**Презентация курсовой работы магистерской программы**

**«Корпоративные финансы»**

Мы ожидаем два типа работ: обычные (эконометрические) и кейсовые (необычные). Общие требования для двух типов:

1) структурированная презентация на 15 мин 3) слайды - пояснения по обзору литературы:

- как вы ее классифицируете и почему-какие направления статей согласно вашей классификации вы считаете наиболее важными и близкими для вашей темы

- каковы исследовательские модели и гипотезы в этих наиболее близких к вам моделях

- каковые существенные результаты в этих наиболее близких статьях- какие из гипотез оправдались у этих авторов, какие нет

4) **отдельный** слайд : ваш вывод о том, в чем вы видите пробел в литературе; что именно осталось не изученным? что осталось не раскрытым? видите ли вы противоречивые результаты и выводы в этих статьях5) **обязательно слайд о мотивации** выбора именно такой темы,  детализируйте ваш мотив с опорой на сделанный обзор. Отчетливо **сформулируйте исследовательский вопрос** (вопросы). Следите далее за тем, чтобы этот вопрос был увязан с гипотезами.

ДАЛЕЕ для **работ обычных**, то есть нацеленных на анализ выборок и эконометрические техники:

6) детализируйте ваш подход, **сформулируйте ваши гипотезы** (ваши предположения). **Необходимы аргументы** на основе предыдущей литературы.

7) опишите вашу модель исследования, которая нужна для поиска ответов по вашим гипотезам: - какие **переменные** нужны вам для развития исследования,

- какие из них будут просто представлены некоторыми прокси-индикаторами и **почему**- где вы собираете данные? представляете ли вы, какие сложности возникнут в сборе данных, в чем они ВАЖНО: если ваша работа носит КЕЙСОВЫЙ характер, то на вопросы 7 и 8 вы отвечаете, предлагая несколько потенциальных компаний - объектов кейса

9) описательные статистики, если переменные собраны. Это ПЛЮС к оценке.

10) ВАЖНО: в чем вы видите будущую НОВИЗНУ вашей работы?

**Для работ кейсовых (необычных):**

6) детализируйте ваш подход, **сформулируйте ваши гипотезы** (ваши предположения). **Необходимы аргументы** на основе предыдущей литературы. Но ваша центральная задача - сформулировать тщательно, **почему именно ЭТОТ ракурс важен для российских компаний**. Ваша задача – убедить, что именно этот ракурс очень важен для развития бизнес-практики, что анализ именно этих элементов представляет большой интерес **для обобщения практик**, распространения знаний о них.

7) опишите вашу модель исследования в форме кейса, которая нужна для поиска ответов по вашим гипотезам: - какие именно компании вы выбираете, почему, **дайте аргументы,** соответствующие вашим выводам в пунктах выше (особе внимание пункту 5 и соответствия ему) .

- на какие переменные из данных этих компаний вы делаете акцент. Почему?

- какие отраслевые данные и данные каких ДРУГИХ компаний нужны вам для исследования, **сопоставления лучшей или напротив, худшей, противоречивой)**  (ведь ваша задача – дать полную картину практики выбранных вами компаний- объектов кейса), - где вы собираете данные? представляете ли вы, какие сложности возникнут в сборе данных, в чем они 9) вместо описательных статистик нас будет интересовать **характеристика компаний как объектов кейса:**

- их этапы развития

- их положение на рынках

- их стратегия и конкретные цели

10) отдельно: **выделите линию в их прошлом в той части их бизнес-поведения**, которую вы собственно изучаете; сформулируйте, к чему именно компания пришла в ЭТОМ вопросе сейчас; какие решения менеджмента в прошлом к этому привели? Какие решения совета директоров, что об этом вам известно?

11) найдите- выделите дилеммы, проблемы, противоречия, возможность решить вопрос, который вы изучаете по-разному. То есть **сформулируйте, как вы видите** **противоречивое, неоднозначное состояние компании-объекта**, из которого менеджменту надо найти выход

12) как реально решилась данная проблема в данной компании.

12) покажите **ваш подход, ваши аргументы** к решению проблемы (выходу из противоречивого состояния). Ваше отношение к реальному фактическому решению менеджмента. Важно это структурировать, ответить, почему вы так думаете.

13) в чем вы видите будущую НОВИЗНУ вашей работы? (Это необходимо и для эконометрической, и для кейсовой работы.) Покажите, в чем **ценность бизнес-опыта именно этой компании**- объекта и именно в ЭТОЙ части ее бизнес-практик. Для каких компаний **еще** это полезно? Почему? Какие уроки вытекают из этой ситуации? Попробуйте сформулировать ваши рекомендации: кейсовая работа обязана содержать **обобщения** деловой практики, выделение ошибок и находок, преимуществ подхода и, напротив, недостатков- слабостей,