



Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финуниверситет)

Уральский филиал Финуниверситета

П Р И К А З

«02» июля 2025 г.

№ 41/0

г. Челябинск

**Об утверждении тем курсовых работ для студентов, обучающихся по
программам бакалавриата, на 2025/2026 учебный год
(Кафедра «Социально-гуманитарные и естественно-научные
дисциплины»)**

В соответствии с Приказом «Об утверждении Положения о курсовом проектировании по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Финансовом университете» № 1583/о от 02.07.2021, п р и к а з ы в а ю:

утвердить перечень курсовых работ на 2025/2026 учебный год для студентов, обучающихся по очной/очно-заочной и заочной формам обучения от кафедры «Социально-гуманитарные и естественно-научные дисциплины» по программам высшего образования (Приложение № 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7).

Основание: протокол заседания кафедры «Социально-гуманитарные и естественно-научные дисциплины» от 27.0.2025 № 10.

Директор

И.А. Кравченко

Тематика курсовых работ по дисциплине
«Гражданское право ч.2»

1. Договор купли-продажи: история и современность.
2. Проблема правовой квалификации предмета договора купли-продажи.
3. Права и обязанности сторон по договору купли-продажи.
4. Эвикция товара в договоре купли-продажи: порядок и последствия.
5. Правовое регулирование качества товара в договоре купли-продажи.
6. Особенности договора розничной купли-продажи.
7. Защита прав потребителей при продаже товаров, выполнении работ и оказании услуг: сравнительный анализ.
8. Особенности защиты прав потребителей в договоре розничной купли-продажи.
9. Роль гражданско-правового договора в организации рыночной экономики.
10. Ограничения свободы договора в гражданском праве.
11. Порядок заключения гражданско-правового договора.
12. Содержание договора в гражданском праве.
13. Изменение и прекращение гражданско-правовых договоров.
14. Последствия продажи товара ненадлежащего качества.
15. Исполнение договора купли-продажи.
16. Защита прав потребителей в торговом обслуживании.
17. Исполнение обязательств по договору поставки.
18. Ответственность за нарушение обязательств по поставкам.
19. Особенности международной купли-продажи.
20. Особенности предоставления и использования жилых помещений специализированного жилого фонда.

21. Защита прав потребителей в бытовом обслуживании.
22. Предварительный договор в гражданском праве.
23. Особенности заключения гражданско-правовых договоров на торгах.
24. Правовые формы осуществления посреднической деятельности.
25. Доверительное управление имуществом.
26. Право на жилище и проблемы выселения из жилого помещения.
27. Случай и непреодолимая сила в деликтных обязательствах.
28. Договор на долевое участие в строительстве: проблемы правовой природы.
29. Возмещение вреда, причиненного источником повышенной опасности.
30. Возмещение вреда, причиненного жизни и здоровью граждан.
31. Судебная практика по делам о залоге.
32. Судебная практика о поручительстве.
33. Судебная практика по замещению, изменению и прекращению договора аренды.
34. Особенности ответственности в обязательствах по перевозке.
35. Договор страхования: проблемы правового регулирования.

Заведующий кафедрой



Кетова И.А

Тематика курсовых работ по дисциплине
«Теории государства и права»

1. Теории происхождения государства и права.
2. Причины и формы возникновения государств.
3. Основные подходы к типологии государств.
4. Понятие и классификация функций государства.
5. Понятие и элементы формы государства.
6. Формы государства: исторические типы и современные проблемы.
7. Соотношение типа и формы государства.
8. Форма правления и политический режим: проблемы соотношения.
9. Понятие, признаки и классификация органов государства.
10. Политическая система общества: понятие и структура.
11. Место и роль государства в политической системе общества.
12. Понятие, функции и сущность права.
13. Естественно-правовая, социологическая и историческая теории происхождения права.
14. Принципы права: понятие и классификация.
15. Характеристика правовых семей истории и современности.
16. Правовая система общества: понятие и структура.
17. Правовой статус личности: понятие, структура, виды.
18. Соотношение и взаимосвязь государства и права.
19. Правовое государство: понятие и принципы.
20. Разделение властей: теория и практика.
21. Государство и личность: система взаимоотношений.
22. Соотношение общества и государства.
23. Гражданское общество: понятие, структура, признаки.
24. Понятие, структура и виды правосознания.

25. Политико-правовая культура общества.
26. Понятие, структура и признаки нормы права.
27. Соотношение норм права и содержания нормативных актов.
28. Система источников права.
29. Действие нормативных актов во времени, в пространстве и по кругу лиц.
30. Правотворчество: понятие, принципы, виды.
31. Отрасль, институт, норма как элементы правовой системы.
32. Соотношение частного и публичного права.
33. Соотношение системы права и системы законодательства.
34. Правовые отношения: понятие, признаки и структура.
35. Понятие и виды субъектов правоотношений.
36. Правоспособность и дееспособность субъектов права.
37. Понятие и классификация юридических фактов.
38. Реализация права: понятие и формы.
39. Понятие, признаки и стадии применения права.
40. Пробелы в праве: понятие и способы их устранения и преодоления.

Заведующий кафедрой



Кетова И.А.

Тематика курсовых работ по дисциплине
«Управление информационно-технологическими проектами»

1. Управление проектом кастомизации блока CRM в Битрикс 24 для оптово-розничного торгового предприятия.
2. Управление проектом проведения комплексного технического аудита сайта страховой компании.
3. Управление проектом разработки B2B портала для дистрибьютора сетевого оборудования.
4. Управление проектом внедрения системы управления контентом строительного холдинга.
5. Управление проектом разработки и внедрения приложения для дополненной реальности в рекламном агентстве.
6. Управление проектом сегментации клиентов банка с использованием технологии big data.
7. Управление проектом разработки и внедрения чат-бота интернет магазина.
8. Управление проектом внедрения платформы для работы с обращениями клиентов в транспортной компании.
9. Управление проектом внедрения 1С:ERP в сети ресторанов.
10. Управление проектом автоматизации работы с договорами и спецификациями нефтегазового холдинга.
11. Управление проектом автоматизации бэк офиса маркетплейса на платформе 1С.
12. Управление проектом внедрения системы видеоаналитики в сетевом магазине.

13. Управление проектом внедрения технологии распознавания удостоверяющих документов Smart IDReader в медицинскую информационную систему частной клиники.

14. Управление проектом внедрения системы предиктивной аналитики в телекоммуникационной компании.

15. Управление проектом внедрения подсистемы оценки персонала на машиностроительном предприятии.

16. Управление проектом внедрения системы интеллектуального ценообразования на автомобильную продукцию.

17. Управление проектом внедрения системы мониторинга и анализа контента социальных сетей на транспортном предприятии.

18. Управление проектом создания реестра пациентов медицинского центра на платформе Oracle MDM.

19. Управление проектом автоматизации делопроизводства на платформе DIRECTUM в авиастроительной корпорации.

20. Управление проектом перехода на XBRL-стандарт отчетности в негосударственном пенсионном фонде.

21. Управление проектом внедрения системы мониторинга промышленного оборудования крупного производственного предприятия.

22. Управление проектом построения системы интерактивного маркетинга на аналитической платформе SAS Viya в банке.

23. Проект построения системы управления большими данными в ассоциация независимых аптек на платформе Informatica Big Data Management.

24. Проект внедрения комплексной системы мониторинга IT-инфраструктуры коммерческого банка с использованием SolarWinds Netflow Analyzer Traffic.

Заведующий кафедрой



Кетова И.А.

Тематика курсовых работ по дисциплине
«Управление разработкой информационных систем»

1. Информационная система управления салона красоты.
2. Информационная система управления компании, оказывающей кейтеринговые услуги.
3. Информационная система управления онлайн-школы преподавания иностранных языков.
4. Информационная система управления компании производящей украшения из воздушных шаров.
5. Информационная система управления розничной медовой лавкой.
6. Информационная система по контролю срока годности товара.
7. Информационная система управления предприятия по техническому обеспечению аппаратурой.
8. Информационная система управления кондитерского предприятия.
9. Информационная система управления салоном красоты.
10. Информационная система управления торговой организацией.
11. Информационная система магазина с доставкой на дом.
12. Информационная система библиотеки.
13. Информационная система велосипедного магазина.
14. Информационная система кафе.
15. Информационная система сувенирной лавки.
16. Информационная система велосипедного магазина.
17. Информационная система учета цветочного магазина.
18. Информационная система управления арендой оборудования.
19. Информационная система управления транспортными перевозками.
20. Информационная система управления пиццерией.

21. Автоматизация учёта финансовых средств в образовательном учреждении.

Заведующий кафедрой



Кетова И.А

Тематика курсовых работ по дисциплине
«Практикум по IT-менеджменту»

1. Применение Agile и Scrum в управлении IT-проектами: кейсы и практика.
2. Управление рисками в IT-проектах: методы и инструменты.
3. Внедрение DevOps в IT-менеджмент: преимущества и сложности.
4. Управление бюджетом IT-проекта: методы оптимизации затрат.
5. Разработка IT-стратегии компании: от анализа до внедрения.
6. Использование Business Intelligence (BI) для принятия управленческих решений.
7. Влияние цифровой трансформации на бизнес-процессы предприятия.
8. Методы оценки эффективности IT-инвестиций (ROI, TCO).
9. Внедрение и управление ERP-системами (на примере SAP, Oracle, 1C).
10. IT-аутсорсинг: преимущества, риски и критерии выбора поставщиков.
11. Управление большими данными (Big Data) в бизнес-аналитике.
12. Управление IT-поддержкой пользователей: методы и инструменты
13. Применение чат-ботов и AI в сервисной поддержке клиентов.
14. Блокчейн в управлении цепочками поставок
15. Использование искусственного интеллекта в IT-менеджменте.
16. Интернет вещей и его применение в бизнес-процессах.
17. Low-code/no-code платформы: возможности для бизнес-аналитики.
18. Использование программных роботов для автоматизации бизнес-процессов.
19. Влияние метавселенных на бизнес-модели компаний.
20. Цифровые двойники в управлении производством и логистикой.
21. Использование предиктивной аналитики в управлении цепочками поставок.

22. Этика работы с данными: персональные данные и корпоративная политика.

23. Визуализация данных для поддержки управленческих решений.

24. ИТ-аудит: методы оценки эффективности ИТ-инфраструктуры компании.

Заведующий кафедрой



Кетова И.А

Тематика курсовых работ по дисциплине
«Создание и продвижение бренда»

1. Особенности создания и продвижения территориальных брендов (на примере региона).
2. Особенности создания территориального бренда для города с высоким туристическим потенциалом (на примере города).
3. Особенности и проблемы использования фан-клубов как инструмента клиентской лояльности для бренда (на примере бренда).
4. Проблемы и специфика экспорта российских брендов за рубеж (на примере бренда).
5. Проблемы и специфика импорта зарубежных брендов в Россию (на примере бренда).
6. Роль культурных архетипов в создании эффективного бренда (на примере бренда).
7. Анализ трендов и проблем в развитии бренд-платформ (на примере бренда).
8. Эффективный нейминг как базис для построения успешного бренда (на примере бренда).
9. Ребрендинг как инструмент усиления конкурентных преимуществ бренда на конкурирующем рынке (на примере бренда любой отрасли на выбор).
10. Национальные стереотипы и восприятие национальных брендов (на примере бренда).
11. Анализ и особенности построения бренд-коммуникаций в усилении идентичности бренда (на примере бренда любой отрасли).
12. Механика восстановления мёртвого бренда (на примере бренда любой отрасли).

13. Анализ проблем и особенностей адаптации зарубежного бренда к местным условиям (на примере бренда любой отрасли)
14. Механика трансформации торговой марки в бренд на рынке производства одежды и аксессуаров (на примере бренда).
15. Механика трансформации торговой марки в бренд на рынке производства пищевых продуктов (на примере бренда).
16. Механика трансформации торговой марки в бренд на рынке промышленного производства (на примере бренда).
17. Рестайлинг как форма усиления узнаваемости и повышения лояльности потребителей (на примере бренда).
18. Особенности брендинга в системе транспортных услуг (на примере бренда).
19. Особенности развития брендинга в сфере зооуслуг и зоотоваров (на примере бренда).
20. Особенности развития брендинга в индустрии детской одежды (на примере бренда).
21. Адвергейминг в брендинге: методика и особенности создания (на примере бренда)
22. Бренд как метод имиджевой политики организации (на примере бренда).
23. Особенности создания и развития корпоративного бренда (на примере бренда).
24. Анализ особенностей брендинга в ювелирной отрасли (на примере бренда).
25. Корпоративные СМИ как форма усиления узнаваемости и лояльности бренда (на примере СМИ организации).
26. Анализ особенностей развития бренда в парфюмерной отрасли (на примере бренда).
27. Анализ специфики развития бренда в СМИ (на примере бренда).
28. Анализ особенностей и проблем продвижения бренда образовательного учреждения (на примере образовательной организации).

29. Анализ особенностей и проблем продвижения бренда НКО (на примере некоммерческой организации).

30. Анализ особенностей и проблем продвижения бренда организации в социальных сетях (на примере организации).

31. Анализ особенностей и проблем использования бренда в усилении корпоративной социальной ответственности организации (на примере бренда организации любой отрасли).

32. Анализ фирменной символики (мерчей, маскотов) в стратегическом брендинге организации (на примере бренда организации любой отрасли).

33. Бренды-паразиты и бренд-клоны в конкурирующих отношениях рынка (на примере бренда организации любой отрасли).

34. Анализ PR-стратегий в установлении отношений бренда и потребителя (на примере бренда организации любой отрасли).

35. Анализ особенностей брендинга в бьюти и фэшн (Beauty & Fashion) индустрии (на примере бренда).

36. Анализ использования digital-инструментов в развитии бренда на рынке мобильных технологий и услуг (на примере организации).

37. Анализ проблем и особенностей развития личного бренда (на примере публичных персон в любой сфере и отрасли).

38. Технология «Private labels» в брендинге: анализ особенностей и проблем реализации на российском рынке (на примере бренда)

39. Анализ психосемантических и психостилистических элементов в усилении идентичности бренда (на примере бренда).

40. Анализ особенностей позиционирования бренда в рамках концепции «духовного» брендинга (на примере бренда любой отрасли).

Заведующий кафедрой



Кетова И.А

Тематика курсовых работ по дисциплине
«Деятельность PR-подразделения коммерческой фирмы»

1. Анализ особенностей и специфики деятельности регионального PR-агентства полного цикла (на примере...).
2. Молодежь как целевая аудитория PR-деятельности коммерческой фирмы (на примере...).
3. Анализ особенностей организации PR-кампаний в коммерческих организациях в условиях кризиса (на примере ...).
4. Роль PR-деятельности в формировании корпоративной культуры коммерческой организации (на примере...).
5. Роль PR-деятельности в стратегии построения имиджа коммерческой организации (на примере...).
6. Роль PR-деятельности в формировании корпоративной социальной ответственности коммерческой организации (на примере...).
7. Роль PR-деятельности коммерческой организации в усилении покупательской активности потребителя (на примере...).
8. Анализ особенностей PR-деятельности предприятий малого бизнеса (на примере...).
9. Фотография как инструмент событийных PR-технологий коммерческой организации (на примере...).
10. Анализ организации и проведения event как формы PR-деятельности коммерческой организации (на примере).
11. Анализ особенностей организации и проведения PR-деятельности в сфере стоматологических услуг (на примере...).
12. Анализ особенностей организации и проведения PR-деятельности в сфере частных медицинских клиник (на примере...).

13. Анализ особенностей организации и проведения PR-деятельности коммерческих организаций в социальных сетях и на медиа-платформах (на примере...).

14. Специфика организации PR-отдела коммерческой компании в индустрии спорта (на примере...)

15. Специфика организации PR-отдела и его деятельности в сетевых компаниях (на примере ...).

16. Анализ особенностей организации и проведения PR-деятельности в индустрии досуга и развлечений (на примере...).

17. Анализ особенностей организации и проведения PR-деятельности в Beauty & Fashion индустрии (на примере ...).

18. Роль PR-специалиста в управлении репутацией коммерческой компании (на примере ...).

19. Особенности малобюджетных PR-мероприятий по продвижению бренда коммерческой компании (на примере...).

20. Специфика организации деятельности PR-отдела коммерческой компании в ситуациях устранения конфликтов и слухов (на примере ...).

21. Роль PR-деятельности коммерческой организации в создании фирменного стиля (на примере...).

22. Анализ особенностей использования PR-технологий в индустрии строительного бизнеса (на примере ...).

23. Анализ особенностей PR-деятельности в банковском секторе (на примере...).

24. Анализ особенностей работы PR-подразделения на крупных промышленных предприятиях (на примере...).

25. Анализ особенностей работы PR-подразделения коммерческой фирмы в ювелирной индустрии (на примере...).

26. Специфика организации PR-отдела коммерческой компании в индустрии цифровых услуг и связи (на примере...)

27. Роль PR-деятельности коммерческой организации в усилении позиций на конкурирующем рынке (на примере...).

28. Роль PR-деятельности коммерческой организации в формировании общественного мнения (на примере...).

29. Анализ практики использования мерчей и маскотов коммерческой организацией как способах активизации PR-деятельности (на примере...).

30. Анализ особенностей работы PR-подразделения коммерческой фирмы в индустрии ресторанного бизнеса и системе фаст-фуд (на примере ...).

31. Анализ проблем в организации деятельности PR-подразделения коммерческой фирмы (на примере...).

32. Роль деятельности PR-отдела в информационных стратегиях коммерческой компании (на примере...).

33. Роль деятельности PR-отдела в продвижении продукции коммерческой компании (на примере...).

34. Роль деятельности PR-отдела во взаимодействии коммерческой компании со СМИ (на примере...).

35. Анализ использования новых медиаформатов в организации деятельности PR-отдела коммерческой компании (на примере...).

Заведующий кафедрой



Кетова И.А.