

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Економіко-технологічний інститут імені Роберта Ельворті

ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ, МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ЕКОНОМІКИ

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
до виконання і захисту курсових робіт з дисципліни
«Маркетинг промислового підприємства»
для спеціальності 075 «Маркетинг»
напряму підготовки 07 «Управління та адміністрування»

Кропивницький - 2023

УДК 336

Алексеева Л.М., Павлова О.В. Методичні рекомендації до виконання і захисту курсових робіт з дисципліни «Маркетинг промислового підприємства» за спеціальністю 075 “Маркетинг”, напрям підготовки 07 “Управління та адміністрування”. - Кропивницький: Економіко-технологічний інститут імені Роберта Ельворті. – НРЦ. – 2023.- 30 с.

Рецензент: к.е.н. Олійник І.В.

Методичні рекомендації підготовлено для студентів Економіко-технологічний інститут імені Роберта Ельворті, які навчаються за навчальними планами підготовки бакалаврів напряму маркетинг. Методичні рекомендації описують за окремими стадіями весь процес підготовки та захисту курсової роботи з дисципліни «Маркетинг промислового підприємства»: від вибору теми, наукового керівника до правил оформлення самої курсової роботи та її захисту.

Укладач: Алексеева Л.М., Павлова О.В.

Затверджено на засіданні кафедри маркетингу, менеджменту та економіки Економіко-технологічного інституту імені Роберта Ельворті (Протокол № 1 від 28.08.2023р.)

Схвалено Вченою радою Економіко-технологічного інституту імені Роберта Ельворті.

Зміст

	стор.
1. Загальні положення.....	4
2. Вибір теми курсової роботи.....	5
3. Формулювання мети та завдань курсового дослідження.....	6
4. Визначення структури курсової роботи.....	7
5. Підбір літератури, практичного матеріалу, складання плану курсової роботи.....	8
6. Правила оформлення курсової роботи.....	10
7. Керівництво підготовкою курсової роботи та контроль студентів.....	19
8. Захист та оцінювання курсової роботи.....	20
9. Перелік використаних джерел.....	22
Додатки.....	
.....	24

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Важливим етапом підготовки фахівців-бакалаврів з маркетингу є написання курсової роботи в рамках вивчення дисципліни «Маркетинг промислового підприємства». При виконанні роботи студент повинен продемонструвати рівень теоретичних знань, практичних вмінь та навичок із «Маркетингу промислового підприємства» та комплексу маркетингових дисциплін, з якими студент вже ознайомлений.

Метою розроблених методичних рекомендацій є надання студентам-бакалаврам теоретико-методичної допомоги у виконанні ними курсових робіт з навчальної дисципліни «Маркетинг промислового підприємства».

Курсова робота – це самостійне дослідження студента, що дозволяє найбільш повно розкрити одержані ним в процесі вивчення «Маркетингу промислового підприємства» знання і уміння, використати їх для вирішення практичних завдань.

Метою підготовки курсової роботи з дисципліни «Маркетинг промислового підприємства» є поглиблення студентом теоретичних знань щодо стратегічних підходів у діяльності промислових підприємств, дослідження ринку промислової продукції, організації процесу постачання, формування комплексу маркетингового впливу на споживачів промислових товарів, організації та контролю маркетингової діяльності.

Працюючи над курсовою роботою, студент повинен засвоїти навички правильної постановки проблеми та обґрунтування її актуальності, формулювання мети і завдань дослідження, побудови логічного плану і оптимальної структури, роботи з літературними джерелами та статистичною інформацією, аналізу та оцінки різних аспектів діяльності організації, обґрунтування власних узагальнень, висновків і пропозицій.

Завданнями курсової роботи є:

- поглиблення, систематизація та узагальнення теоретичних знань з «Маркетингу промислового підприємства», застосування їх при вирішенні конкретних виробничих задач;
- проведення всебічної діагностики ситуації на підприємстві та його ринку;
- розвиток навиків ведення самостійної роботи при вирішенні питань, що підлягають розробці у курсовій роботі;
- застосування принципів формування складових комплексу маркетингу в розробці програми маркетингу конкретного промислового підприємства;
- обґрунтування власних узагальнень, висновків і пропозицій;
- підготовка доповіді та наочних матеріалів, що передають основний зміст курсової роботи та пропозиції автора, з подальшим їх захистом при комісії.

Повнота й особливості реалізації цих завдань залежать від напряму дослідження, сфери діяльності підприємства та його специфічних рис.

Тема курсової роботи повинна бути актуальною для вибраного автором

підприємства; зміст роботи має бути спрямований не тільки на вирішення актуальних проблем досліджуваного підприємства, але й відображати можливість використання розроблених автором пропозицій і рекомендацій іншими суб'єктами господарювання чи вищими ланками управління.

Для якісного виконання курсової роботи необхідне використання евристичних методів, методів соціологічного опитування, прикладних комп'ютерних програм для обробки маркетингової інформації та презентації результатів роботи.

2. ВИБІР ТЕМИ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Найважливішим і найвідповідальнішим моментом, що в загальному визначає успішне виконання курсової роботи, є правильний вибір теми курсового дослідження.

Вибір теми курсової роботи потребує від кожного студента творчого підходу і прийняття виваженого рішення, що враховує ряд обставин, вимог та побажань.

Насамперед, при виборі тієї чи іншої теми доцільно зважати на зміст і досвід науково-дослідної роботи студента: рефератів, доповідей на наукових студентських семінарах, конференціях тощо.

Основними вимогами, що пред'являються до теми курсової роботи, є її актуальність, проблемність, зв'язок із перспективами розвитку науки, практична значимість, врахування запитів виробництва.

Пропонована кафедрою тематика курсових робіт зорієнтована на максимальне відображення практики, враховує потреби як теоретичного, так і прикладного характеру реальної діяльності підприємств, установ і організацій, окремих регіонів.

Вибір конкретних тем курсових робіт студентами здійснюється добровільно згідно з переліком тем, затверджених випусковою кафедрою. При виборі теми важливо врахувати особистість студента-випускника, його здібності та інтерес до тих чи інших питань. Тема курсової роботи повинна бути посильною для студента, відповідати індивідуальним нахилам автора як з точки зору вибору для дослідження конкретної сфери маркетингово-економічних відносин, так і характеру самої роботи. Перелік орієнтованих тем курсових робіт наведено у додатку А.

3. ФОРМУЛЮВАННЯ МЕТИ ТА ЗАВДАНЬ КУРСОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Після вибору теми курсової роботи йде етап визначення її мети та завдань, шляхом вирішення яких ця мета реалізується.

Основними цілями курсового дослідження є:

- систематизація, закріплення та розширення теоретичних і практичних знань за спеціальністю;
- уміння використовувати набуті знання при вирішенні конкретних наукових, економічних і виробничих задач;
- оволодіння методикою дослідження і аналізу;
- підготовка до самостійної творчої роботи в умовах сучасного виробництва.

Студенту слід пам'ятати, що при виконанні курсової роботи він повинен показати глибокі теоретичні знання при дослідженні конкретних сфер маркетингової системи, вміння використовувати сучасні методи економічних

досліджень при проведенні необхідних розрахунків, застосовувати досягнення науки і техніки, чітко та логічно викладати свої думки, грамотно узагальнювати та формулювати висновки і пропозиції.

При виконанні курсової роботи студент повинен:

- досконало вивчити чинне законодавство з питань маркетингово-економічної діяльності;
- оволодіти методикою виконання курсової роботи;
- поглибити на основі літературних джерел знання сутності досліджуваних питань;
- зібрати в повному обсязі і обробити конкретний фактичний матеріал;
- використовувати в розрахунках різноманітні методи та прийоми економічних досліджень;
- систематично і цілеспрямовано працювати над темою, своєчасно виконувати встановлений графік підготовки курсової роботи.

Формулюючи мету курсової роботи, потрібно обов'язково вказати ті кінцеві результати, заради яких здійснюється дипломне дослідження.

Наприклад, метою курсової роботи за темою: "Комплексна оцінка маркетингового стану машинобудівного підприємства" є виявлення тенденцій та закономірностей у задоволенні потреб промислового підприємства у маркетингових ресурсах, забезпеченні їх достатності, правильності розподілу та використання і обґрунтування рекомендацій щодо оздоровлення маркетинго-господарської діяльності підприємства.

Для успішної реалізації мети цієї чи іншої курсової роботи студент повинен виконати наступні завдання:

- оволодіти методикою бібліографічного пошуку літературних джерел, підбору фактичного матеріалу та їх систематизації, створювати каталоги необхідної літератури, здійснювати її реферування;
- забезпечувати можливість порівняння фактичних показників;
- здійснювати зведення і групування первинних даних;
- розраховувати основні узагальнюючі показники;
- використовувати обчислювальну техніку та ПЕОМ для створення бази даних, обробки первинної інформації;
- узагальнювати різноманітні точки зору на проблему дослідження;
- виявляти динаміку економічних показників взаємозв'язок між ними;
- будувати та описувати зведені аналітичні таблиці;
- вивчати вплив зовнішнього середовища на об'єкт дослідження;
- виявляти тенденції, закономірності розвитку підприємств, галузей, сегментів ринку та ін.;
- удосконалювати методики аналізу, планування прогнозування та проведення досліджень;
- вивчати і обґрунтовувати шляхи підвищення ефективності за різними напрямками;
- розробляти заходи стосовно впровадження практичних рекомендацій та пропозицій.

4. ВИЗНАЧЕННЯ СТРУКТУРИ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Структура курсової роботи визначається логічною послідовністю вирішення поставлених у ній завдань і містить такі основні частини:

- титульний аркуш,
- завдання
- зміст,
- вступ,
- основна частина,
- висновки,
- список використаних джерел,
- додатки.

Титульний аркуш курсової роботи містить найменування галузевого міністерства, вищого навчального закладу, факультету, назву теми курсової роботи, зазначення групи, прізвища, імені та по батькові студента-виконавця, наукового ступеня та вченого звання наукового керівника курсової роботи, а також зазначення місця і року її виконання. Зразок титульного аркушу та завдання наведено у додатках Б і В відповідно.

Зміст курсової роботи включає найменування та номери початкових сторінок усіх розділів, підрозділів та пунктів (якщо вони мають заголовки) у послідовності їх висвітлення та подання у роботі. Зразок змісту наведено у додатку Г.

У вступі обґрунтовується актуальність теми, мотиви її вибору, формулюється мета та визначаються завдання курсової роботи, вказується об'єкт дослідження, його методологічна основа, джерела і матеріали, на базі яких підготовлена робота. Обсяг вступу - 2-3 сторінки.

Написання основної частини курсової роботи

Основна частина курсової роботи складається з трьох розділів, всередині яких можуть бути розглянуті декілька відносно самостійних питань, що обособлені в окремі підрозділи.

Зміст основної частини, як правило, передбачає:

- загальну (теоретичну) характеристику питань досліджуваної теми;
- аналіз діючої практики об'єкта дослідження;
- висвітлення проблем і обґрунтування рекомендацій стосовно удосконалення певної сфери маркетингових відносин;

У першому розділі курсової роботи (15-17 стор.) досліджується теоретичний аспект проблеми, оскільки глибоке вивчення теорії повинне слугувати основою для правильного вирішення практичних питань і одержання економічно обґрунтованих висновків та пропозицій.

Здійснюючи огляд літературних джерел за темою курсової роботи, студент повинен стисло і критично проаналізувати існуючі точки зору, виділити малодосліджені і невирішені питання. Слід сформулювати своє ставлення до проблеми, що вивчається, подати його аргументацію. В теоретичній частині потрібно виділити положення, які в подальшому будуть

конкретно розробляться і знайдуть відображення в аналітичній частині роботи, а також в рекомендаціях і пропозиціях.

Наступні розділи курсової роботи повинні бути більш конкретними, детально розкривати сутність вибраної для вивчення проблеми. У них досліджується практичне вирішення питань на прикладі конкретного підприємства, банку, страхової організації, рекламної агенції, регіону.

Так, у **другому розділі** роботи (15-17 стор) аналізується сучасний стан досліджуваного об'єкта, наводиться методика розрахунку і оцінки окремих його показників, на основі узагальнення результатів аналізу встановлюються наявні відхилення, визначаються їх причини, виявляються невикористані резерви.

На базі детального дослідження підходів до висвітлення теоретико - методологічних основ питання, що вивчається, і його всебічної аналітичної оцінки у **третьому розділі** курсової роботи (10-12 стор) вказуються шляхи вирішення окремих проблем, обґрунтовуються пропозиції відносно вдосконалення функціонування конкретної сфери маркетингових відносин. Причому слід аргументовано доказати, що запропоновані заходи повинні спричинити позитивний вплив на покращення кінцевих результатів маркетингової діяльності.

Висновки (2-3 стор.) повинні бути логічним завершенням, підсумком усіх проведених досліджень у процесі виконання курсової роботи. Висновки повинні бути сформульовані чітко і зрозуміло навіть без читання основного тексту, відображати зміст усієї роботи, її сутність, теоретичне і практичне значення. У висновках потрібно стисло (можна по пунктах-завданнях) виділити основні результати дослідження, наголосити на якісних та кількісних показниках здобутих результатів, обґрунтувати їх достовірність, викласти рекомендації щодо їх використання.

Список використаних джерел містить використану для виконання дипломної роботи основну та допоміжну літературу і складається згідно зі способами, передбаченими правилами оформлення дипломної роботи.

До **додатків** доцільно включити матеріал, що має допоміжне значення для виконання курсової роботи: копії документів, окремі положення інструктивних матеріалів, проміжні формули і розрахунки, таблиці допоміжних цифрових даних, опис алгоритмів і програм вирішення тих чи інших задач на ПЕОМ, розроблених в процесі виконання дипломної роботи, ілюстрації допоміжного характеру.

5. ПІДБІР ЛІТЕРАТУРИ, ПРАКТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ, СКЛАДАННЯ ПЛАНУ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Виконання курсової роботи починається з підбору необхідної літератури. З неї студенти дізнаються про дискусійні питання з теми дослідження, знайомляться з поглядами на ту чи іншу проблему різних учених, економістів-практиків, а також з можливими шляхами вирішення існуючих проблем.

Перелік основної навчальної та законодавчо-нормативної літератури, яку можна використовувати для написання дипломної роботи, вказаний у відповідних методичних розробках з навчальних дисциплін. Також надається додаткова література: статті в періодичних виданнях, монографії з дослідження окремих питань, нова наукова література.

Студент самостійно підбирає необхідні літературні джерела і систематизує їх у списку літератури, який проглядається й затверджується науковим керівником.

У списку кожному літературному джерелу присвоюється номер, вказується автор, назва книги (статті), видавництво, місце і рік видання.

У роботі з літературою рекомендується дотримуватись певної послідовності. В першу чергу слід вивчати законодавчо-нормативні матеріали, потім підручники і навчальні посібники, спеціальні монографії, періодичні видання та інші джерела.

Щоб досягти хороших результатів у вивченні літературних джерел, необхідно:

- уважно читати і проробляти ті частини книг і статей, що мають безпосереднє відношення до теми дипломної роботи;

- виписувати із прочитаних текстів найбільш важливу інформацію, яка може бути використана при виконанні дипломної роботи.

Огляд літератури доцільно проводити у такій послідовності:

- виявлення опублікованих матеріалів з питання, що вивчається, складання бібліографічного вказівника (списку);

- перегляд виявлених джерел, запис потрібного матеріалу на спеціальних картках;

- систематизація зібраного матеріалу, відсів несуттєвого, складання плану огляду;

- здійснення огляду, в якому на основі даних науки та показників виробництва висвітлюється позитивний досвід, виявляються помилкові теорії та недоліки в практиці господарювання, робляться висновки, які є основою для вирішення поставлених у дослідженні завдань.

Прочитану літературу необхідно систематизувати за такими напрямками:

- розуміння різними авторами сутності проблеми, що досліджується, виділення суттєвих її ознак;

- визначення місця даної проблеми в загальній системі науки, теорії, практики;

- встановлення рушійних сил, механізму досліджуваних процесів, динаміки їх розвитку;

- відбір перспективних напрямків вирішення проблеми, запропонованих різними авторами;

- розгляд показників оцінки ефективності окремих заходів чи їх системи, запропонованих різними вченими.

В результаті такого систематизованого вивчення літератури формуються загальні позиції виконання курсової роботи, виявляються недоліки і

невирішені питання, що потребують додаткового осмислення і обґрунтування.

Курсова робота виконується на конкретному фактичному матеріалі. Студенти досліджують маркетингово-економічну роботу промислових підприємств, збутову діяльність, комунікаційну діяльність, питання ціноутворення, страхову справу.

Обсяг інформації, достатній для написання курсової роботи, встановлюється студентом разом із науковим керівником.

У більшості випадків здійснюється вибірковий збір інформації, типової для об'єкта дослідження, але в той же час достатньо різноманітної, такої, що повно і достовірно відображає всі аспекти його розвитку та діяльності.

Зібраний практичний матеріал повинен слугувати:

- ілюстрацією при описанні об'єктів дослідження;
- для виявлення позитивних і негативних моментів в організації маркетингово-економічної роботи;
- для обґрунтування правильності висновків стосовно удосконалення функціонування відповідних сфер маркетингової системи;
- для розрахунку ефективності від впровадження розроблених у курсовій роботі пропозицій в практику господарської та маркетингово-економічної діяльності.

Студент повинен уміти самостійно обробляти цифрові дані, складати аналітичні таблиці. При обробці матеріалів рекомендується використовувати економіко-математичні методи, ПЕОМ, їх використання в дипломних роботах є доцільним для виконання багатоваріантних або складних та громіздких розрахунків. При цьому студенти повинні по можливості використовувати стандартні або готові алгоритми і програми.

Слід пам'ятати, що в процесі розрахунку та аналізу маркетингово-економічних показників необхідно зважати на такі основні вимоги:

- показники розглядаються в динаміці не менш, ніж за 2 роки;
- порівнювані об'єкти повинні бути однотипними;
- відносні показники слід зводити до одного кількісного базису;
- при порівнянні вартісних показників потрібно застосовувати однакові ціни по всіх періодах та об'єктах;
- щоб поглибити змістовність аналізу, необхідно розраховувати середні та відносні величини, індекси, визначати варіацію ознак, виявляти взаємозв'язки і взаємозалежності між економічними явищами та процесами;
- проміжні та кінцеві результати дослідження корисно обговорювати із відповідними спеціалістами підприємств, установ, організацій, де студент проходить переддипломну практику.

План курсової роботи повинен відповідати темі дослідження, розкривати її особливості. Він повинен бути оригінальним, методично витриманим, побудованим логічно, чітко, зрозуміло.

В плані повинні обов'язково виділятися: вступ, основна частина з оглядом літератури, законодавчо-нормативного забезпечення маркетингових відносин, що вивчаються, економічною характеристикою об'єкта

дослідження, методикою аналітичної оцінки його функціонування, економічним обґрунтуванням результатів досліджень і висновки.

6. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Загальні вимоги

Курсову роботу виконують за допомогою комп'ютера на білому папері форматом А4 (210 x 297 мм) з одного боку аркуша.

Обсяг курсової роботи студента має становити 45-55 сторінок друкованого тексту *без урахування додатків*.

Інтервал між рядками (на комп'ютері) - 1,5; шрифт – Times New Roman, № 14. Інтервал між буквами звичайний. Відступ абзаців -1,5.

Текст курсової роботи необхідно друкувати, залишаючи поля таких розмірів:

- ліве - не менше 30 мм;
- праве - не менше 10 мм;
- верхнє - не менше 20 мм;
- нижнє - не менше 20 мм.

Шрифт друку повинен бути чітким, рядок чорного кольору середньої жирності. Щільність тексту курсової роботи повинна бути однаковою.

Текст основної частини курсової роботи поділяють на розділи, підрозділи, пункти та підпункти.

Заголовки структурних частин роботи «ЗМІСТ», «ВСТУП», «РОЗДІЛ», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ», «ДОДАТКИ» друкують великими літерами симетрично до тексту.

Заголовки підрозділів друкують маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу. Крапку в кінці заголовка не ставлять. Якщо заголовок складається з двох або більше речень, їх розділяють крапкою.

Заголовки пунктів друкують маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу в розрядці в підбір до тексту. В кінці заголовка, надрукованого в підбір до тексту ставиться крапка.

Відстань між заголовком (за винятком заголовка пункту) та текстом повинна дорівнювати 3 інтервалам.

Кожну структурну частину курсової роботи треба починати з нової сторінки.

Слід мати на увазі, що в межах розділу кожний наступний підрозділ може починатися на тій самій сторінці, що і попередній підрозділ, при цьому відстань дорівнює 4 інтервалам до заголовку.

Зверніть увагу, перед тим, як прошити кінцевий готовий варіант роботи, слід перевірити послідовність розміщення матеріалів. Вона має бути наступною:

- титульний лист;
- завдання на виконання курсової роботи;
- ЗМІСТ (курсвої роботи);

- ВСТУП;
- РОЗДІЛ 1
(НАЗВА РОЗДІЛУ).....

1.1. (назва підрозділу).....

... і далі згідно зі змістом роботи.

Для прикладу в додатку пропонуються *зразки* оформлення перших сторінок роботи:

Нумерація

Нумерацію сторінок, розділів, підрозділів, пунктів, підпунктів, рисунків, таблиць, формул подають арабськими цифрами без знаку № .

Першою сторінкою курсової роботи є титульний аркуш, який включають до загальної нумерації сторінок. На титульному аркуші номер сторінки не ставлять. Нумерація сторінок починається з другої сторінки вступу. Номер проставляють у правому верхньому куті сторінки без крапки в кінці.

Номер розділу ставлять після слова «РОЗДІЛ», після номера крапку не ставлять, потім з нового рядка друкують заголовок розділу (Див. зразок).

Зразок

**РОЗДІЛ 1. ПЛАНУВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

1.1. Роль маркетингу в комерційній діяльності промислового підприємства

Підрозділи нумерують у межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, між якими ставлять крапку. В кінці номера підрозділу повинна стояти крапка.

Наприклад:

1.1. (перший підрозділ першого розділу)

або

2.3. (третій підрозділ другого розділу). Потім у тому ж рядку йде заголовок підрозділу.

Ілюстрації

Ілюстрації повинні бути виконані комп'ютерним способом чорного кольору на білому непрозорому папері. Ілюстрації повинні мати назву, яку розміщують після номера ілюстрації. При необхідності ілюстрації доповнюють пояснювальними даними (підрисунковий текст). Зверніть увагу, під терміном "ілюстрації" розуміють усі рисунки (графіки, схеми, різноманітні діаграми), креслення та фотографії.

Ілюстрації (схеми, карти, фотографії, діаграми, графіки та інші рисунки) і *таблиці* необхідно подавати в курсовій роботі безпосередньо після тексту,

де вони згадані вперше, або на наступній сторінці.

Ілюстрації і таблиці, які розміщені на окремих сторінках, включають до загальної нумерації сторінок. Ілюстрації позначають словом «Рис.» і нумерують послідовно в межах розділу, за винятком ілюстрацій, поданих у додатках. Номер ілюстрації повинен складатися з номера розділу і порядкового номера ілюстрації, між якими ставиться крапка.

Наприклад: Рис. 1.2. (другий рисунок першого розділу).

Номер ілюстрації, її назва і пояснювальні підписи розміщують послідовно під ілюстрацією.

Нижче наведено зразок нумерації та оформлення схеми «Основні етапи процесу стратегічного планування» (Запис "Рис. 2.4" означає, що це четвертий рисунок другого розділу).

Зразок

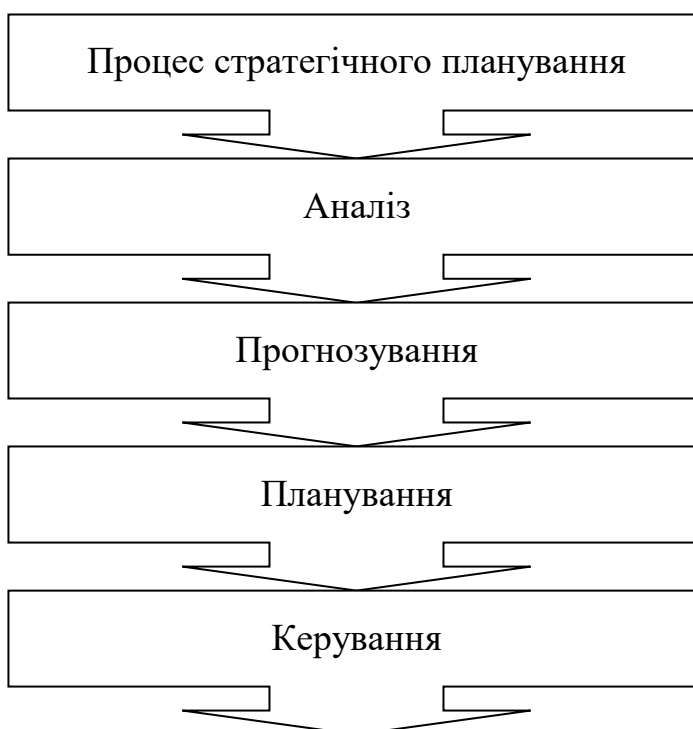


Рис.2.4. Основні етапи процесу стратегічного планування

Таблиці

Цифровий матеріал, як правило, повинен оформлятися у вигляді таблиць.

Кожна таблиця повинна мати назву, яку розміщують над таблицею і друкують симетрично до тексту. Назву і слово "Таблиця" починають з великої літери. Назву не підкреслюють.

Перший рядок таблиці "головка". У ній поміщуються заголовки кожної граfi.

Другий рядок "головки" містить підзаголовки граф.

Перший стовпець таблиці - "боковик". У ньому поміщуються заголовки рядків.

Інші стовпці таблиці - "колонки" або "графі". У них поміщується

інформація, яка стосується заголовка (підзаголовка) графі та заголовка відповідного рядка.

Заголовки граф повинні починатися з великих літер, підзаголовки - з маленьких, якщо вони складають одне речення із заголовком, і з великих, якщо вони є самостійними. Висота рядків повинна бути не меншою 8 мм. Графу з порядковими номерами рядків до таблиці включати не треба.

Таблицю розміщують після першого згадування про неї в тексті таким чином, щоб її можна було читати без повороту переплетеного блоку курсової роботи або з поворотом за годинниковою стрілкою. Таблицю з великою кількістю рядків можна переносити на інший аркуш. При перенесенні таблиці на інший аркуш (сторінку) назву вміщують тільки над її першою частиною. Таблицю з великою кількістю граф можна ділити на частини і розміщувати одну частину під іншою в межах одної сторінки. Якщо рядки або графи таблиці виходять за формат сторінки, то в першому випадку в кожній частині таблиці повторюють її «головку», в другому випадку – «боковик».

Якщо текст, який повторюється в графі таблиці, складається з одного слова, його можна замінити лапками; якщо з двох або більше слів, то при першому повторенні його замінюють словами «Те ж», а далі лапками. Ставити лапки замість цифр, знаків, символів, які повторюються, не слід. Якщо цифрові або інші дані в якому-небудь рядку таблиці не подають, то в ньому ставлять прочерк.

Таблиці нумерують послідовно (за винятком таблиць, поданих у додатках) в межах розділу.

В правому верхньому куті над відповідним заголовком таблиці розміщують напис таблиця з зазначенням її номера. Номер таблиці повинен складатися з номера розділу і порядкового номера таблиці, між якими ставиться крапка.

Приклад: Таблиця 2.6 (шоста таблиця другого розділу)

Якщо в роботі наведена одна таблиця, її нумерують за загальними правилами.

При переносі частини таблиці на інший аркуш (сторінку) слово «Таблиця» і номер її вказують один раз справа над першою частиною таблиці, над іншими частинами пишуть слова «Продовження табл.» і вказують номер таблиці. Приклад: «Продовження табл. 2.6.».

Зразок

Таблиця 2.6.

Розрахунок показників прибутковості акцій (тис. грн.)

Назва статті	Код рядка	За звітний період 2020 рік	За попередній період 2021 рік
Середньорічна кількість простих акцій	300	7 879 576	7 501 540

Скоригована середньорічна кількість простих акцій	310	7 879 576	7 501 540
Чистий прибуток, (збиток) на одну просту акцію	320	3,088	3,026
Скоригований чистий прибуток, (збиток) на одну просту акцію	330	3,088	3,026
Дивіденди на одну просту акцію	340	0,8	0,7

Формули

Пояснення значень символів і числових коефіцієнтів треба подавати безпосередньо під формулою в тій послідовності, в якій вони подані у формулі.

Значення кожного символу і числового коефіцієнта треба подавати з нового рядка.

Перший рядок пояснення починають зі слова «де» без двокрапки.

Формули (якщо їх більше однієї) нумерують у межах розділу. Номер формули складається з номера розділу і порядкового номера формули в розділі, між якими ставлять крапку. Нумери формул пишуть біля правого берега аркуша на рівні відповідної формули в круглих дужках. Приклад: (2.1) (перша формула другого розділу).

Зразок:

$$Н6 = \frac{Ла}{КЗ} \times 100 \% \quad (2.1.)$$

де **Ла** - ліквідні активи;

КЗ – короткострокові зобов'язання

Рівняння і формули треба виділяти з тексту вільними рядками. Вище і нижче кожної формули потрібно залишати не менше одного вільного рядка. Якщо рівняння не вміщується в один рядок, його слід перенести після знака рівності (=) або після знаків плюс (+), мінус (-), множення (x) і ділення (:).

Посилання

Обов'язковою вимогою щодо оформлення курсової роботи є наявність посилань на літературні джерела. Про це треба пам'ятати вчасно, ще під час збору необхідної інформації та здійснення необхідних виписок з журналів, книг, довідників тощо.

В процесі написання курсової роботи мають використовуватися посилання на джерела, матеріали або окремі результати, коли з них відібрані дані, або на ідеях і висновках яких розроблюються проблеми, задачі, питання, вивченню яких присвячена курсова робота. Такі посилання дають змогу відшукати документи і перевірити достовірність відомостей про цитування документа, дають необхідну інформацію щодо нього, допомагають з'ясувати його зміст, мову тексту, обсяг. Посилатися слід на останні видання публікацій. На більш ранні видання можна посилатися лише

в тих випадках, коли в них є матеріал, який не включено до останнього видання.

Посилання на джерела слід зазначати порядковим номером за переліком посилань, виділеним двома квадратними дужками.

Приклад:

«...окреслена методика висвітлюється переважно в наукових працях вітчизняних фінансистів [7-10]...».

У разі використання відомостей, матеріалів з монографій, оглядових статей/інших джерел з великою кількістю сторінок, тоді *в посиланні необхідно точно вказати номери сторінок, ілюстрацій, таблиць, формул з джерела, на яке дано посилання.*

Приклад:

"...Маркетингова діяльність в економічній літературі визначається як сукупність методів і процедур, які забезпечують підготовку і надання інформації для планування, контролю та прийняття рішень на різних рівнях управління підприємством [45, С.304].

Позначення [45, С.304] показує посилання на джерело інформації, яке наведено у списку літератури дипломної роботи за № 45, визначення терміну міститься у цій книзі на сторінці 304. При цьому відповідний опис у списку використаних джерел має такий вигляд:

45. Загородній А.Г., Вознюк Г.В., Смовженко Т.С. Маркетинговий словник.-3-тє вид, випр. та доп.-К.: Т-во "Знання", КОО, 2015.-508с.

Посилання на ілюстрації курсової роботи вказують порядковим номером ілюстрації. Приклад: «рис. 1.2».

Посилання на формули курсової роботи вказують порядковим номером формули в дужках. Приклад: «... у формулі (2.1)».

На всі таблиці повинні бути посилання в тексті, при цьому слово «таблиця» в тексті пишуть скорочено. Приклад: «...в табл.1.2».

У повторних посиланнях на таблиці та ілюстрації треба вказувати скорочено слово «дивись», наприклад: «див.табл.1.3».

Список використаних джерел

Джерела у списку необхідно розміщувати в алфавітному порядку прізвищ перших авторів або заголовків. Приклади оформлення бібліографічного опису у списку джерел курсової роботи наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Оформлення бібліографічного опису у списку джерел курсової роботи

Характеристика джерела	Приклад оформлення
Книги: Один автор	<p>1. Василій Великий. Гомілії / Василій Великий ; [пер. з давньогрец. Л. Звонська). — Львів : Свічадо, 2006. — 307 с. — (Джерела християнського Сходу. Золотий вік патристики IV—V ст. ; № 14).</p> <p>2. Коренівський Д. Г. Дестабілізуючий ефект параметричного білого шуму в неперервних та дискретних динамічних системах / Коренівський Д. Г. — К. : Ін-т математики, 2006. — 111 с. — (Математика та її застосування) (Праці / Ін-т математики НАН України ; т. 59).</p> <p>3. Матюх Н. Д. Що дорожче срібла-золота / Наталія Дмитрівна Матюх. — К. : Асамблея діл. кіл : Ін-т соц. іміджмейкінгу, 2006. — 311 с. — (Ювеліри України ; т.1).</p> <p>4. Шкляр В. Елементал : [роман] / Василь Шкляр/ — Львів : Кальварія, 2005. — 196, [1] с. — (Першотвір).</p>
Два автори	<p>1. Матяш І. Б. Діяльність Надзвичайної дипломатичної місії УНР в Угорщині : історія, спогади, арх. док. / І. Матяш, Ю. Мушка. — К. : Києво-Могилян. Акад., 2005. — 397, [1] с. — (Бібліотека наукового щорічника "Україна дипломатична"; вип.1).</p> <p>2. Ромовська З. В. Сімейне законодавство України / З. В. Ромовська, Ю. В. Черняк. — К. : Прецедент, 2006. — 93 с. — (Юридична бібліотека. Бібліотека адвоката) (Матеріали до складання кваліфікаційних іспитів для отримання Свідоцтва про право на заняття адвокатською діяльністю; вип. 11).</p> <p>3. Суберляк О. В. Технологія переробки полімерних та композиційних матеріалів : підруч. [для студ. виш. навч. закл.] / О. В. Суберляк, П. І. Баштанник. — Львів : Растр-7, 2007. — 375 с.</p>
Три автори	<p>1. Акофф Р. Л. Идеализированное проектирование: как предотвратить завтрашний кризис сегодня. Создание будущей организации / Акофф Р. Л., Магидсон Д., Эддисон Г. Д. ; пер. с англ. Ф. П. Тарасенко. — Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. — XLIII, 265 с.</p>
Чотири автори	<p>1. Методика нормування ресурсів для виробництва продукції рослинництва / [Вітвіцький В. В., Кисляченко М. Ф., Лобастов І. В., Нечилорук А. А.]. — К. : НДІ "Укراгропромпродуктивність", 2006. — 106с. — (Бібліотека спеціаліста АПК. Економічні нормативи).</p> <p>2. Механізація переробної галузі агропромислового комплексу : [підруч. для учнів проф.-техн. навч. закл.] / О. В. Гвоздєв, Ф. Ю. Ялпачик, Ю. П. Рогач, М. М. Сердюк. — К. : Вища освіта, 2006. — 478, [1] с. — (ПТО: Професійно-технічна освіта).</p>
П'ять і більше авторів	<p>1. Психология менеджмента / [Власов П. К., Липницький А. В., Луцихина И. М. и др.]; под ред. Г. С. Никифорова. — [3-е изд.]. — Х. : Гуманитар. Центр, 2007 — 510 с.</p> <p>2. Формування здорового способу життя молоді : навч.-метод. посіб. для працівників соц. служб для сім'ї, дітей та молоді / [Т. В. Бондар, О. Г. Карпенко, Д. М. Дикова-Фаворська та ін.]. — К. : Укр. ін-т соц. дослідж., 2005. — 115 с. — (Серія "Формування здорового способу життя молоді": у 14</p>

	кн., кн. 13).
Без автора	<p>1. Історія Свято-Михайлівського Золотоверхого монастиря / [авт. тексту В. Клос]. — К. : Грані-Т, 2007. — 119 с. — (Грані світу).</p> <p>2. Воскресіння мертвих : українська барокова драма: антологія / [упорядкув., ст., пер. і прим. В. О. Шевчук]. — К. : Грамота, 2007. — 638, [1]с.</p> <p>3. Тіло чи особистість? Жіноча тілесність у вибраній малій українській прозі та графіці кінця ХІХ — початку ХХ століття : [антологія / упоряд.: Л. Таран, О. Лагутенко]. — К. : Грані-Т, 2007. — 190, [1] с.</p> <p>Проблеми типологічної та квантитативної лексикології : [зб.наук.праць / наук. ред. Каліущенко В. та ін]. — Чернівці : Рута, 2007. — 310 с</p>
Багатотомний документ	<p>1. Історія Національної академії наук України, 1941—1945 / [упоряд. Л. М, Яременко та ін.]. — К. : Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, 2007—. — (Джерела з історії науки в Україні). Ч. 2 : Додатки — 2007. — 573, [1] с.</p> <p>2. Межгосударственные стандарты : каталог в 6 т. / [сост. Ковалева И. В., Рубцова Е. Ю.; ред. Иванов В. Л.]. — Львов : НТЦ "Леонорм-Стандарт", 2005—. — (Серия "Нормативная база предприятия"). Т. 1. — 2005.— 277 с.</p> <p>3. Дарова А. Т. Неисповедимы пути Господни... : (Дочь врага народа) : трилогія / А. Дарова. — Одесса : Астропринт, 2006—. — (Сочинения : в 8 кн. / А. Дарова ; кн. 4).</p> <p>4. Кучерявенко Н. П. Курс налогового права : Особенная часть : в 6 т. / Н. П. Кучерявенко.— Х.: Право, 2002—. Т. 4: Косвенные налоги. — 2007. — 534 с.</p> <p>5. Реабілітовані історією. Житомирська область : [у 7 т.]. — Житомир : Полісся, 2006—. — (Науково-документальна серія книг "Реабілітовані історією": у 27 т. / голов. редкол.: Тронько П. Т. (голова} [та ін.]). . Кн. 1 / [обл. редкол.: Синявська І. М. (голова) та ін.]). — 2006. — 721, [2] с.</p> <p>6. Бондаренко В. Г. Теорія ймовірностей і математична статистика. Ч.1 / В. Г. Бондаренко, І. Ю. Канівська, С. М. Парамонова, — К. : НТУУ "КПІ", 2006. — 125 с.</p>
Матеріали конференцій, з'їздів	<p>Економіка, менеджмент, освіта в системі реформування агропромислового комплексу : матеріали Всеукр. конф. молодих учених-аграрників ["Молодь України і аграрна реформа"], (Харків, 11—13 жовт. 2000 р.) / М-во аграр. політики, Харк. держ. аграр. ун-т ім. В. В. Докучаєва. — Х. : Харк. держ. аграр. ун-т ім. В. В. Докучаєва, 2000. — 167 с.</p> <p>Кібернетика в сучасних економічних процесах : зб. текстів виступів на республік. міжвуз. наук.-практ. конф. / Держкомстат України, Ін-т статистики, обліку та аудиту. — К.: ІСОА, 2002. — 147 с.</p> <p>Матеріали ІХ з'їзду Асоціації українських банків, 30 червня 2000 р. інформ. бюл. — К. : Асоц. укр. банків, 2000. — 117 с. — (Спецвип.: 10 років АУБ).</p> <p>Оцінка й обґрунтування продовження ресурсу елементів конструкцій : праці конф., 6—9 черв. 2000 р., Київ. Т. 2 / відп. Ред. В. Т. Трошенко. — К. : НАН України, Ін-т пробл. міцності, 2000. — С. 559—956, ХІІІ, [2] с. — (Ресурс 2000).</p> <p>Проблеми обчислювальної механіки і міцності конструкцій: зб. наук. праць / наук. ред. В. І. Моссаковський. — Дніпропетровськ: Навч. кн., 1999. — 215 с.</p> <p>Ризикологія в економіці та підприємстві: зб. наук. праць за матеріалами міжнар. наук.-практ. конф., 27-28 берез. 2001 р. / М-во освіти і</p>

	науки України, Держ податк. адмін. України [та ін.]. — К. : КНЕУ : Акад. ДПС України, 2001. — 452 с.
Словники	<p>Географія : словник-довідник / [авт -уклад. Ципін В. Л.]. — Х. : Халімон, 2006. — 175, [1] с.</p> <p>Тимошенко З. І. Болонський процес в дії : словник-довідник основ. термінів і понять з орг. навч. процесу у вищ. навч. закл. / З. І. Тимошенко, О. І. Тимошенко. — К. : Європ. ун-т, 2007. — 57 с.</p> <p>Українсько-німецький тематичний словник [уклад. Н. Яцко та ін.]. — К. : Карпенко, 2007. — 219 с.</p> <p>Європейський Союз : словник-довідник / [ред.-упоряд. М. Марченко]. — 2-ге вид., оновл. — К. : К.І.С., 2006. — 138 с.</p>
Законодавчі та нормативні документи	<p>Кримінально-процесуальний кодекс України : за станом на 1 груд. 2005 р / Верховна Рада України. — Офіц. вид. — К. : Парлам. вид-во, 2006. — 207 с. — (Бібліотека офіційних видань).</p> <p>Медична статистика статистика : зб. нормат. док. / упоряд. та голов. ред. В. М. Заболотько. — К. : МНІАЦ мед. статистики : Медінформ, 2006. — 459 с. — (Нормативні директивні правові документи).</p> <p>Експлуатація, порядок і терміни перевірки запобіжних пристроїв посудин, апаратів і трубопроводів теплових електростанцій : СОУ-Н ЕЕ 39.501:2007. — Офіц. вид. — К. : ГРІФРЕ : М-во палива та енергетики України, 2007. — VI, 74 с. — (Нормативний документ Мінпаливенерго України. Інструкція).</p>
Стандарти	<p>Графічні символи, що їх використовують на устаткуванні. Показчик та огляд (ISO 7000:2004. IDT) : ДСТУ ISO 7000:2004. — [Чинний від 2006-01-01]. — К. : Держспоживстандарт України, 2006. — IV, 231 с. — (Національний стандарт України).</p> <p>Якість води. Словник термінів : ДСТУ ISO 6107-1:2004 — ДСТУ ISO 6107-9:2004. — [Чинний від 2005-04-01]. — К. : Держспоживстандарт України, 2006. — 181 с. — (Національні стандарти України).</p> <p>Вимоги щодо безпечності контрольно-вимірювального та лабораторного електричного устаткування. Частина 2-020. Додаткові вимоги до лабораторних центрифуг (EN 61010-2-020:1994, IDT) : ДСТУ EN 61010-2-020:2005. — [Чинний від 2007-01-01]. — К. : Держспоживстандарт України, 2007. — IV, 18 с. — (Національний стандарт України).</p>
Каталоги	<p>1. Межгосударственные стандарты : каталог : в б т. / [сост. Ковалева И. В., Павлюкова В. А. ; ред. Иванов В. Л.]. — Львов : НТЦ "Леонорм-стандарт", 2006 — . — (Серия "Нормативная база предприятия"). Т. 5. — 2007, — 264 с. Т. 6. — 2007. — 277 с.</p> <p>2. Пам'ятки історії та мистецтва Львівської області : каталог-довідник / [авт.-упоряд. М. Зобків та ін.]. — Львів : Новий час, 2003. — 160 с.</p> <p>3. Університетська книга : осінь, 2003 : [каталог]. — [Суми : Унів. кн., 2003]. — 11 с.</p> <p>4. Горницкая И. П. Каталог растений для работ по фитодизайну / Горницкая И.П., Ткачук Л. П. — Донецк : Лебедь, 2005. — 228 с.</p>
Авторські свідоцтва	1. А. с. 1007970 СССР, МКИ ³ В 25 J 15/00. Устройство для захвата неориентированных деталей типа валов / В. С. Ваулин, В. Г. Кемайкин (СССР). — № 3360585/25-08 : заявл. 23.11.81 ; опубл. 30.03.83, Бюл. № 12.

<p>Частина книги, періодичного, продовжуваного видання</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Козіна Ж. Л. Теоретичні основи і результати практичного застосування системного аналізу в наукових дослідженнях в області спортивних ігор / Ж. Л. Козіна // Теорія та методика фізичного виховання. — 2007. — № 6. — С. 15—18, 35—38. 2. Гранчак Т. Інформаційно-аналітичні структури бібліотек в умовах демократичних перетворень / Тетяна Гранчак, Валерій Горовий // Бібліотечний вісник. — 2006. — № 6. — С. 14—17. 3. Валькман Ю. Р. Моделирование НЕ-факторов — основа интеллектуализации компьютерных технологий / Ю. Р. Валькман, В. С. Быков, А. Ю. Рыхальский // Системні дослідження та інформаційні технології. — 2007. — № 1. — С. 39—61. 4. Ма Шуїн. Проблеми психологічної підготовки в системі фізкультурної освіти / Ма Шуїн // Теорія та методика фізичного виховання. — 2007. — № 5. — С. 12—14. 5. Регіональні особливості смертності населення України / Л. А. Чепелевська, Р. О. Моїсеєнко, Г. І. Баторшина [та ін.] // Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України. — 2007. — № 1. — С. 25—29. 6. Валова І. Нові принципи угоди Базель II / І. Валова ; пер. з англ. Н. М. Середи // Банки та банківські системи. — 2007. — Т. 2, № 2. — С. 13—20. 7. Зеров М. Поетична діяльність Куліша // Українське письменство XIX ст. Від Куліша до Винниченка : (нариси з новітнього укр. письменства) : статті / Микола Зеров. — Дрогобич, 2007. — С. 245—291. 8. Третьяк В. В. Возможности использования баз знаний для проектирования технологии взрывной штамповки / В. В. Третьяк, С. А. Стадник, Н. В. Калайтан // Современное состояние использования импульсных источников энергии в промышленности : междунар. науч.-техн. конф., 3-5 окт, 2007 г. : тезисы докл. — Х., 2007. — С. 33. 9. Чорний Д. Міське самоврядування: тягарі проблем, принади цивілізації / Д. М. Чорний // По лівий бік Дніпра: проблеми модернізації міст України : (кінець XIX—початок XX ст. / Д. М. Чорний. — Х., 2007. — Розд. 3. — С. 137—202.
<p>Електронні ресурси</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Богомольний Б. Р. Медицина екстремальних ситуацій [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студ. мед. вузів III—IV рівнів акредитації / Б. Р. Богомольний, В. В. Кононенко, П. М. Чуєв. — 80 Min / 700 MB. — Одеса : Одес. мед. ун-т, 2003. — (Бібліотека студента-медика) — 1 електрон. опт. диск (CD-ROM) ; 12 см. — Систем. вимоги: Pentium ; 32 Mb RAM ; Windows 95, 98, 2000, XP ; MS Word 97-2000.— Назва з контейнера 2. Розподіл населення найбільш численних національностей за статтю та віком, шлюбним станом, мовними ознаками та рівнем освіти [Електронний ресурс] : за даними Всеукр. перепису населення 2001 р. / Держ. ком. статистики України ; ред. О. Г. Осауленко. — К. : CD -вид-во "Інфодиск", 2004. — 1 електрон. опт. диск (CD-ROM) : кольор. ; 12 см. — (Всеукр. перепис населення, 2001). — Систем. вимоги: Pentium-266 ; 32 Mb RAM; CD-ROM Windows 98/2000/NT/XP. — Назва з титул. екрану. 3. Бібліотека і доступність інформації у сучасному світі: електронні ресурси в науці, культурі та освіті : (підсумки 10-ї Міжнар. конф. „Крим-2003") [Електронний ресурс] / Л. Й. Костенко, А. О. Чекмарьов, А. Г. Бровкін, І. А. Павлуша // Бібліотечний вісник — 2003. — № 4. — С. 43. — Режим доступу до журн. : http //www.nbuv.gov.ua/articles/2003/03klinko.htm.

Додатки

Додатки оформлюють як продовження курсової роботи на наступних її сторінках, розмішуючи їх у порядку появи посилань у тексті.

Кожний додаток повинен починатися з нової сторінки. Додаток повинен мати заголовок, надрукований угорі малими літерами з першої великої симетрично відносно тексту сторінки. Посередині рядка над заголовком малими літерами з першої великої друкується слово «Додаток __» і велика літера, що позначає додаток.

Додатки слід позначати послідовно великими літерами української абетки, за винятком літер Г, Є, З, І, Ї, Й, О, Ч, Ь.

Приклад: Додаток Б.

Якщо додаток один, він позначається як додаток А. Текст кожного додатка за необхідності може бути поділений на розділи й підрозділи, які нумерують у межах кожного додатка. У цьому разі перед кожним номером ставлять позначення додатка, (літеру) і крапку, наприклад, А.2 - другий розділ додатка А.

7. КЕРІВНИЦТВО ПІДГОТОВКОЮ КУРСОВОЇ РОБОТИ ТА КОНТРОЛЬ СТУДЕНТІВ

Виконання курсової роботи є найбільш активною формою навчального процесу, що розширює, поглиблює, узагальнює, систематизує і закріплює отримані студентами в процесі навчання теоретичні знання і практичні навички.

Студенти виконують курсову роботу під науковим керівництвом викладачів кафедри.

Обов'язки керівника курсової роботи:

- видача завдання на підготовку курсової роботи;
- допомога у складанні плану, підборі літератури та практичного матеріалу;
- систематичне консультування студентів у процесі виконання курсової роботи;
- контроль за своєчасним та якісним виконанням курсової роботи;

Після закріплення в установленому порядку теми курсової роботи за студентом розробляється завдання на курсову роботу.

Завдання включає наступні дані: прізвище, ім'я та по .батькові студента; найменування теми курсової роботи; основні питання, що підлягають розробці; дату видачі завдання і пред'явлення закінченої курсової роботи; підписи студента, керівника.

Науковий керівник перевіряє опрацьовані матеріали, встановлює повноту розкриття питань, правильність оцінки наявних недоліків макетингово-економічної діяльності, звертає увагу на пропозиції стосовно її удосконалення. Керівник усно чи письмово висловлює свої зауваження, вказує на теоретичні джерела і практичні матеріали, які необхідно розглянути

і зібрати під час написання роботи.

Керівник зобов'язаний не тільки надавати студенту всебічну допомогу при виконанні курсової роботи, але і постійно вимагати від нього працьовитості, дисциплінованості та відповідальності.

Під час написання курсової роботи керівник проводить консультації згідно з розкладом. Відвідування консультацій є обов'язковим. Відсутність студента допускається тільки з поважної причини і з дозволу керівника. На консультацію студент повинен прийти підготовленим, вияснити у керівника незрозумілі питання, висловити свої міркування з приводу вирішення тієї чи іншої проблеми, виділити питання, що потребують погодження з керівником і його схвалення.

Протягом всього періоду керівництва курсовою роботою студента здійснюється постійний контроль за своєчасним і якісним виконанням завдання. Якщо студент не усуває виявлені керівником помилки або повторно здає на перевірку роботу з поверховими доповненнями, він може бути заслуханий на засіданні кафедри.

8. ЗАХИСТ ТА ОЦІНЮВАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Курсову роботу перевіряє викладач — науковий керівник курсової роботи на протязі 10 днів після її реєстрації на кафедрі.

При перевірці курсової роботи вихідною кількістю балів за системою ECTS вважається 100.

Такою кількістю балів може бути оцінена курсова робота, яка повністю за своїм змістом і оформленням відповідає встановленим вимогам. Зменшення кількості балів проводиться відповідно до критеріїв оцінювання курсової роботи.

Остаточна оцінка за курсову роботу виставляється за результатами захисту. День і час захисту курсової роботи визначається згідно з графіком навчального процесу.

Під час захисту студент повинен показати правильність розуміння теоретичних основ та тенденцій розвитку сучасних маркетингових процесів макро- і мікрорівня, аргументувати власну точку зору тощо.

Оцінювання курсової роботи проводиться за критеріями, викладеними у таблиці 2.

За результатами захисту курсової роботи студент отримує оцінку за системою ECTS, яку викладач виставляє в екзаменаційну відомість.

Курсова робота оцінюється за 100-бальною шкалою з наступним переведенням даних 100-бальної шкали оцінювання в 5-ти бальну шкалу та шкалу за системою ECTS у порядку визначеному таблицею 3.

Таблиця 2

Критерії оцінювання курсової роботи

Параметри оцінювання	Діапазон оцінки, балів	Критерії оцінювання за бальною шкалою
Оцінювання змісту та якості курсової роботи 0 – 60 балів		
Відповідність змісту курсової роботи темі та затвердженому плану	0-10	0 – зміст жодного з параграфів (пунктів плану) курсової роботи не відповідає затвердженому плану 5 – зміст одного параграфу курсової роботи відповідає затвердженому плану 10 – зміст усіх параграфів відповідає затвердженому плану
Ступінь розкриття теоретичних аспектів проблеми, обраної для дослідження та коректність використання понятійного апарату	0-10	0 – понятійний апарат не сформовано, теоретичні аспекти проблеми не розкриті 5 – понятійний апарат сформовано, але теоретичні аспекти проблеми не розкриті 10 – понятійний апарат сформовано, теоретичні аспекти проблеми розкриті
Наявність критичних співставлень та узагальнень різних точок зору та підходів до постановки та розв'язання проблеми	0-10	0 – критичні співставлення та узагальнення відсутні 5 – критичні співставлення наявні, але узагальнення відсутні або некоректні 10 – критичні співставлення наявні та супроводжуються коректними узагальненнями
Ступінь використання фактологічного матеріалу: висвітлення особливостей прояву та розв'язання досліджуваної проблеми у практиці вітчизняних підприємств	0 – 10	0 – фактологічний матеріал не використаний 5 – залучений фактологічний матеріал, особливості прояву та розв'язання проблеми на вітчизняних підприємствах не висвітлені 10 – залучений фактологічний матеріал, досвід вітчизняних підприємств висвітлений
Обсяг та адекватність використаних при написанні роботи першоджерел та дотримання етики посилань	0 – 10	0 – залучені матеріали лише навчальних підручників та посібників (до 10 джерел), етика посилань не дотримана 5 – залучені матеріали навчальних підручників та посібників, періодичних видань (11-15 джерел), етика посилань дотримана частково 10 – залучені матеріали навчальних підручників та посібників, монографій, статистичних збірників та довідників, періодичних видань та мережі Internet (більше 15 джерел), етика посилань дотримана

Відповідність оформлення курсової роботи встановленим вимогам	0 – 10	0 – текст курсової роботи оформлено з суттєвими порушеннями встановлених вимог 5 – текст курсової роботи оформлено з незначними порушеннями встановлених вимог 10 – текст курсової роботи оформлено у відповідності до встановлених вимог
Оцінювання захисту курсової роботи 0 -40 балів		
Вміння чітко та стисло викласти основні результати дослідження	0-20	0 – студент неспроможний чітко та стисло викласти основні результати дослідження 10 – студент непорядково викладає основні результати дослідження 20 – студент спроможний чітко та стисло викласти основні результати дослідження
Повнота, глибина, обґрунтованість відповідей на запитання	0 – 20	0 – студент неспроможний надати відповіді на поставлені запитання 10 – студент надає неповні, поверхові, необґрунтовані відповіді на поставлені питання 20 – студент надає повні, глибокі, обґрунтовані відповіді на поставлені питання

Таблиця 3

Переведення даних 100-бальної шкали оцінювання в 4-бальну шкалу за системою ECTS здійснюється в порядку, поданому у таблиці.

Оцінка за шкалою ECTS	Оцінка за бальною шкалою, що використовується у КІК	Оцінка за національною шкалою
A	90-100	5 (відмінно)
B	82-89	4 (добре)
C	74-81	4 (добре)
D	64-73	3 (задовільно)
E	60-63	3 (задовільно)
FX	35-59	2 (незадовільно) з можливістю повторного складання
F	1-34	2 (незадовільно) з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

9. ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамов В. І. Методологія системного підходу та наукових досліджень (дослідницькі та інноваційні процеси в державній службі): Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / В. І. Абрамов, В. Х.Арутюнов — К.: КНЕУ, 2015. — 178 с.

2. Баскаков А.Я. Методологія научного дослідження: Учеб. пособие / А.Я.Баскаков, Н.В.Туленков. – К.: МАУП, 2012. – 216с.

3. Білуга М. Т. Методологія наукових досліджень: Підручник/ М. Т.Білуга – К. : АБУ , 2002. – 480 с.

4. Воротіна Л.І. Магістерська робота: методика написання і захисту: Навч. посібник / Л.І.Воротіна, В.Є.Воротін, С.О.Гуткевич. – К.: Вид-во європейського ун-ту, 2014. – 81 с.
5. Ковальчук В. В. Основи наукових досліджень: Навч. посібник. / В. В.Ковальчук, Л. М. Моїсєєв– Вид. 2-е, доп. і перероб. – К.: Видавничий дім «Професіонал», 2014. – 208с.
6. Коломієць В. О. Як виконувати курсову роботу: Метод. посібник для студентів вищих педагог. навч. закладів/ В. О.Коломієць – К.: Вища школа, 2013. – 69 с.
7. Крушельницька О.В. Методологія та організація наукових досліджень: Навч. посібник / О.В. Крушельницька. – К.: Кондор, 2013. – 192 с.
8. Кушнарєнко Н.М., Удалова В.К. Наукова обробка документів: Підручник. / Н.М.Кушнарєнко, В.К. Удалова– 4-те вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2016. – 331 с.
9. Методологические вопросы науковедения / Под ред. В.И. Оноприенко. – К.: Укр ИНТЭИ, 2011. – 323 с.
10. Наринян А.Р. Основы научных исследований: Учебное пособие/ А.Р. Наринян, В.А. Поздеев– К.: Изд-во Европ. ун-та, 2012. – 110с.
11. Основи наукових досліджень: Навч. посібник для студентів економічних спеціальностей / За ред. В.С. Марцина. – Л.: Ромус-Поліграф, 2012. – 128с.
12. Пилипчук М. І., Григор'єв А. С., Шостак В. В. Основи наукових досліджень: Підручник / М.І.Пилипчук, А.С. Григор'єв, В.В.Шостак – К.: Знання, 2014. – 270 с.
13. П'ятницька-Позднякова І.С. Основи наукових досліджень у вищій школі: Навч. посібник / І.С. П'ятницька-Позднякова. – К., 2013. – 116 с.
14. Стеченко Д.М. Методологія наукових досліджень: Підручник/ Д.М. Стеченко, О.С.Чмир К.: Знання, 2005. — 309 с.
15. Тормоса Ю.Г. Основи наукових досліджень: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / Ю.Г. Тормоса— К.: КНЕУ, 2013. — 76 с.
16. Фаренік С. А. Логіка і методологія наукового дослідження / Укр. академ. держ. управління при Президенті України / С. А. Фаренік – К.: Видавництво УАДУ, 2010. – 338 с.
17. Філіпенко А.С. Основи наукових досліджень: Конспект лекцій/ А.С.Філіпенко – К.: Академвидав, 2014. – 208 с.
18. Шейко В.М. Організація та методика науково-дослідницької діяльності : підручник / В.М. Шейко, Н.М. Кушнарєнко. — 6-те вид., переробл. і доповн. — К. : Знання, 2008. — 310 с.
19. Цехмістрова Г.С. Основи наукових досліджень: Навч.посібник для студ. вищих навч. закладів. / Г.С. Цехмістрова — К.: Видавничий Дім «Слово», 2014. — 240 с.

Тематика курсових робіт з дисципліни «Маркетинг промислового підприємства»

1. Інформаційне забезпечення маркетингової діяльності промислового підприємства
2. Організація маркетингових досліджень із використанням інформаційних систем маркетингу на промисловому підприємстві
3. Інформаційні комп'ютерні системи підтримки прийняття маркетингових рішень та їх використання на промисловому підприємстві
4. Використання засобів комп'ютерної комунікації при вирішенні задач маркетингу промислового підприємства.
5. Матеріально-технічне забезпечення діяльності промислового підприємства (на прикладі підприємства).
6. Маркетингові концептуальні підходи до організації діяльності виробничого підприємства.
7. Застосування маркетингових заходів на підприємствах-суб'єктах промислового ринку.
8. Закупівля товарів для виробничих потреб підприємства (на прикладі підприємства).
9. Організація процесу маркетингових досліджень для прийняття управлінських рішень (на прикладі підприємства).
10. Дослідження рівня попиту на продукти промислового призначення.
11. Планування та здійснення маркетингових досліджень на промисловому ринку (на прикладі підприємства).
12. Стратегічні підходи до процесу сегментування промислового ринку (на прикладі підприємства).
13. Дослідження мотивацій організованих споживачів при купівлі товарів промислового призначення.
14. Формування маркетингової товарної політики для промислового підприємства (на прикладі підприємства).
15. Інноваційна діяльність промислового підприємства.
16. Збутова політика промислових підприємств на ринку (на прикладі підприємства).
17. Комунікаційна політика та налагодження контактів з потенційними покупцями промислових товарів.
18. Рекламна діяльність в системі просування товарів на промисловому ринку (на прикладі підприємства).
19. Стратегічне планування діяльності підприємств на промисловому ринку.
20. Оперативне планування на підприємствах-суб'єктах промислового ринку.
21. Організація, контроль і ефективність маркетингової діяльності підприємства.
22. Розподіл і переміщення товарів виробничого призначення.
23. Процес відбору цільових ринків виробничими підприємствами.
24. Формування маркетингової товарної політики.
25. Оцінка конкурентоспроможності товарів підприємства.
26. Ціноутворення на промисловому ринку.
27. Система маркетингових комунікацій на підприємстві.
28. Управління маркетинговою діяльністю промислового підприємства.
29. Конкурентні стратегії діяльності підприємств.
30. Планування і регулювання запасів підприємства.
31. Методи встановлення цін на промислові товари.
32. Етапи і методи маркетингових досліджень.
33. Планування нової продукції на промисловому підприємстві.
34. Формування і напрями розширення товарного асортименту підприємства.

Додаток Б

*Зразок оформлення титульного листа курсової роботи*МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЕКОНОМІКО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ІНСТИТУТ ІМЕНІ РОБЕРТА ЕЛЬВОРТИ

ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ, МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ЕКОНОМІКИ

Курсова робота

з дисципліни «Маркетинг промислового підприємства»
на тему: «**Організація служби маркетингу на
промисловому підприємстві**»
(на прикладі АТ «Гідросила»).

Виконавець:

Студент 4 курсу групи КМ-61

Іванов М.М.

здав « ____ » _____ 202__ р.

(підпис)**Науковий керівник:**_____
(вчена ступінь, звання, ПІБ)_____
(підпис)

Національна шкала _____

Кількість балів: _____

Оцінка: ECTS _____

Члени комісії:_____
(підпис) (прізвище та ініціали)_____
(підпис) (прізвище та ініціали)_____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Кропивницький 2023 р.

Зразок завдання на виконання дипломної роботи

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЕКОНОМІКО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ІНСТИТУТ ІМЕНІ РОБЕРТА ЕЛЬВОРТІ

Спеціальність 075 «Маркетинг»Кафедра маркетингу, менеджменту та економіки

Дисципліна _____

Курс _____ Група _____ Семестр _____

**Завдання
на курсову роботу студента**_____
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи _____

2. Строк здачі студентом закінченої роботи _____

3. Вихідні дані до роботи _____

4. Дата видачі завдання _____

Студент _____

(підпис)

Керівник _____

(підпис)

*Зразок змісту на курсову роботу***ЗМІСТ**

	стор.
ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	7
1.1. Суть та особливості маркетингу промислового підприємства	7
1.2. Організація маркетингової служби на підприємстві	10
1.3. Маркетингові комунікації підприємства	13
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА АТ «ГІДРОСИЛА».....	18
2.1. Техніко економічна характеристика АТ «Гідросила».....	18
2.2. Організація служби маркетингу дослідного підприємства.....	25
2.3. Вибір стратегії маркетингової діяльності	33
2.4. Особливості організації маркетингових досліджень.....	36
РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	39
3.1. Контроль за маркетинговою діяльністю підприємства.....	39
3.2. Впровадження діагностичного аналізу діяльності підприємства.....	46
3.3. Методика стимулювання праці маркетологів – як фахівців зі стимулювання збуту.	49
ВИСНОВКИ.....	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	55
ДОДАТКИ.....	58