

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА

**ІНСТРУКТИВНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ ДО НАПИСАННЯ
КУРСОВОЇ РОБОТИ З ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТ:**

**МАРКЕТИНГ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА
МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА
МАРКЕТИНГОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ
МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ
МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ**

**Житомир
Вид-во ЖДУ ім. І. Франка
2021**

Рекомендовано до друку Вченою Радою Житомирського державного університету імені Івана Франка (протокол №11 від 28.05.2021 р.)

Рецензенти:

- Харчишина О. В.** – доктор економічних наук, доцент, професор кафедри економіки, менеджменту, маркетингу та готельно-ресторанної справи Житомирського державного університету імені Івана Франка
- Перелигін М. М.** – кандидат економічних наук, директор центру професійно-технічної освіти м. Житомир
- Кільницька О. С.** – учений секретар, кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та підприємництва за сумісництвом Поліського національного університету.

Інструктивно-методичні матеріали до написання курсової роботи з освітніх компонент Маркетинг промислового підприємства, Маркетингова товарна політика, Маркетингове ціноутворення, Маркетингові дослідження, Маркетингові комунікації / **Укладачі:** О. І. Вікарчук, О. О. Калініченко, С. М. Ніколаєнко, І. О. Пойта, І. В. Саух – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І.Франка, 2021. – 26 с.

ЗМІСТ

1. Загальні методичні вказівки щодо виконання курсової роботи	4
2. Організація та порядок виконання курсових робіт	7
3. Загальні вимоги до структури та оформлення курсової роботи	7
4. Перевірка та захист курсової роботи	12
5. Підготовка і процедура захисту курсової роботи	12
Додаток 1. Приклад оформлення титульної сторінки	16
Додаток 2. Приклад оформлення змісту	17
Додаток 3. Перелік умовних скорочень	18
Додаток 4. Приклад оформлення бібліографічного опису у списку літературних джерел	19
Додаток 5. Відгук	20
Додаток 6. Акт перевірки на унікальність тексту курсової роботи	21
Додаток 7. Орієнтовна тематика курсових робіт з освітніх компонент	22

1. ЗАГАЛЬНІ МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ЩОДО ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Курсова робота – це індивідуальне завдання, яке є творчим та/ або репродуктивним рішенням конкретних завдань щодо об'єктів діяльності майбутнього фахівця-політолога, виконане здобувачем вищої освіти самостійно з елементами дослідження під керівництвом викладача згідно із завданням, на основі набутих з даної та суміжних дисциплін компетентностей. Виконується курсова робота протягом семестру відповідно до навчального плану підготовки фахівців.

Написання курсової роботи сприяє розширенню та поглибленню теоретичних знань, розвитку навичок їх практичного використання, формування вмінь самостійного розв'язання конкретних професійних завдань. Допомагає здобувачу вищої освіти узагальнити і закріпити компетентності з певної навчальної дисципліни, навчитися здійснювати пошук та аналіз навчальної та наукової літератури, робити обґрунтовані висновки, презентувати результати своєї дослідницької роботи тощо.

Курсова робота виконується, як правило, державною мовою. В ній стисло, логічно, точно, послідовно і аргументовано викладається зміст і отримані результати досліджень. Текст курсової роботи обов'язково повинен містити посилання на праці авторів і джерела, з яких запозичені матеріали або окремі результати. За достовірність відомостей, фактичного матеріалу, висновків безпосередню відповідальність несе здобувач вищої освіти – автор курсової роботи.

Структура та етапи роботи студентів над курсовим дослідженням

Зміст, структура і характер роботи студентів над курсовою роботою визначається:

- проблематикою науково-дослідної й науково-методичної діяльності кафедри;
- тематикою досліджень, яку здійснює кафедра та викладачі кафедри у творчій співпраці із загальноосвітніми закладами освіти;
- умовами дослідницької роботи студентів, наявністю бази дослідження, можливостей доступу до потрібної наукової інформації, наявністю комп'ютерної техніки, кваліфікованим науковим керівництвом.

Структура дослідження повинна вміщувати такі основні компоненти: обґрунтування актуальності й доцільності дослідження конкретної теми; визначення об'єкта, предмета, мети, гіпотези, завдань дослідження; зазначення теоретичних основ дослідження; виділення новизни, теоретичного і практичного значення проведеного дослідження. Між указаними компонентами має простежуватися тісний логічний зв'язок.

Наукове дослідження має бути логічним, послідовним, спрямованим на розв'язання окремих теоретичних завдань, що виокремлюються в системі загальних наукових проблем. Воно включає вивчення теоретичних та практичних аспектів теми, обґрунтування наукових засобів для вирішення поставлених завдань; експериментальну перевірку гіпотез і умов розв'язання окремих завдань; розробку практичних рекомендацій для впровадження результатів дослідження в практику.

Виокремлюють кілька **етапів** науково-дослідницької діяльності студентів:

- вибір *теми дослідження* (обґрунтування, визначення її актуальності та новизни), що повинна бути пов'язана з основними напрямками розвитку галузі, наукової діяльності кафедри, науковими дослідженнями, які проводять у закладі вищої освіти, повинна відповідати профілю навчання та можливостям її розроблення безпосередньо в навчальному закладі;
- поставка *мети дослідження*, розробка *завдань*, які потрібно розв'язувати в процесі роботи;
- самостійний добір *наукових джерел* (книг, підручників, статей), офіційних документів з теми відповідно до питань, які розглядаються в науковій роботі;
- складання *плану* науково-дослідницької роботи у межах поставлених завдань;

- формулювання *гіпотези* (наукового передбачення, припущення, запропонованого для пояснення будь-яких явищ, процесів, причин, які зумовили певний наслідок);
- визначення *методів дослідження*;
- *систематизація* накопиченого матеріалу відповідно до плану роботи, проведення аналізу наукових праць, практичного досвіду, узагальнення тощо;
- *статистичне оброблення* зібраних при експериментальному дослідженні матеріалів (визначення даних, які характеризують досліджуваний комплекс загалом);
- *літературне оформлення результатів дослідження* (систематизація, узагальнення та літературне оформлення, формулювання висновків до роботи).

Методи наукового дослідження

У наукових роботах студентів найбільш широко використовуються методи вивчення літератури, спостереження, бесіди, інтерв'ю, вивчення практичних ситуацій, анкетування, тестування.

Дослідження проблеми, як правило, розпочинається з використання *методу вивчення наукової літератури*. Порівняльно-історичний аналіз джерел дозволяє більш різнобічно і глибоко проаналізувати політичне явище, спроектувати конкретні заходи з удосконалення навчально-виховного процесу.

Робота з науковою літературою передбачає використання таких *загальнонаукових методів*:

- складання *бібліографії* (перелік джерел, підібраних для роботи над досліджуваною проблемою);
- *анотування* (відображення в короткому записі загального змісту книги чи статті);
- *реферування* (стилий виклад основного змісту однієї чи декількох робіт, близьких за темою);
- *конспектування* (ведення більш детальних записів, у основі яких лежать головні ідеї й положення роботи).

Вибір методу роботи з літературним джерелом залежить від мети роботи (деякі книги чи статті уважно вивчаються, інші просто прочитуються, треті – лише побіжно переглядаються). Бібліографічні пошуки можна проводити одночасно з читанням запропонованої літератури.

Потрібну літературу можна замовити в інформаційному підрозділі бібліотеки, самостійно шукати у каталогах бібліотек, наукових виданнях. Також слід з'ясувати, у яких періодичних виданнях може бути вміщена потрібна для виконання дослідження інформація, й опрацювати ці джерела. Доцільно проглянути покажчики надрукованих упродовж року статей, які подаються в кінці останнього номера журналу за кожний рік видання.

Значна частина інформації також може бути знайдена в інтернет-просторі та використана при написанні роботи.

Наукова інформація у процесі роботи систематизується за розділами. Під час вивчення наукового джерела слід зробити його повний бібліографічний опис, відмітити суттєві моменти чи зробити зауваги.

Метод спостереження характеризується безпосереднім сприйняттям досліджуваних явищ чи процесів у їх цілісності й динаміці. Наукове спостереження повинно проводитися за чітко складеним планом, у якому визначені об'єкти, завдання, час спостереження, тривалість та передбачуваний результат. Визначений метод доцільно використовувати в природних умовах життя і діяльності учнів. Результати спостережень дають досліднику основу для коректування виховних впливів, проектування подальшого вивчення суб'єктів впливу відповідно до завдань роботи; дозволяють отримати конкретні дані для подальшого їх осмислення і зіставлення із іншими даними.

Опитувальні методи (діагностична бесіда, інтерв'ю, анкета) отримали широке розповсюдження у дослідженні політичних процесів внаслідок своєї оперативності, практичності, надійності, ефективності, можливості охоплення великої кількості об'єктів

вивчення, отримання величезного матеріалу, який допомагає встановити суттєві тенденції розвитку досліджуваних явищ. Методи опитування дозволяють вивчати факти, події, явища, причини, погляди, оцінки, знання, мотиви.

Діагностична бесіда застосовується як самостійний або додатковий метод дослідження з метою отримання необхідної інформації чи роз'яснення того, що не було зрозумілим при спостереженні. Це складний у використанні метод, який вимагає старанної підготовки. Для успішного застосування треба визначити мету, розробити і продумати програму; виділити об'єкт і предмет розмови; окреслити коло питань, які дозволять виявити сутність явища, що вивчається, назначити місце і час проведення. Ефективність бесіди залежить від уміння створити у спілкуванні сприятливу атмосферу, спостерігати за поведінкою співрозмовника, його мімікою, емоційними реакціями.

Інтерв'ю є різновидом бесіди. Якщо бесіда має характер взаємного обміну інформацією, то в інтерв'ю дослідник, маючи власну точку зору з цього питання, запитує досліджуваного, щоб не впливати на його думку. *Нестандартизоване інтерв'ю* передбачає попередню підготовку запитань дослідником, формулювання і послідовність яких можуть змінитися. У цьому інтерв'ю використовуються відкриті запитання, характер відповідей на які заздалегідь не передбачений. *Стандартизоване інтерв'ю* складається із закритих запитань, що пропонуються у визначеній послідовності й передбачають вибір одного чи декількох варіантів відповідей тільки у запропонованих формулюваннях. У *напівстандартизованому інтерв'ю* ставлять напівзакриті запитання, що пропонують респонденту вибрати один чи декілька варіантів відповідей із ряду запропонованих, і, в той же час, йому надається можливість висловити власну думку.

Метод анкетування доцільно використовувати для отримання інформації про типовість тих чи інших політичних подій. Результативність анкетування залежить від змісту і структури запропонованих запитань. Тому вони повинні бути зрозумілими, передбачати коротку й однозначну відповідь, виключати підказку в формулюванні запитання, запобігати двоякому розумінню їх змісту, викликати у респондентів інтерес і бажання відповісти.

Експериментальна частина у кожній дослідницькій роботі має свою специфіку, з огляду на характер, обсяг і методику її виконання. У дослідницькій роботі також можуть застосовуватися різноманітні психологічні, статистичні, математичні та інші методи дослідження.

Характерною рисою *методу експерименту* є заплановані втручання дослідника в явище, яке вивчається, можливість багаторазового його відтворення у різноманітних умовах. Цей метод дозволяє розкласти досліджувані ситуації на їх складові, змінюючи та варіюючи умови, в яких ці елементи функціонують. Експериментатор має можливість прослідкувати розвиток окремих сторін і зв'язків, більш чи менш точно фіксувати отримані результати. Таким чином, експеримент, з одного боку, виступає як джерело отримання фактів, а з іншого – як елемент соціально-політичного перетворення, тобто такої організації життя і діяльності досліджуваних, яка підпорядкована як науково-пізнавальним, так і практичним цілям.

Важливим і відповідальним етапом в експерименті є *аналіз і наукова інтерпретація* зібраних даних. Висновки дослідження повинні бути об'єктивними і відповідати зібраному матеріалу. Необхідно пам'ятати, що не можна робити широких узагальнюючих висновків на основі обмеженого матеріалу дослідження. Для цього необхідний масовий експеримент.

Ефективність проведення експерименту залежить від глибини теоретичного аналізу досліджуваного явища, чіткості формулювання його завдань, попереднього визначення ознак, за якими буде вивчатися явище, наявності критеріїв його оцінки, тривалості експерименту тощо.

Математичні методи дослідження дозволяють визначити, наряду з якісними, також кількісні зміни характеристик досліджуваного предмета. В експериментальних роботах використовуються такі найпростіші способи математичної статистики: визначення середньої арифметичної, середнього квадратичного відхилення коефіцієнту варіації, помилки

середньої арифметичної, достовірності різниці між двома середніми величинами, кореляції та інші.

2. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ПОРЯДОК ВИКОНАННЯ КУРСОВИХ РОБІТ

Для керівництва курсовими роботами призначаються науково-педагогічні працівники кафедри, які консультують здобувачів вищої освіти, перевіряють стан виконання роботи, допомагають у підготовці до захисту.

Тематика курсових робіт повинна відповідати актуальним проблемам навчальної дисципліни і бути пов'язаною з вирішенням практичних професійних завдань. Вона затверджується на засіданні кафедри до початку навчального року. Тематика курсових робіт повинна щорічно корегуватись, з урахуванням набутого на кафедрах досвіду, побажань керівників курсових робіт, здобувачів вищої освіти та роботодавців. Вона повинна бути актуальною, відповідати вимогам державного стандарту та перспективам розвитку нормативно-правової бази.

Мета, завдання та порядок виконання курсових робіт, зміст й обсяг їх окремих частин, характер вихідних даних, а також інші вимоги наводяться у методичних рекомендаціях до курсових робіт, що розробляються кафедрами, за якими закріплені курсові роботи.

Здобувачу вищої освіти надається право вибору теми курсової роботи з переліку, затвердженого до початку навчального року на засіданні кафедри, або можливість запропонувати свою тему з обґрунтуванням необхідності її розробки і за узгодженням з керівником.

Контроль за написанням курсової роботи здійснює науковий керівник.

Основними етапами виконання курсової роботи є:

- вибір теми курсової роботи;
- складання плану виконання курсової роботи;
- підбір (пошук) і аналіз інформаційних джерел та літератури за темою дослідження;
- формування змісту роботи за планом, написання основних розділів курсової роботи, оформлення висновків;
- подання роботи науковому керівникові;
- перевірка курсової роботи на унікальність тексту;
- підготовка презентації до захисту;
- захист курсової роботи.

Протягом місяця від дати отримання теми курсової роботи здобувач вищої освіти повинен подати науковому керівнику розгорнутий план курсової роботи, а також огляд опрацьованої літератури.

Написання основних розділів курсової роботи здійснюється здобувачем вищої освіти шляхом побудови власної траєкторії навчання (наукового дослідження) з можливістю поєднання формальної, неформальної та інформальної освіти.

Результатом завершення написання курсової роботи здобувача вищої освіти є попереднє оцінювання керівником та її захист.

3. ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО СТРУКТУРИ ТА ОФОРМЛЕННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Курсова робота є самостійним науково-емпіричним дослідженням, що систематизує та поглиблює знання й уміння студента з окремих фахових дисциплін, виявляє їх наукові інтереси та здібності.

Під час виконання курсової роботи студенти здійснюють пошук шляхів вирішення проблеми, використовуючи методи творчої переробки, узагальнення, систематизації набутих

знань з освітньої компоненти і суміжних дисциплін, а також вивчення передового досвіду. Тому курсове дослідження передбачає глибше, порівняно з рефератом, вивчення конкретної наукової проблеми. Виходячи з цього, *метою* виконання курсової роботи є:

- поглиблення знань з актуальних проблем конкретної галузі науки;
- подальший розвиток умінь самостійного критичного опрацювання наукових джерел;
- формування дослідницьких умінь;
- стимулювання до самостійного наукового пошуку;
- розвиток умінь аналізувати передовий досвід та узагальнювати власні спостереження;
- формування вмій практичної реалізації результатів дослідження визначеної проблеми в самостійно виконаних розробках.

Курсова робота повинна мати високий теоретичний рівень, бути написана на основі ретельного аналізу сучасних літературних джерел, а також робіт із суміжних освітніх компонент та зібраного студентом-дослідником фактичного матеріалу. Напрямок пошукової діяльності за умови виконання курсової роботи може бути різним та мати *реферативний* або *дослідницький* характер.

У курсовій роботі *реферативного* типу послідовно викладаються результати попередніх політичних досліджень за обраною темою. Для надання дослідженню творчого характеру необхідні:

- самостійний підхід до аналізу політичних досліджень;
- порівняння різних поглядів на проблему, що розглядається;
- оцінювальні судження з приводу основних теоретичних положень, а не описовий переказ результатів досліджень із запропонованої теми;
- зв'язок із практикою.

Робота *дослідницького* характеру передбачає організацію, проведення та аналіз експерименту.

Курсова робота має відповідну *структуру*: вступ, два-три розділи, висновки до кожного розділу, висновки до роботи, список використаних джерел, додатки.

Процедура виконання курсової роботи вміщує *кілька етапів*:

- вибір теми дослідження;
- робота з бібліографічними джерелами: пошук і добір літератури, складання бібліографії щодо обраної теми;
- розробка плану-проспекту дослідницької роботи;
- опрацювання наукової літератури, систематизація результатів аналізу джерел відповідно до складеного плану-проспекту;
- написання тексту курсової роботи, формування висновків і рекомендацій.

Вибір теми – складний і відповідальний етап у підготовці до написання курсової роботи, який за умови свідомого і ретельного підходу найбільше сприяє успішному її виконанню. Тематика курсових робіт розробляється кафедрою відповідно до змісту навчальної дисципліни. Орієнтовний перелік тем подано в *Додатку 7*. Здобувач вищої освіти може самостійно запропонувати тематику своєї курсової роботи. Обираючи тему курсового дослідження, *необхідно*:

- керуватися суспільними потребами в розробці тієї чи іншої проблеми;
- ґрунтуватися на особистих пізнавальних інтересах і можливостях;
- враховувати спеціалізацію, що дозволить провести змістовне наукове дослідження, сформулювати шляхи вирішення управлінської проблеми;
- поєднувати розробку теми курсової роботи з попередньою науково-дослідницькою діяльністю з суміжних дисциплін.

Обрану тему курсової роботи необхідно узгодити з науковим керівником і затвердити на засіданні кафедри, скласти орієнтовний план-графік роботи. Викладач здійснює індивідуальні та колективні консультації для своєчасного виявлення труднощів, що

виникають у студентів у процесі самостійної роботи, надає їм відповідну допомогу, контролює перебіг виконання студентом курсового дослідження.

Пошук і добір літератури, складання бібліографії щодо обраної теми потрібно починати із відповідних розділів навчальних посібників, енциклопедій і літератури, рекомендованої науковим керівником.

У *плані курсової роботи*, що затверджується перед початком виконання роботи, повинні бути відображені основні питання, які розглядаються у курсовій роботі. Усі питання плану повинні бути чітко і лаконічно сформульовані, мати органічний взаємозв'язок та відображати сутність проблеми. Зміни, які вносяться у зміст і структуру дослідження, рекомендується погоджувати із науковим керівником. Виконане дослідження повинно відповідати певним вимогам, що ставляться до наукових робіт.

Вимоги до оформлення курсової роботи

Курсова робота повинна бути самостійним, завершеним, логічно структурованим дослідженням та містити:

- титульний аркуш;
- зміст;
- перелік умовних позначень, символів і скорочень (за необхідності);
- вступ;
- основну частину (розділи, підрозділи);
- висновки;
- список використаних джерел;
- додатки (в разі потреби);
- акт перевірки на унікальність тексту.

Титульний аркуш (*Додаток 1*) є першою сторінкою курсової роботи (цей аркуш не нумерується, але враховується в загальну нумерацію) і основним джерелом бібліографічної інформації, необхідної для оброблення та пошуку документа. Він містить відомості, які подаються у такій послідовності:

- назва міністерства, назва навчального закладу, повна назва кафедри;
- повна назва документа із зазначенням теми та дисципліни, з якої пишеться робота;
- реєстраційний номер та дата здачі;
- курс, номер групи, спеціальність, прізвище, повні ім'я та по батькові у родовому відмінку;
- вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали керівника;
- оцінка за 100-бальною, національною шкалою та шкалою ECTS;
- члени комісії (підписи, вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали);
- місто та рік виконання курсової роботи.

Зміст (*Додаток 2*) роботи (проставляється порядковий номер 2 при загальній нумерації сторінок) містить найменування та номери початкових сторінок усіх розділів, підрозділів, пунктів та підпунктів, зокрема переліку позначень, символів і скорочень (якщо вони є), вступу, заголовків розділів, підрозділів та пунктів, висновків до кожного розділу (за наявністю), загального висновку, списку використаних джерел, додатків тощо.

Перелік умовних позначень, символів і скорочень (*Додаток 3*) містить прийняті у курсовій роботі малопоширені умовні позначення, символи, одиниці, скорочення і терміни, які пояснюють у переліку, що вміщують безпосередньо після змісту, перед вступом, починаючи з нової сторінки.

Вступ розкриває сутність і стан наукової проблеми (завдання), її значущість, підстави та вихідні дані для розроблення теми, обґрунтування необхідності проведення дослідження. У вступі, як правило, обґрунтовується:

- **Актуальність теми дослідження**, яка відображає важливість, суттєве значення, відповідність теми дослідження сучасним потребам політології та перспективи її розвитку,

практичним завданням діяльності політолога. Вона характеризує співвідношення між тим, що з цієї проблеми вже відомо і що досліджується здобувачем уперше.

- **Мета і завдання дослідження.** Мета дослідження формується із зазначенням того явища/ процесу, що вивчається, і на об'єкт, у якому це досліджується. Мета роботи узгоджується із назвою роботи і називає не тільки очікувані результати, а і вказує на те, яким шляхом вони будуть досягнуті. Із загальної мети випливають конкретні завдання роботи, які перераховуються згідно з порядком їх розв'язання у роботі (від більш загальних, основоположних, до більш дрібних і конкретних). Важливо конкретизувати шляхи, методи, засоби вирішення проблем. Як правило, вирішується три-п'ять завдань.

- **Об'єкт дослідження** є політичним процесом або явищем, що породжує проблемну ситуацію, обрану для дослідження.

- **Предмет дослідження** – певні аспекти процесу чи явища, які досліджуються у об'єкті.

- **Методи дослідження** розглядаються і як способи організації пізнавальної й дослідницької діяльності здобувача вищої освіти з метою вивчення політичних, економічних та соціальних явищ і закономірностей; і як система процедур вивчення об'єкта дослідження та перевірки отриманих результатів.

- **Практичне значення** дослідження містить опис можливостей використання результатів та висновків роботи у практичній діяльності політолога та перспективи подальшого вивчення досліджуваної проблеми.

- **Апробація роботи.** Слід особливу увагу звернути на точні назви всіх конференцій, вказати повні назви міст та дати проведення (обов'язкова участь щонайменше в одній конференції для здобувачів вищої освіти, які претендують на високу оцінку).

- **Публікації** (не менше однієї тези для здобувачів вищої освіти, які претендують на високу оцінку): вказується кількість статей і тез. Для статей зазначають вихідні дані видання.

- **Структура і обсяг роботи:** короткий опис роботи із зазначенням кількості сторінок.

Рекомендований обсяг вступу – 2-3 сторінки.

Основна частина складається з теоретичної та практичної складових. У теоретичному розділі розкриваються наукові підходи до визначеної проблеми, висвітлюються основні теоретичні положення, подається тлумачення основних понять дослідження на основі аналізу сучасних інформаційних джерел, а також формулюються авторські висновки з окресленням перспектив подальших дослідницьких пошуків. У практичному розділі надається характеристика розробленої методики дослідження й результатів проведення експерименту; розробки навчально-методичних матеріалів, практичні рекомендації тощо. Виклад тексту курсової роботи демонструє вміння здобувача вищої освіти стисло, логічно і аргументовано подавати матеріал. Зміст розділів основної частини повинен точно відповідати темі курсової роботи і повністю розкривати її. Рекомендований обсяг основної частини – 18-23 сторінки.

Кожен розділ має завершуватися стислими висновками, які зумовлюються його змістом та узагальнюють результати викладеного.

Загальні висновки містять теоретичні й практичні підсумки виконаної роботи, які логічно випливають зі змісту викладеного матеріалу, відповідають поставленим у роботі завданням та окреслюють перспективи подальшої розробки досліджуваної проблеми. Рекомендований обсяг загальних висновків – 1-3 сторінки.

Список використаних джерел. У списку наводяться опрацьовані в процесі роботи джерела. На використані наукові джерела, представлені в бібліографії, в тексті курсової роботи обов'язково здійснюється посилання. Уся наукова література має бути оформлена з урахуванням сучасних вимог до бібліографічного опису джерел (ДСТУ 8302:2015, наказ МОН №40 від 12.01.2017 р.) (Додаток 4). Список використаних джерел має вміщувати переважно новітні видання. Список використаних джерел повинен містити, як правило, 25-

30 позицій.

У додатках розміщують додаткові ілюстрації, таблиці, матеріали, які через великий обсяг або форму подання не можна ввести до основної частини (схеми, малюнки, анкети, опитувальники, матриці, тести тощо). Кожен з додатків повинен мати тематичну назву і нумерацію.

Загальний обсяг курсової роботи визначається з кожної навчальної дисципліни окремо (з урахуванням специфіки навчальної дисципліни) і становить, як правило, **25-30 сторінок** без урахування додатків та списку використаних джерел.

Технічне оформлення курсової роботи виконується у відповідності до наступних вимог:

- кегль 14 Times New Roman звичайний;
- міжрядковий інтервал – 1,5;
- поля: ліве – 30 мм, верхнє – 20 мм, нижнє – 20 мм, праве – 10 мм.

Сторінки роботи нумеруються арабськими цифрами у правому нижньому кутку. Титульний аркуш також підлягає нумерації, але номер сторінки не ставиться.

У курсовій роботі широко використовуються *цитати із політичних, управлінських, економічних та історичних творів, державних документів* для підтвердження власних положень і висновків. Текст цитати повинен точно відповідати джерелу (не можна виривати слова і речення із контексту). Цитування здійснюється за першоджерелом і лише в окремих випадках – із творів іншого автора. Якщо речення цитується не повністю, то замість пропущених слів на початку, в середині й у кінці цитати ставиться багатокрапка. Цитати, подані в середині основного тексту, беруться в лапки.

У дослідженнях також вагомє місце займають *цифри, факти, документи*, які студент використовує для доказів, обґрунтування, аргументації своєї позиції, критики інших точок зору. У всіх випадках необхідно навести джерела використаних відомостей, тому в тексті, де згадуються вказані вище матеріали, ставиться знак виноски. Якщо бібліографічні посилання подаються в кінці курсової роботи, то в тексті в квадратних дужках ставиться номер джерела, під яким у списку літератури подається його назва, і сторінки, наприклад: [5, с.16] або [21, с.7-8].

Бібліографія в кінці роботи має бути подана за алфавітом. У бібліографії вказуються усі використані джерела, а не тільки ті, які цитуються. Бібліографічні посилання ставляться внизу сторінки чи в кінці курсової роботи і повинні бути правильно оформлені (додаток А). Посилання на архівні документи треба розпочинати з назви архіву, фонду, опису, номеру одиниці зберігання і сторінки.

У курсовій роботі доцільно використовувати *таблиці, графіки, формули* для наочного подання результатів експериментальної роботи. *Рисунки і таблиці* подають у роботі безпосередньо після першого згадування про них на цій же сторінці або наступній, якщо обсяг сторінки не дозволяє розмістити їх повністю або частково.

Рисунки і таблиці нумерують послідовно в межах кожного розділу основної частини й відповідно позначають: Рис. 1.1 (перший рисунок першого розділу), Рис. 2.2 (другий рисунок другого розділу)

Таблиці нумерують послідовно у межах розділу. У правому верхньому куті над відповідним заголовком таблиці розміщують напис "Таблиця" із зазначенням її номера (Наприклад, "Таблиця 1.1" (перша таблиця першого розділу)). При перенесенні частини таблиці на іншу сторінку над перенесеною частиною угорі пишеться: "Продовження табл. 1.1".

Формули в роботі нумерують у межах розділу і позначають нумерацію відповідно до рисунків та таблиць.

До змісту курсової роботи доцільно вміщувати додатки.

Додатки вміщують після списку використаних джерел і розміщують їх у порядку появи посилань у тексті роботи. Додаток позначається послідовно літерами алфавіту, за винятком Г, Є, І, Ї, Й, О, Ч, Ь. Додаток повинен мати заголовок.

Кожен додаток розміщується на новій сторінці. У додатках розміщують додаткові ілюстрації, таблиці, матеріали, які через великий обсяг або форму подання не можна ввести до основної частини (схеми, малюнки, анкети, опитувальники, матриці, тести, методичні розробки, фотоматеріали тощо). Кожен з додатків повинен мати тематичну назву і нумерацію.

Текст роботи друкується з абзацами.

Заголовки і підзаголовки відділяються від основного тексту зверху і знизу пробілом в один–три інтервали і друкуються рядковими літерами.

Кожну структурну частину курсової роботи треба починати з нової сторінки. *Заголовки структурних частин дипломної роботи* “ЗМІСТ”, “ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ”, “ВСТУП”, “РОЗДІЛ”, “ВИСНОВКИ”, “СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ”, “ДОДАТКИ” друкують великими літерами і розміщують у центрі сторінки. Заголовки підрозділів друкують малими літерами жирним шрифтом (крім першої великої) з абзацного відступу. Крапку в кінці заголовка не ставлять. Якщо заголовок складається з двох або більше речень, їх розділяють крапкою. Відстань між заголовком та текстом має становити 3-4 інтервали. Кожну структурну частину роботи треба починати з нової сторінки.

Сторінки роботи нумеруються арабськими цифрами. Нумерують роботу з першої сторінки, якою вважається титульний аркуш, однак номер на титульній сторінці не ставлять. Нумери сторінок ставлять у нижньому правому куті сторінки.

Оформлена курсова робота подається на кафедру економіки, менеджменту та маркетингу не пізніше як за два тижні до захисту.

4. ПЕРЕВІРКА ТА ЗАХИСТ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Не пізніше, ніж за 2 тижні до дати захисту згідно з розкладом, роздрукований примірник курсової роботи здається на кафедру для реєстрації в журналі обліку курсових робіт. Зареєстровані курсові роботи передаються для перевірки науковим керівником.

За результатами перевірки науковий керівник подає на кафедру відгук (*Додаток 5*) та акт перевірки на унікальність тексту (*Додаток 6*) курсової роботи. У випадку негативного відгуку курсова робота повертається здобувачу вищої освіти на доопрацювання.

Рекомендовані показники оригінальності текстів для курсових робіт здобувачів вищої освіти наступні:

- понад 80% – текст письмової роботи є оригінальним (несуттєвий об’єм запозичень);
- від 60% до 80% – оригінальність тексту задовільна (несуттєвий об’єм запозичень), проте слід переконатись у наявності і правильному оформленні цитувань та посилань на використані джерела;
- від 40% до 60% – письмова робота приймається до розгляду після доопрацювання автором (авторами) та наявності і правильного оформлення цитувань та посилань на використані джерела, оскільки має значний об’єм запозичень;
- менше 40% – письмова робота до розгляду не приймається і не може бути рекомендована до друку (захисту), оскільки має суттєвий об’єм запозичень, що трактується як плагіат.

5. ПІДГОТОВКА І ПРОЦЕДУРА ЗАХИСТУ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Захист *курс*ових робіт відбувається за встановленим графіком та проводиться перед студентами академічної групи й за участю керівника курсової роботи та членів комісії (на захист можуть бути запрошені викладачі кафедри та студенти інших груп).

Захист курсових робіт проводиться в присутності комісії у складі не менше трьох викладачів кафедри або суміжних дисциплін. На захисті мають право бути присутніми представники деканату, громадських організацій і студенти інших курсів і спеціалізації.

Процесуальна сторона захисту курсових робіт: голова комісії представляє студентам і присутнім членів комісії, оголошує тему курсової роботи, яка захищається, попередню оцінку і надає слово студенту – автору роботи.

Захист курсової роботи передбачає *виступ дослідника* (мета і завдання курсового дослідження, предмет, об'єкт, методи дослідження, основні положення проблеми, сформульовані висновки) та розгорнуту співбесіду з питань, що знайшли відображення і мають безпосереднє відношення до цієї проблеми. Особливу увагу необхідно звернути на практичну частину роботи: отримані результати виконання дослідницького завдання або методичні розробки. Виступ завершується формулюванням висновків. Студенти, які виступили на науково-практичній конференції з доповіддю з досліджуваної проблеми, можуть звільнитися науковим керівником від офіційного захисту курсового дослідження.

Процедура захисту курсової роботи

Процедура захисту курсової роботи включає такі дії:

- 1) Доповідь студента про зміст виконаної роботи.
- 2) Запитання до виконавця роботи.
- 3) Відповіді студента на запитання.
- 4) Оголошення рецензії/відгуку наукового керівника або його виступ.
- 5) Відповіді студента на зауваження та побажання членів комісії із захисту, керівника та рецензента.
- 6) Рішення керівника курсової роботи щодо оцінки.

Порядок захисту курсової роботи

Студент готує до захисту доповідь та ілюстративний матеріал (таблиці, графіки, діаграми, рисунки). Тривалість доповіді не повинна перевищувати 7-10 хвилин, що еквівалентно 2-4 сторінкам машинописного тексту.

У разі використання слайдів мультимедійної презентації треба переконатися у наявності проектора, екрана, можливості затемнення, доступних джерел електричного струму, мультимедійної апаратури та пам'ятати про специфіку підготовки та застосування цього методу презентації.

Захист роботи розпочинається з доповіді, в якій студент має розкрити: актуальність теми; окреслити об'єкт, предмет, мету, завдання дослідження, зміст проведеної роботи та висновки.

Доповідь виступу має бути чітко структурованою й висвітлювати найважливіші аспекти дослідницької роботи. Виступ вміщує тези основних положень дослідницької роботи і полягає в читанні попередньо підготовленого матеріалу. Виголошення доповіді потрібно грамотно інтонувати, здійснювати логічні наголоси.

Виступ має узгоджуватися із слайдами презентації чи схемами, таблицями, іншим ілюстративним матеріалом, який студент підготував до захисту.

Орієнтовна структура доповіді:

- 1) Виголошення теми дослідження, обґрунтування її актуальності та ступеня наукової розробки.
- 2) Формулювання наукового апарату дослідження.
- 3) Коротка характеристика розділів роботи.
- 4) Оголошення висновків до роботи.

Можливий інший варіант структури доповіді:

- 1) Оголошення теми дослідження, обґрунтування її актуальності та ступеня наукової розробки.
- 2) Формулювання наукового апарату дослідження.
- 3) Виголошення послідовно поставленого завдання й результату виконання цього завдання.

Завершуючи доповідь, студент має відзначити, які його розробки та висновки впроваджені практично або плануються до впровадження.

Після закінчення доповіді студентів ставлять запитання, на які він повинен дати обґрунтовану відповідь.

Виступ оцінюють не лише за критеріями змісту, але й за компетентністю виступаючого. Помилки, неточності в доповіді, нездатність відповісти на запитання слухачів можуть впливати на загальну оцінку роботи.

Після проведення захисту курсової роботи, члени комісії в присутності здобувача вищої освіти виносять рішення про оцінку роботи. Курсова робота оцінюється за 100-бальною шкалою. Оцінювання курсової роботи здійснюється в два етапи: попереднє оцінювання курсової роботи керівником (ОКК) та оцінювання в ході захисту курсової роботи (Таблиця 1).

Таблиця 1

Критерії оцінювання курсової роботи

Елементи роботи, що підлягають оцінюванню	Критерії оцінювання	Максимальна кількість балів
Оцінювання курсової роботи керівником (ОКК): 100 балів		
1. Своєчасне подання завершеної роботи в деканат факультету/ дирекцію навчально-наукового інституту		14
2. Якість написання у тому числі:		86:
Зміст	Наявність всіх структурних компонентів, стиль формулювання, відповідність поставленим завданням та назві роботи	8
Вступ	<ul style="list-style-type: none"> – Актуальність і постановка проблеми (виявлення суперечностей, які зумовили актуальність проблеми); – рівень розробки проблеми (констатація наявності досліджень з проблеми); – об’єкт, предмет, мета, завдання (чіткість формулювання, логічність, відповідність і взаємно відповідність); – методи дослідження, їх відповідність меті та завданням; – теоретичне і практичне значення (логіка формулювання). 	14
Основна частина	<ul style="list-style-type: none"> – Глибина розкриття завдань дослідження; – доцільність і рівень використання джерел; – відповідність дослідницького матеріалу плану курсової роботи; – логіка викладу матеріалу; – наявність науково грамотно сформульованих власних думок, відповідність науковому стилю; – використання методів, задекларованих у вступі; – відповідність змісту сучасним науковим дослідженням з обраної проблеми. 	30
Висновки	<ul style="list-style-type: none"> – Відповідність логіки побудови висновків поставленим меті та завданням; – адекватність та обґрунтованість висновків. 	14
Список джерел	<ul style="list-style-type: none"> - Кількість літературних джерел; - наявність сучасних актуальних джерел з досліджуваної 	10

	проблеми (журнальні публікації за останні 5 років); - відповідність оформлення списку використаних джерел бібліографічним вимогам.	
Оформлення роботи	Відповідність вимогам до оформлення курсових робіт (шрифт, обсяг, цитування та посилання на джерела, таблиці, рисунки, додатки тощо).	10
Оцінювання курсової роботи в ході захисту (ОКЗ): 100 балів		
3.Захист роботи	- Логічне та аргументоване викладання матеріалу;	20
	- Відображення результатів дослідження у наочних засобах, якість мультимедійної презентації;	50
	- Адекватне розуміння та правильні відповіді на запитання членів комісії.	30

При оцінювання курсової роботи керівником та в ході захисту враховується публікаційна активність студента, який захищає роботу. Оцінка «90» та вище виставляється у разі наявності публікації / публікацій.

Оцінка за курсову роботу (ОК) визначається, як середнє арифметичне між оцінкою, отриманою за попереднє оцінювання курсової роботи керівником та оцінкою, отриманою здобувачем вищої освіти в ході захисту курсової роботи:

$$OK = \frac{OKK + OKЗ}{2}$$

де: ОК – оцінка за курсову роботу;

ОКК – оцінка, отримана за попереднє оцінювання курсової роботи керівником;

ОКЗ – оцінка, отримана здобувачем вищої освіти в ході захисту курсової роботи.

Отримана оцінка за результатами захисту курсової роботи виставляється керівником до «Залікової книжки» та відомості обліку успішності.

Якщо курсова робота не подана своєчасно на кафедру без поважної причини, не пройшла перевірку на унікальність тексту, здобувач не з'явився на захист або науковий керівник не рекомендує її до захисту, то здобувач вищої освіти отримує за курсову роботу оцінку «незадовільно». У такому випадку здобувач вищої освіти за рішенням комісії виконує курсову роботу за новою темою або переопрацьовує попередню роботу в термін, визначений деканом факультету.

В інших випадках (хвороба, відрядження, тощо) здобувач вищої освіти має право на продовження термінів семестрового контролю.

Результати захисту курсових робіт обговорюються на засіданнях кафедри, за якими закріплені курсові роботи та на засіданнях вченої ради факультету.

Курсові роботи зберігаються на кафедрах протягом трьох років, після чого знищуються згідно з актом, який підписує спеціально організована комісія із членів кафедри та представників деканату факультету.

Приклад оформлення титульної сторінки

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

КУРСОВА РОБОТА

з _____
(назва освітньої компоненти, відповідно до навчального плану)

на тему:

_____ (тема курсової роботи: Times New Roman 16, напівжирний)

Реєстраційний № _____
Дата здачі _____

Здобувача вищої освіти
_____ курсу _____ групи
_____ форми навчання
спеціальності “_____”

_____ (ППП здобувача вищої освіти)

Науковий керівник

_____ (вчене звання та науковий ступінь керівника)

_____ (ППП керівника)

Оцінка

Національна шкала _____

Кількість балів: _____ ECTS _____

Члени комісії _____
(підпис) (ППП)
_____ (підпис) (ППП)
_____ (підпис) (ППП)

Житомир – 20__

Приклад оформлення змісту

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. НАЗВА РОЗДІЛУ	6
1.1. Назва підрозділу	6
1.2. Назва підрозділу	10
Висновки до розділу 1	14
РОЗДІЛ 2. НАЗВА РОЗДІЛУ	15
2.1. Назва підрозділу	15
2.1. Назва підрозділу	19
Висновки до розділу 2	24
РОЗДІЛ 3. НАЗВА РОЗДІЛУ	25
3.1. Назва підрозділу	25
3.2. Назва підрозділу	30
Висновки до розділу 3	34
ВИСНОВКИ	35
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	37
ДОДАТКИ	39

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ЗВО – заклад вищої освіти

ВООЗ – Всесвітня організація охорони здоров'я

ЗСЖ – здоровий спосіб життя

ООН – Організація Об'єднаних Націй

ЗМІ – засоби масової інформації

**Приклад оформлення бібліографічного опису у списку літературних джерел
(за ДСТУ 8302:2015, згідно наказу МОН № 40 від 12.01.2017 р.)**

Книги одного, двох або трьох авторів	1. Битяк Ю. П. Державна служба в Україні: організаційно-правові засади: монографія. Харків: Право, 2005. 304 с. 2. Комаров В. В., Світлична Г. О., Удальцова І. В. Окреме провадження: монографія / за ред. В. В. Комарова. Харків: Право, 2011. 312 с.
Книги чотирьох та більше авторів	Григоренко Є. Л, Григоренко Я. О., Козлов В. І. та ін. Колективні політичні права і свободи людини та громадянина в Україні: проблеми теорії та практики: монографія / Харків, нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. Харків, 2013. 352 с.
Книги під назвою (без автора)	Протидія терористичній діяльності: міжнародний досвід і його актуальність для України: матеріали міжнар. наук.- практ. конф. (30 вересня 2016 р., Київ). Київ, 2016. 432 с.
Багатотомні видання	Кримінальне право України. Загальна частина: підручник: у 2 т. / за ред.: В. В. Сташис, В. Я. Тацій. 4-те вид., переробл. і допов. Харків: Право, 2010. Т. 1. 456 с.
Дисертації	Головкін Б. М. Теоретичні та прикладні проблеми детермінації і запобігання корисливій насильницькій злочинності в Україні: дис. ... д-ра юрид. наук. Харків, 2011. 406 с.
Автореферати дисертацій	Наконечний А. Б. Примусове відчуження земельних ділянок за законодавством України: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Харків, 2016. 24 с.
Стандарти	ДСТУ ISO 6107-1:2004. Якість води. Словник термінів. Частина 1 (ISO 6107-1:1996, IDT). [Чинний від 2005-04- 01]. Вид. офіц. Київ: Держспоживстандарт України, 2006. 181 с.
Електронні ресурси	1. Гетьман Є. А. Підзаконні нормативно-правові акти органів виконавчої влади України та іноземних держав: порівняльна характеристика. <i>Теорія і практика правознавства</i> : електрон, наук, фахове вид. 2016. Вип. 1 (9). URL: http://tlaw.nlu.edu.ua/article/view/66302 (дата звернення: 17.06.2016). 2. Карнаух Б. П. Тлумачення договору: короткий нарис із наднаціональної і транснаціональної точок зору. <i>Проблеми законності</i> . 2016. Вип. 135. С. 39–51. URL: http://dx.doi.org/10.21564/2414-990x.135 .
Розділ книги	Борисова В. И. Право частной собственности в системе социально-экономических прав и свобод граждан. <i>Харьковская цивилистическая школа: право собственности</i> : монографія / под ред. И. В. Спасибо-Фатеевой. Харьков: Право, 2012. Разд. 3, гл. 1. С. 87-99.
Статті з журналів та періодичних збірників	Петришин О., Серьогіна С. Змішана республіканська форма державного правління: питання теорії та практики. <i>Право України</i> . 2009. № 10. С. 57-60.
Матеріали конференцій	Боднар Т. В. Договір про закупівлю: особливості укладання і забезпечення. <i>Актуальні проблеми приватного права: договір як правова форма регулювання приватних відносин</i> : матеріали наук.-практ. конф., присвяч. 95-й річниці з дня народж. В. П. Маслова (Харків, 17 лют. 2017 р.). Харків: Право, 2017. С. 7-9.

ВІДГУК

на курсову роботу

здобувача вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності _____ групи _____ денної форми навчання _____ факультету

Житомирського державного університету імені Івана Франка

на тему: «_____»

з _____ / за фахом
(назва освітньої компоненти, відповідно до навчального плану)

(прізвище, ім'я, по батькові здобувача вищої освіти)

Регстраційний № _____ Дата здачі _____ 20____ року
Обґрунтованість актуальності та новизни обраної теми, повнота визначення мети і завдань дослідження, спрямованість роботи на практичне застосування вивченого теоретичного матеріалу.

Науково-теоретичний рівень змісту роботи, ступінь досягнення поставлених завдань у висновках

Ступінь самостійності проведеного дослідження, оригінальність наукового тексту

Дотримання норм оформлення роботи, наукового стилю викладення матеріалу

Рекомендована оцінка:

За національною шкалою _____

Кількість балів за 100 бальною шкалою _____ ECTS _____

Висновок: _____
(курсова робота рекомендована / не рекомендована до захисту)

Науковий керівник: _____
підпис _____ *(ППП)*

Акт
перевірки на унікальність тексту курсової роботи здобувача вищої освіти
проведений керівником

Відповідно до даних програми StrikePlagiarism файл

автор(и): _____

містить _____ унікального тексту.

Перевірку здійснив: _____
(ПІП)

Дата перевірки: «____» 20 ____ р.

Орієнтовна тематика курсових робіт з освітніх компонент

“Маркетинг промислового підприємства”

1. Розвиток промислового маркетингу в Україні.
2. Обґрунтування маркетингової орієнтації промислового підприємства.
3. Аналіз маркетингового середовища промислового підприємства.
4. Організація маркетингового планування на промисловому підприємстві.
5. Розробка маркетингової стратегії підприємства на промисловому ринку.
6. Диверсифікаційні стратегії на промисловому ринку України.
7. Організація маркетингової діяльності промислового підприємства.
8. Аналіз організаційної структури служби маркетингу промислового підприємства.
9. Удосконалення взаємодії служби маркетингу з підрозділами підприємства на промисловому ринку.
10. Організація системи формування попиту та стимулювання збуту на промисловому підприємстві.
11. Організаційні форми й методи вивчення попиту споживачів на промисловий товар.
12. Оперативний облік поставок готової продукції та його роль у виконанні договірних зобов'язань
13. Сегментація ринку товарів виробничого призначення.
14. Позиціонування промислового товару на прикладі...
15. Дослідження впливу експортно-імпорتنих поставок на кон'юнктуру промислового ринку.
16. Підвищення конкурентоздатності підприємства на промисловому ринку на основі маркетингового аналізу.
17. Конкуренція на сучасному ринку промислової продукції та її дослідження.
18. Маркетинговий аналіз та підвищення конкурентоспроможності товару / послуги підприємства на промисловому ринку.
19. Удосконалення комплексу маркетингу виробничого або торгівельного підприємства.
20. Аналіз та удосконалення товарної політики промислового підприємства.
21. Життєвий цикл товарів виробничого призначення та маркетингові стратегії на його стадіях.
22. Торгова (сервісна) марка і її значення на ринку товарів виробничого призначення.
23. Організація процесу розробки нового продукту на промисловому підприємстві.
24. Інноваційна діяльність промислового підприємства.
25. Значення сервісу в маркетинговій діяльності промислового підприємства.
26. Упаковка продукції виробничо-технічного призначення та її у просуванні продукції на промисловому ринку.
27. Особливості ціноутворення на промисловому ринку.
28. Нецінові методи конкурентної боротьби підприємства на ринку засобів виробництва.
29. Система знижок на товари промислового призначення та їх роль в стимулюванні продаж товарів промислового призначення.
30. Аналіз ринку збуту продукції підприємства на промисловому ринку.
31. Спільний збут у промисловому маркетингу на прикладі конкретного підприємства.
32. Управління збутовою діяльністю промислового підприємства та розподіл готової

продукції.

33. Оптимізація товароруку на промисловому підприємстві.
34. Удосконалення маркетингових комунікацій в системі промислового маркетингу.
35. Організація рекламної діяльності промислового підприємства.
36. Розробка кампанії з короткострокового стимулювання продажу товарів виробничого призначення.
37. Місце торгів, ярмарок та виставок в реалізації комунікаційної політики промислового підприємства.
38. Виставкова діяльність в маркетинговій діяльності посередницької фірми.
39. Організація служби публік рилейшнз на промисловому підприємстві.
40. Прямі продажі та їх роль в системі товароруку товарів промислового значення.
41. Просування товарів промислового призначення на зовнішні ринки.
42. Етика в маркетингу товарів промислового призначення
43. Формування системи маркетингового контролю на виробничому підприємстві.
44. Маркетинговий аудит на промисловому підприємстві: цілі ті основні проблеми.
45. Розробка маркетингового бюджету промислового підприємства.
46. Оцінка поточного стану бізнесу та перспектив його розвитку на ринку засобів виробництва.
47. Розрахунок ефективності маркетингової діяльності промислового підприємства.

“Маркетингова товарна політика”

1. Формування маркетингової товарної політики підприємства.
2. Конкурентоспроможність продукції та напрями її підвищення.
3. Імідж товару в маркетинговій товарній політиці підприємства.
4. Сегментування ринку та позиціонування товару (товарної марки) на ринку.
5. Дослідження асортименту та життєвого циклу товарів.
6. Формування товарного портфелю підприємства.
7. Управління життєвим циклом товару на підприємстві.
8. Цілі та засоби маркетингової товарної політики підприємства.
9. Сутність, роль та характеристики товару в маркетинговій діяльності підприємства.
10. Особливості сегментування ринку продовольчої (чи іншої) продукції.
11. Сучасний стан і перспективні напрями розвитку маркетингової товарної політики підприємства.
12. Формування маркетингової товарної стратегії підприємства.
13. Товарна політика підприємства у системі маркетингової діяльності підприємства.
14. Планування маркетингової діяльності підприємства.
15. Якість продукції і її роль у ефективності маркетингової діяльності підприємства.
16. Маркетинговий аналіз конкурентоспроможності товару.
17. Товарна номенклатура і товарний асортимент.
18. Особливості розробки і просування товарних марок.
19. Розробка фірмового стилю і упаковки товарів.
20. Організація та контроль маркетингової товарної політики на підприємстві.
21. Особливості маркетингової товарної політики вітчизняних підприємств
22. Маркетингова товарна політика екологічно чистої продукції.
23. Особливості маркетингової товарної політики торговельного підприємства.
24. Особливості маркетингової товарної політики підприємств сфери послуг.
25. Дослідження кон'юнктури товарного ринку.
26. Формування іміджу підприємства, його оцінювання та шляхи покращення.
27. Формування маркетингової товарної політики малих підприємств (або фізичних осіб підприємців).

28. Оцінка ефективності маркетингової товарної політики підприємства.
29. Визначення задоволеності споживачів продукцією підприємства.
30. Аспекти маркетингової товарної політики конкурентоспроможності виробництва продукції

“Маркетингове ціноутворення”

1. Сутність маркетингової цінової політики та її місце в управлінні маркетингом.
2. Проведення маркетингової політики цінової або нецінової конкуренції.
3. Основні вади маркетингової цінової політики вітчизняних підприємств.
4. Взаємозв'язок державної цінової політики і політики підприємства в умовах вітчизняного ринку.
5. Формування маркетингової цінової політики з урахуванням життєвого циклу продукції.
6. Вплив державної економічної політики на процес формування ціни в умовах підприємства.
7. Формування цілей ціноутворення залежно від характеру маркетингової діяльності.
8. Маркетингові цілі та цілі ціноутворення.
9. Гранично допустимі ціни та їх роль у формуванні маркетингової цінової політики підприємства.
10. Основні фактори, що впливають на процес ціноутворення в умовах ринку.
11. Особливості врахування попиту та його еластичності в процесі ціноутворення.
12. Особливості використання ціни в умовах маркетингового комплексу.
13. Економічні форми управління маркетинговим ціноутворенням.
14. Альтернативні методи визначення попиту та оцінювання витрат.
15. Особливості маркетингового підходу до ціноутворення.
16. Ціноутворення в системі маркетингу.
17. Методи непрямого маркетингового ціноутворення.
18. Методи прямого маркетингового ціноутворення.
19. Вибір цінової стратегії з урахуванням змін маркетингового середовища та ринкової ситуації.
20. Орієнтація стратегії маркетингової цінової політики на розширення експортних можливостей підприємства.
21. Особливості врахування маркетингового комплексу за умов формування цінової стратегії.
22. Внутрішні та зовнішні ціноутворюючі фактори маркетингу.
23. Ціновий ризик: сутність і роль в умовах маркетингової діяльності підприємства.
24. Методи визначення цінового ризику.
25. Формування маркетингової цінової стратегії і тактики підприємства в умовах ризикової ситуації.
26. Економіко-математичні методи, використовувані для оцінювання ризику в ціноутворенні.
27. Особливості формування маркетингової цінової політики в умовах ризикових ситуацій.
28. Особливості врахування ризику за формування маркетингової цінової політики.

“Маркетингові дослідження”

1. Проблеми маркетингових досліджень в Україні.
2. Особливості маркетингових досліджень на міжнародних ринках.

3. Спостереження і його роль при проведенні маркетингових досліджень.
4. SWOT-аналіз як інструмент маркетингового дослідження.
5. Дослідження ставлення споживачів до товару (послуги, ТМ, підприємства).
6. Маркетинговий аналіз конкурентоспроможності товару (послуги).
7. Дослідження складових іміджу підприємства.
8. Дослідження та аналіз складових формування фірмового стилю підприємства.
9. Аналіз недобросовісної реклами лікарських препаратів.
10. Аналіз сучасного стану і тенденції розвитку ринку маркетингових досліджень в Україні та зарубіжних країнах.
11. Маркетингові дослідження та їх значення в практичній діяльності підприємств.
12. Аналіз етичних аспектів організації та проведення маркетингових досліджень.
13. Дослідження способів організації маркетингових досліджень в Україні та закордоном.
14. Аналіз ринку українських та зарубіжних дослідницьких компаній.
15. Проблеми та перспективи проведення маркетингових досліджень в мережі Інтернет.
16. Принципи побудови системи маркетингової інформації та баз даних.
17. Сучасні тенденції у сфері отримання маркетингової інформації.
18. Порівняльний аналіз методів маркетингових досліджень.
19. Аналіз факторів, які впливають на кон'юнктуру ринку (на прикладі конкретної групи товарів).
20. Аналіз динаміки цін на товарному ринку.
21. Маркетингові дослідження вітчизняного ринку (на прикладі конкретного товару).
22. Аналіз методів прогнозування збуту продукції.
23. Дослідження та аналіз реакції конкурентів на дії підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
24. Оцінка конкурентної позиції підприємства на ринку (на прикладі конкретного підприємства).
25. Аналіз факторів зовнішнього впливу на поведінку споживачів товару (послуги).
26. Аналіз факторів внутрішнього впливу на поведінку споживачів товару (послуги).
27. Аналіз факторів, що формують лояльність споживачів (на прикладі конкретного товару).
28. Визначення рівня задоволеності споживачів (на прикладі конкретного товару).
29. Дослідження сприйняття нового товару споживачами.
30. Аналіз прихильності споживачів до торгової марки (товару, послуги).
31. Оцінка якості обслуговування клієнтів підприємства.
32. Дослідження заходів стимулювання споживачів товару (послуги).
33. Аналіз процесу прийняття рішення кінцевим споживачем про вибір товару (послуги).
34. Маркетингові дослідження внутрішнього середовища підприємства.
35. Аналіз конкурентоспроможності підприємства.
36. Бенчмаркінг як напрямок маркетингових досліджень.
37. Аналіз обізнаності (популярності) бренду.
38. Оцінка іміджу фармацевтичного бренду споживачами.
39. Маркетинговий аналіз ринку освітніх послуг (на прикладі конкретного міста або навчального закладу).
40. Аналіз програмних продуктів, що застосовуються в маркетингових дослідженнях.
41. Аналіз складових системи маркетингових комунікацій підприємства.
42. Аналіз методів стимулювання збуту товарів (послуг).

“Маркетингові комунікації”

1. Комунікаційні процеси і маркетинговий комплекс підприємства.
2. Реклама в маркетингових комунікаціях.
3. Формування комунікацій за допомогою Інтернет-маркетингу.
4. Маркетингові комунікації в середовищі B2B.
5. Управління засобами стимулювання збуту.
6. Застосування форм прямого маркетингу.
7. Планування та організація рекламної кампанії.
8. Комунікаційні моделі в системі управління підприємством.
9. Розвиток мерчандайзингу в роздрібній торгівлі.
10. Процес вибору носіїв реклами.
11. Розробка VTL-кампаній.
12. Стратегії маркетингових комунікацій.
13. Маркетингові комунікації у формуванні іміджу підприємства.
14. Організація виставок та ярмарок.
15. Творча концепція у сучасній рекламі.
16. Комунікації у системі управління маркетинговою діяльністю.
17. Розробка кампанії direct mail.
18. Стратегія і тактика реклами.
19. Internet-маркетинг та електронна комерція.
20. Планування і організація персонального продажу.
21. Розробка рекламних текстів.
22. Інтегровані маркетингові комунікації у місці продажу.
23. Особливості використання CRM у маркетингових комунікацій.
24. Планування засобів стимулювання збуту.
25. ПР у маркетингових комунікаціях.
26. Психологія реклами.
27. Упаковка у маркетингових комунікаціях.
28. Маркетинг в соціальних мережах.
29. Комунікаційний аспект управління товарною маркою.
30. Розробка заходів ПР-кампанії.
31. Особливості оформлення торгових точок.
32. Організація реклами на місці продажу товарів.
33. Маркетингові комунікації у стратегії позиціонування фірми.
34. Особливості застосування засобів стимулювання збуту на Україні.
35. POS&POP - матеріали в системі маркетингових комунікацій.
36. Напрями застосування засобів стимулювання збуту.
37. Планування та організація ПР – кампаній.
38. Особливості застосування різних носіїв реклами (за вибором студента, не менше 3-х).
39. Управління кампаніями прямого маркетингу.
40. Оцінка ефективності комунікаційних компаній.
41. Розробка стратегії інтегрованих маркетингових комунікацій.
42. Внутрішній ПР організації.
43. Структура та дизайн упаковки товару.
44. Організація ефективних продаж у персональному продажі.
45. Управління комунікаційною політикою підприємства.