, мотивации и покупательского поведения.

- Внутренний аудит компании: изучение истории бренда, его фирменного стиля (нейминг, логотип, корпоративные цвета), миссии, слогана, текущего УТП и действующего комплекса маркетинга (Marketing-mix).

- SWOT-анализ: сопоставление сильных/слабых сторон компании с возможностями/угрозами внешней среды.

- Проблематика: формулировка главной проблемы или точки роста бренда, выявленной по итогам анализа (например, стагнация доли рынка, высокая зависимость от одного канала продаж, размытие позиционирования).

Этап 3. Проектная часть (Разработка стратегии) На основе проведенного анализа разработать проект будущей стратегии:

- Выбор базовой стратегии развития (по матрице И. Ансоффа: проникновение на рынок, развитие продукта, развитие рынка или диверсификация) и конкурентной стратегии (по М. Портеру: лидерство по издержкам, дифференциация или фокус).

- Формулировка главной стратегической маркетинговой цели (в соответствии с критериями SMART).

- Корректировка комплекса маркетинга (4P/7P): внесение изменений в продуктовую, ценовую, сбытовую и коммуникационную политику под выбранную стратегию.

- Разработка плана мероприятий: предложение конкретных тактических шагов (рекламных кампаний, акций стимулирования сбыта, программ лояльности, ребрендинга) для реализации выбранной стратегии на горизонте 1–3 года.

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения, знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
ПКН-7	Способность выявлять и реализовывать рыночные возможности, а также владеть навыками бизнес-планирования	1.Анализирует источники и выявляет предпринимательские возможности в условиях изменения внешней среды.	Знать: методы выявления предпринимательских возможностей в условиях изменения внешней среды. Уметь: применять методы выявления предпринимательских возможностей в условиях изменения внешней среды.
		2.Владеет навыками реализации бизнес-идей и формирования бизнес-моделей.	Знать: методы и креативные возможности в формировании бизнес-идей, иметь представление о бизнес-моделях Уметь: креативно подходить к формированию бизнес-идей и моделированию
		3.Владеет методикой анализа и расчета экономических показателей	Знать: методы анализа и расчета экономических и финансовых показателей и формирования бизнес-плана. Уметь: составлять и оценивать эффективность бизнес-плана
ПКН-8	Владение методами стратегического маркетинга различных заинтересованных сторон	1.Использует знания	Знать: аналитический инструментарий в практике стратегического маркетинга Уметь: применять аналитический инструментарий в практике стратегического маркетинга
		2.Владеет методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организации.	Знать: методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении маркетингом организации Уметь: применять методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении маркетингом организации
		3.Проводит стратегический анализ макро-конкурентных преимуществ компании.	Знать: методы оценки конкурентоспособности организации, методы стратегического анализа, Уметь: применять на практике методы при оценке конкурентоспособности и формирования компетенций и не копируемых конкурентных преимуществ компании.

ПКН-11	Способность анализировать рыночные управления организацией	1.Использует знания инвентаризации инструментария риск-менеджмента для выявления факторов риска внешней и внутренней среды организации и обоснования измерения риска.	Знать: иметь представление и риск-менеджменте для выявления факторов риска внешней и внутренней среды организации и обоснования измерения риска. Уметь: применять методы и инструменты выявления факторов риска внешней и внутренней среды организации и обоснования измерения риска.
		2.Проводит идентификацию рисков по функциям и направлениям деятельности организации.	Знать: методы ранжирования рисков Уметь: проводить идентификацию рисков по функциям и направлениям деятельности организации.
		3.Использует механизмы выявления причин, условий возникновения рисков с использованием методов количественной и качественной оценки рисков.	Знать: механизмы выявления причин, условий возникновения рисков с использованием методов количественной и качественной оценки рисков. Уметь: применять механизмы выявления причин, условий возникновения рисков с использованием методов количественной и качественной оценки рисков.
ПКП 1	Способность практического использования современных концепций управления маркетинговой деятельностью организаций	1.Применяет современные методики управления маркетингом.	Знать: методы управления маркетингом Уметь: применять методы управления маркетингом
		2.Использует современные техники и методы продаж.	Знать: современные техники и методы продаж Уметь: применять современные техники и методы продаж
		3.Демонстрирует навыки использования в своей работе различных подходов к новым технологиям и новым взглядам на решение привычных проблем.	Знать: технологии проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга Уметь: применять технологии проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ДОМАШНЕГО ТВОРЧЕСКОГО ЗАДАНИЯ

Оформление работы должно производиться по общим правилам ГОСТ 7.32 -2017 в ред. изменения от 12.09.2018 г. «Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления».

Работа оформляется в текстовом редакторе на листах бумаги формата А4, содержит примерно 1800 знаков на странице (включая пробелы и знаки препинания). Текст следует набирать через 1,5 интервал, шрифт Times New Roman, размер шрифта – min-13, max -14, в таблицах – размер шрифта – 12, в подстрочных сносках – размер шрифта 10. Подчеркивание слов и выделение их курсивом не допускается.

Страницы, на которых излагается текст, должны иметь поля: верхнее и нижнее – не менее 20 мм; левое – не менее 30 мм; правое – не менее 10 мм; колонтитулы: верхний – 2; нижний – 1,25.

Название структурных элементов «ВВЕДЕНИЕ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ (ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ) И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ», «ПРИЛОЖЕНИЯ» являющиеся заголовками, печатаются прописными буквами, а названия вопросов (практико-ориентированных заданий) – строчными буквами, кроме первой прописной. Заголовки и подзаголовки при печатании текста письменной работы на принтере выделяются полужирным шрифтом.

Заголовки, подзаголовки и подстрочные сноски (состоящие из нескольких строк) печатаются через одинарный интервал.

Абзацный отступ должен соответствовать 1,25 см и быть одинаковым по всей работе.

Страницы работы должны нумероваться арабскими цифрами, нумерация должна быть сквозная, по всему тексту работы. Номер страницы проставляют начиная со второй, в центре нижней части листа без точки. Титульный лист включается в общую нумерацию страниц работы, однако номер страницы на нем не ставится. Если в работе имеются иллюстрации и таблицы на отдельном листе, то они включаются в общую нумерацию страниц работы. Если в работе имеются схемы, таблицы, графики, диаграммы, рисунки, то их следует располагать непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице.

Иллюстрации следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией (т.е. по всему тексту) – 1, 2, 3, и т.д.

При наличии в работе таблицы ее наименование (краткое и точное) должно располагаться над таблицей без абзацного отступа в одну строку. Таблицу, как и рисунок, располагать непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые или на следующей странице. Таблицы в тексте следует нумеровать сквозной нумерацией арабскими цифрами по всему тексту. Если таблица вынесена в приложение, то она нумеруется

отдельно арабскими цифрами с добавлением перед номером слова «Приложение» - Приложение 1.

Если таблица имеет заголовок, то он пишется с прописной буквы, и точка в конце не ставится. Разрывать таблицу и переносить часть ее на другую страницу можно только в том случае, если целиком не уместается на одной странице. При этом на другую страницу переносится и шапка таблицы, а также заголовок «Продолжение таблицы».

Пример оформления таблицы:

Таблица 1

Основные экономические показатели деятельности организации

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.

При дословном использовании материала для подтверждения важной мысли или существенного положения используется цитирование. При цитировании необходимо соблюдать следующие правила:

- текст цитаты заключается в кавычки, и приводится в той грамматической форме, в которой он дан в источнике, с сохранением особенностей авторского написания;
- цитирование должно быть полным без произвольного сокращения цитируемого фрагмента и без искажения смысла. Пропуск слов, предложений, абзацев при цитировании допускается, если не влечет искажение всего фрагмента, и обозначается многоточием, которое ставится на место пропуска;
- если цитата включается в текст, то первое слово пишется со строчной буквы;
- если цитата выделяется из основного текста, то ее пишут от левого поля страницы на расстоянии абзацного отступа, при этом каждая цитата должны сопровождаться ссылкой на источник.

В случае цитирования необходима ссылка на источник, откуда приводится цитата, оформленная в соответствии с национальным стандартом Российской Федерации ГОСТ Р 7.0.5 – 2008 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления» (утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 28 апреля 2008 г. №95-ст).

В работе используются ссылки в форме подстрочных сносок, которые оформляются внизу страницы, где расположен текст, например, цитата. Для этого в конце текста (цитаты) ставится цифра или звездочка, обозначающая порядковой номер сноски на данной странице.

Список литературы (использованных источников) должен содержать подробную и достаточную информацию о каждом использованном источнике. Такая информация различна в зависимости от вида источника.

Образцы библиографических описаний документов в списках литературы.

1. Описание книги одного автора.

Никифорова Н.А. Комплексный экономический анализ: учеб. Для напр. бакалавриата «Экономика» и «Менеджмент»/ Н.А. Никифорова; Финуниверситет. – Москва: Кнорус, 2021. – 439 с. – (бакалавриат).

2. Описание книги двух, трех авторов.

Валишин Е.Н. теория и практика управления человеческими ресурсами: учеб. пособие/ Е.Н. Валишин, И.А. Иванова, В.Н. Пуляева; Финуниверситет. – Москва: Русайнс, 2020. – 127 с.

3. Описание книги четырех авторов.

История России: учебник /А.С. Орлов, В.А. Георгиев, Н.Г. Георгиева, Т.А. Сивохина; МГУ им. М.В. Ломоносова. – 4-е издание; пераб. и доп. – Москва: Проспект, 2020. – 528 с.

4. Описание книги 5 и более авторов.

Современная архитектура финансов России: монография/ М.А. Эскиндаров, В.В. Масленников, М.А. Абрамова [и др.]; под ред. М.А. Эскиндарова, В.В. Масленникова; Финуниверситет. – Москва: Когито – Центр, 2020. – 487 с.

5. Описание сборников.

Сборник научных статей V Международной научной конференции «Институциональная экономика: развитие, преподавание, приложения», 15 ноября 2017 г. – Москва: ГУУ, 2017. – 382 с.

6. Описание статей из газет, журналов и сборников

Четвериков В.М. Особенности и интенсивность распространения COVID -19 в странах большой экономики// Вопросы статистики. – 2020. - №6. – С. 86-104.

7. Описание нормативных правовых актов

- Бюджетный кодекс Российской Федерации: по состоянию на 20 февраля 2019 г.: сравнительная таблица изменений. – Москва: Проспект, 2019. – 368 с.

- Об образовании в Российской Федерации: Федер. Закон от 29 дек. 2012 г. №273-ФЗ: [принят Государственной Думой 21 дек. 2012 г.: одобрен Советом Федерации 26 дек. 2012 г.]/// Собрание

законодательства Российской Федерации. – 2012. – 31 дек. - №53. – Ст. 7598.

8. Описание диссертаций, авторефератов диссертаций, депонированных рукописей

Славин Б.Б. Теоретические основы и инструментальная поддержка технологий коллективного интеллекта в управлении организацией: дис.... д-ра экон. наук; спец. 08.00.13; защищена 17.06.2020; утверждена 23.06.2020 /Славин Б.Б.; место защиты: Финуниверситет; Работа выполнена: Финуниверситет, Департамент анализа данных. – Москва, 2020. – 3142 с.: ил.

9. Описание дисков и других ресурсов локального доступа

Эриашвили Н.Д. Банковское право: электрон. Учеб. Для студентов вузов/ Н.Д. Эриашвили. – 8-е изд., пераб. и доп. – Электрон. дан. – Москва: ЮНИТИ – ДАНА, 2011. – 1 электрон. опт. диск. (CD – ROM). – Загл. с этикетки диска.

10. Описание электронных ресурсов сетевого распространения

Веснин В.Р. Основы менеджмента: учебник /В.Р. Веснин. – Москва: Проспект, 2016. – 500 с. – ЭБС Проспект. – URL: <http://ezpro.fa.ru:3180/book/23323> (дата обращения:19.01.2021). – Текст: электронный

Приложения - дополнительные к основному тексту материалы справочного, документального, иллюстративного или другого характера. Приложения размещаются в конце работы, после списка использованной литературы в порядке их упоминания в тексте.

Каждое приложение должно начинаться с нового листа, и иметь тематический заголовок и общий заголовок «Приложение №__».

Если приложение представляет собой отдельный рисунок или таблицу, то оно оформляется в соответствии с требованиями, предъявляемыми к иллюстрациям, таблицам.

Иллюстрации и таблицы нумеруются в пределах каждого приложения в отдельности. Приложения могут оформляться отдельной брошюрой. В этом случае на титульном листе брошюры указывается: Приложение к эссе и далее приводится название работы и автор.

Объем домашнего творческого задания составляет не более 10 страниц, не включая таблиц, графиков и т.п. (при наличии).

Образец титульного листа домашнего творческого задания

Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финуниверситет)
Калужский филиал Финуниверситета
Кафедра «_____»

ДОМАШНЕЕ ТВОРЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

по дисциплине «_____»
на тему: «_____»
наименование темы или вариант задания

Выполнил (а) студент (ка) _____ курса,
группы _____,
формы обучения _____
(очной, очно- заочной, заочной)

(Ф.И.О. студента)

Проверил преподаватель:

(ученая степень, звание, должность, Ф.И.О.)

Дата поступления работы на кафедру:

_____ 202__ г.

Оценка:

(зачтено/не зачтено)

подпись преподавателя

_____ 202__ г.

Калуга 202__ г.