

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

Методичні рекомендації
до виконання курсових робіт
для студентів спеціальності
075 "Маркетинг"
першого (бакалаврського)
та другого (магістерського) рівнів

Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
2018

УДК 339.138(07.034)

М54

Укладач В. В. Рубан

Затверджено на засіданні кафедри економіки і маркетингу.
Протокол № 1 від 31.08.2017 р.

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Методичні рекомендації до виконання курсових робіт для М54 студентів спеціальності 075 "Маркетинг" першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів [Електронний ресурс] / уклад. В. В. Рубан. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. – 43 с.

Подано методичні рекомендації до написання курсових робіт із навчальних дисциплін "Маркетинг", "Стратегічний маркетинг". Наведено основні вимоги до написання й оформлення робіт, порядок їх виконання та захисту, а також рекомендовані теми курсових робіт.

Рекомендовано для студентів спеціальності 075 "Маркетинг" першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів.

УДК 339.138(07.034)

© Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця, 2018

Вступ

Для отримання студентами глибоких знань і дослідницьких навичок у навчальному процесі використовуються різні форми аудиторної й позааудиторної самостійної роботи. Важливе місце серед них посідає написання й захист курсової роботи.

Методичні рекомендації подано до написання курсових робіт з навчальних дисциплін "Маркетинг", "Стратегічний маркетинг" відповідно, для студентів спеціальності 075 "Маркетинг" першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів.

Метою курсової роботи є систематизація, закріплення й розширення теоретичних і практичних знань з навчальної дисципліни, а також виявлення ступеня підготовленості студентів до самостійної дослідницької роботи. Виконання курсової роботи дає можливість кожному студентові самостійно провести наукове дослідження з обраної теми, навчитися ясно й логічно викладати й обґрунтовувати свою думку, робити висновки й узагальнення. Під час захисту курсової роботи студенти здобувають досвід проведення наукової дискусії й аргументації своєї позиції.

Курсова робота виконується самостійно при консультуванні з викладачем упродовж вивчення дисципліни відповідно до графіка навчального процесу.

Курсова робота передбачає наявність таких елементів наукового дослідження, як:

науковий підхід до вирішення завдань дослідження; використання сучасних теорій, методології і наукових розробок; практичної значущості; наявність елементів творчості.

Науковий підхід до виконання роботи передбачає:

всебічне й повне вивчення літературних джерел за обраною темою; всебічний аналіз різних аспектів теми;

критичну оцінку думок різних вчених з розглянутих питань;

аргументовані висновки зі зробленого аналізу;

виклад власної позиції з розглянутих питань.

Виклад теоретичних питань за обраною темою варто обов'язково супроводжувати *посиланнями на літературні джерела*, а також *цитувати* з них.

Використання сучасних теорій і методології полягає в тому, що у ході виконання роботи й аналізу окремих аспектів предмета дослідження студент повинен використовувати відомості про новітні досягнення в цій галузі, підходи до визначення та обґрунтування висновків і рекомендацій.

Розкривати зміст теми необхідно, ґрунтуючись на сучасних досягненнях науки в області маркетингу.

Практична значущість полягає в забезпеченні реальності її результатів для потреб практики. Реальною вважається робота, результати якої повністю або частково можуть бути впроваджені в практику діяльності якогось підприємства.

У процесі виконання курсової роботи, разом з теоретичними знаннями, студент повинен продемонструвати здібності та вміння творчо мислити, навчитися вирішувати актуальні науково-прикладні задачі.

1. Основні вимоги до курсової роботи

Тема курсової роботи вибирається довільно зі списку, що рекомендується далі з короткими анотаціями до кожної теми, виходячи з інтересів студента або його професійної діяльності. Тема курсової роботи може змінюватися, уточнюватися або бути запропонована самим студентом, але при цьому вона повинна бути погоджена з викладачем.

Основною вимогою, яка висувається до курсової роботи, є глибоке й всебічне теоретичне висвітлення питань, пов'язаних з обраною темою.

Для додавання наочності й зручності сприйняття матеріалу, який викладається в курсовій роботі, варто якнайширше використати статистичний матеріал, схеми, діаграми та графіки, що ілюструють зазначені у роботі положення.

Після кожної схеми, діаграми, графіка або таблиці варто давати коментарі до них.

У ході виконання курсової роботи слід також дотримуватися ряду вимог до її обсягу і структури. Курсова робота може бути написана від руки. Однак рекомендується виконання роботи за допомогою комп'ютерної техніки.

Структура курсової роботи є однією з вимог, що повинна бути обов'язково дотримана.

Робота має складатися з таких структурних частин:

титульний аркуш;

зміст;

вступ;

основна частина;

висновки;

список використаної літератури;

додатки.

Титульний аркуш. Повинен містити назву університету; назву кафедри; назву навчальної дисципліни; тему курсової роботи зі вказівкою бази дослідження; прізвище, ініціали студента, курс, номер академічної групи; дату подання курсової роботи викладачеві на перевірку (день, місяць, рік).

Зміст включає перелік всіх складових частин роботи, а саме: вступ, найменування всіх розділів і підрозділів основної частини, висновки, список використаної літератури зі вказівкою номерів сторінок, з яких починаються ці складові частини. Приклад наведено у додатку А.

Вступ за обсягом не повинен перевищувати 2 сторінок. У ньому обґрунтовується актуальність обраної теми, її теоретичне і практичне значення. Необхідно визначити мету й завдання курсової роботи.

Основна частина роботи повинна складатися з кількох розділів, у яких висвітлюються ключові питання теми. Розділи повинні бути логічно пов'язані між собою й можуть містити підрозділи, пункти й підпункти. Висновки до курсової роботи (1 – 2 сторінки) є узагальненням автора за всіма ключовими питаннями теми. Висновки повинні бути лаконічними, чіткими й у стислій формі відображати сутність проблеми, яка досліджується.

Список використаної літератури повинен мати всі літературні джерела, які були використані у ході написання роботи.

Після списку використаної літератури потрібно залишати один чистий аркуш паперу для зауважень і рекомендацій керівника роботи, які варто врахувати й усунути перед захистом.

Додатки. У додатки можуть бути внесені матеріали, що є копією документів, звітів, або розрахункові таблиці, узагальнюючі схеми чи діаграми. При наявності кількох додатків оформлюється окрема сторінка з назвою "ДОДАТКИ".

2. Порядок виконання й захисту курсової роботи

Підбір літератури й складання плану. Студент самостійно або за допомогою керівника підбирає літературу за темою. Не слід обмежуватися тільки списком літератури, що рекомендується та наведений у даних методичних рекомендаціях. Цей список доцільно використати для попереднього ознайомлення з проблемою, що розглядається. При доборі літератури доцільно використати систематичні й тематичні каталоги бібліотек, списки опублікованих за останні роки матеріалів у періодичних виданнях з питань економіки й маркетингу, які публікуються в останніх номерах цих видань.

Консультації наукового керівника. Студенти мають можливість консультуватися з керівником роботи упродовж усього періоду її написання. Вони погоджують із керівником план, визначають ключові питання теми та структуру основної частини курсової роботи. Консультації керівника можуть допомогти визначити позицію студента щодо ключових питань теми при наявності різних точок зору й наукової дискусії в літературі з питання, що розглядається.

Підготовка до захисту курсової роботи. Курсова робота повинна бути подана на кафедру за 5 – 7 днів до призначеної дати захисту для перевірки правильності її оформлення, структури та змісту.

Під час підготовки курсової роботи до захисту студент повинен усунути зазначені керівником недоліки в її оформленні, а також зауваження щодо структури або змісту роботи. Викладач робить висновок на титульному аркуші про те, що робота допускається до захисту, тільки після усунення зазначених недоліків.

Робота не допускається до захисту в таких випадках:
збігається за змістом з курсовою роботою іншого студента;
основні положення теми викладені схематично або не розкриті;
робота повністю переписана з літературного джерела;
робота не містить посилання на використану літературу;
оформлення роботи не відповідає запропонованим вимогам;
текст написаний неграмотно, з орфографічними й синтаксичними помилками;

текст містить помилкові положення й висновки (не плутати з положеннями, що є предметом наукової дискусії);

робота виконана недбало, на папері низької якості, не білих кольорів.

Якщо робота не допущена до захисту, то вона повинна бути перероблена з урахуванням зауважень, які зроблені керівником, і повторно подана на кафедру для перевірки й одержання допуску до захисту.

Захист курсової роботи. Захист курсової роботи – це підбиття підсумків самостійної роботи студента. Завдання студента під час захисту роботи – показати глибоке розуміння розглянутої проблеми й гарне володіння матеріалом. Оцінка роботи, яка захищається, залежить від ступеня самостійності та якості її виконання, логіки й наукового рівня аргументації обраної позиції як у роботі, так і під час захисту, а також від відповідей на питання викладача. Матеріал захищеної курсової роботи надалі може бути використаний студентом під час написання випускної роботи бакалавра і магістра.

Робота має бути виконана й подана на кафедру не пізніше зазначеної в навчальному плані дати.

Підготовка якісної курсової роботи є обов'язковою умовою отримання студентом позитивної підсумкової оцінки з навчальної дисципліни.

3. Вимоги до оформлення роботи

Поряд з перерахованими вимогами робота повинна бути написана грамотно, ясно, з дотриманням логічної послідовності викладу. Стиль написання – науковий. Не слід повторюватися й уживати загальні фрази, що не мають конкретного значення навантаження в контексті розглянутої проблеми, а також довільно скорочувати слова.

3.1. Загальні вимоги

Роботу подають у вигляді тексту, ілюстрацій, таблиць, формул або їхньої комбінації (залежно від особливостей змісту) із застосуванням інших елементів оформлення, передбачених чинним стандартом.

Робота виконується на папері формату А 4 (297 мм x 210 мм). Робоча площа сторінки, на якій друкується текст роботи, обмежується

полями таких розмірів: верхнє і нижнє поле – по 20 мм; лїве поле – 25 мм; праве поле – 10 мм.

Робота друкується комп'ютерним способом. Шрифт складання – Times New Roman, кегль (параметри) шрифту – 14 pt (одиниць). Міжрядковий інтервал тексту – 1,5. Папір звичайний, білий

Перенесення слів у роботі по тексті не допускається (рис. 3.1).

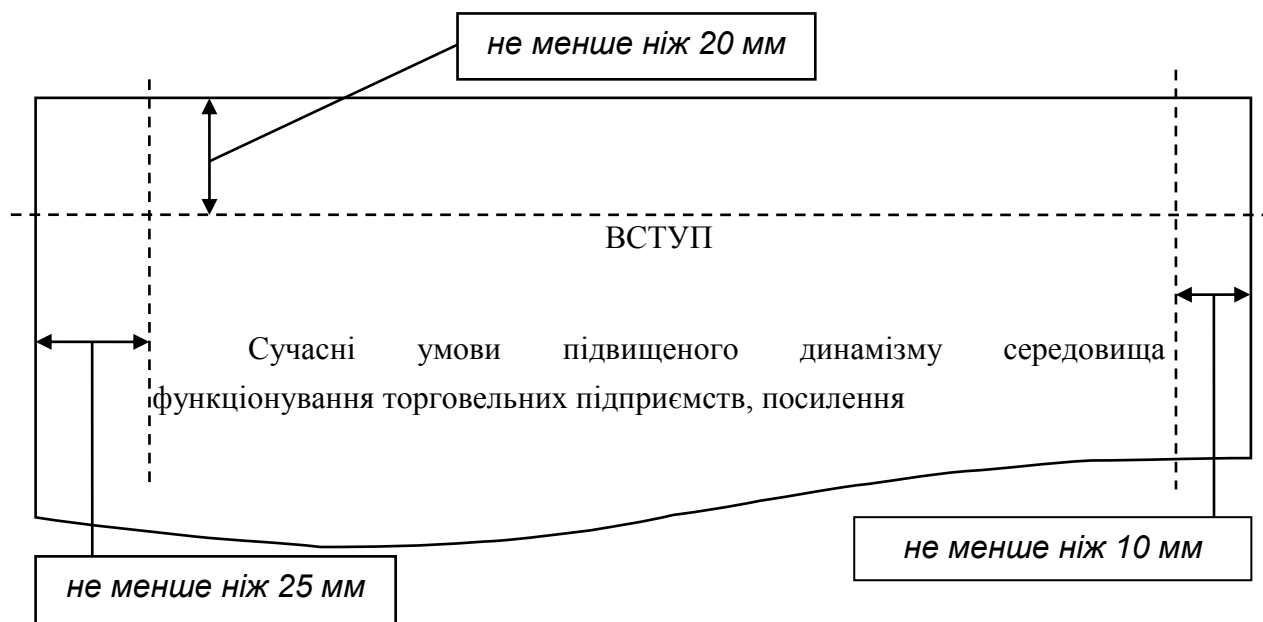


Рис. 3.1. Наочне наведення вимог щодо полів, які обмежують написання (друкування) роботи

Шрифт складання (друкування) має бути чорного кольору, чітким, рівномірної щільності, контрастності та чіткості зображення протягом усієї роботи. Тобто всі лінії, букви, цифри та знаки повинні бути однаково чорними по всій роботі. Якщо існує необхідність вписування власноруч окремих слів, знаків та формул у роздрукований текст, то щільність його написання має максимально наближатися до щільності основного зображення.

Помилки, описки та графічні недоліки допускається виправляти підчищенням або зафарбуванням фарбою білого кольору із нанесенням на тому ж місці або між рядками виправленого власноруч тексту або машинним способом.

Під час складання плану роботи слід враховувати такі вимоги:

треба зазначати у плані номери сторінок, на яких починаються відповідні структурні частини роботи (вступ, розділи, підрозділи тощо);

такі структурні частини роботи як вступ, висновки, список використаної літератури, додатки – у плані подаються без нумерації, тобто перед ними номери не проставляються;

назви структурних частин роботи у плані друкуються від межі лівого поля;

назви структурних частин роботи – **"ВСТУП", "РОЗДІЛ", "ПІДРОЗДІЛ", "ВИСНОВКИ", "СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ", "ДОДАТКИ"** друкуються центровано до тексту великими літерами жирним шрифтом – кегль (параметри) шрифту – 14 pt (одиниць);

номери розділів проставляються арабськими цифрами, після яких крапка не ставиться;

назва розділу друкуюється у наступному рядку від межі лівого поля аркуша (тобто починається після номера розділу та крапка після нього не ставиться);

номер підрозділу є складним і складається з номера розділу в межах роботи і порядкового номера підрозділу в межах розділу, які між собою розділяються крапкою;

номер підрозділу починається від межі лівого поля, після номера ставиться крапка. У цьому ж рядку після крапки з великої літери рядковими літерами напівжирним шрифтом по лівому боку аркуша друкуються назва підрозділу.

Текст кожної структурної частини роботи, крім підрозділів, починається з нової сторінки. Назви підрозділів починаються з великої літери, друкуються до лівого боку до тексту жирним шрифтом.

Крапка після назв структурних частин роботи не ставиться.

Відстань між назвою розділу, підрозділу та тексту має дорівнювати двом інтервалам. Відстань між текстом попереднього підрозділу та назвою наступного підрозділу також – двом інтервалам.

Структурні елементи роботи та її розділи повинні починатися з нової сторінки. Їх найменування слід розташовувати посередині рядка, писати великими літерами без крапки наприкінці, не підкреслюючи.

Найменування розділів та підрозділів роботи повинні мати прономеровані заголовки.

Заголовки підрозділів роботи слід починати із абзацного відступу, не підкреслюючи, без крапки наприкінці. Писати такі заголовки потрібно малими літерами, крім першої – великої (рис. 3.2).



Рис. 3.2. Наочне наведення вимог щодо оформлення роботи

Початок та кінець підрозділу не може починатись з перелічень.

Абзацний відступ має бути однаковим протягом усієї роботи й дорівнювати 1,25 см (5 символів).

Якщо заголовок складається з двох або більше речень, то їх розділяють крапкою. Перенесення слів у заголовках розділу не допускається.

Відстань між заголовком попереднім та подальшим текстом повинна бути не менш ніж 2 рядка (приблизно 20 мм), та бути однаковою протягом написання роботи.

Є неприпустимим розташування найменування підрозділу в нижній частині сторінки, якщо після нього розміщується лише один рядок тексту.

На титульному аркуші повинні бути наведені всі необхідні для роботи елементи інформації.

Відомості про виконавців роботи містять: назву міністерства, у систему якого входить вищий навчальний заклад; повну назву вищого навчального закладу; повну назву випускаючої кафедри; прізвище, ініціали із крапками після кожної букви, місце для підпису керівника роботи і членів комісії; прізвище й місце для підпису студента автора роботи й ініціали із крапками після кожної букви.

Зразки титульних аркушів з навчальних дисциплін "Маркетинг" та "Стратегічний маркетинг" наведено, відповідно в додатках Б і В.

3.2. Нумерація сторінок роботи

Сторінки роботи, слід нумерувати арабськими цифрами, відповідно до наскрізної нумерації впродовж усього тексту звіту. Номер сторінки проставляють у правому верхньому куті сторінки без крапки наприкінці, кт 12 pt (одиниць), шрифт друку – Times New Roman.

Титульний аркуш включають до загальної нумерації сторінок роботи. Номер сторінки на титульному аркуші не проставляють.

Ілюстрації й таблиці, розміщені на окремих сторінках, включають до загальної нумерації сторінок роботи. Номер на цих сторінках проставляється.

3.3. Нумерація розділів, підрозділів

Розділи, підрозділи роботи слід нумерувати арабськими цифрами.

Розділи робіт повинні мати порядкову нумерацію в межах викладення сутності основної частини роботи й позначатися арабськими цифрами без крапки, наприклад, 1, 2, 3 і т. д. (рис. 3.3).

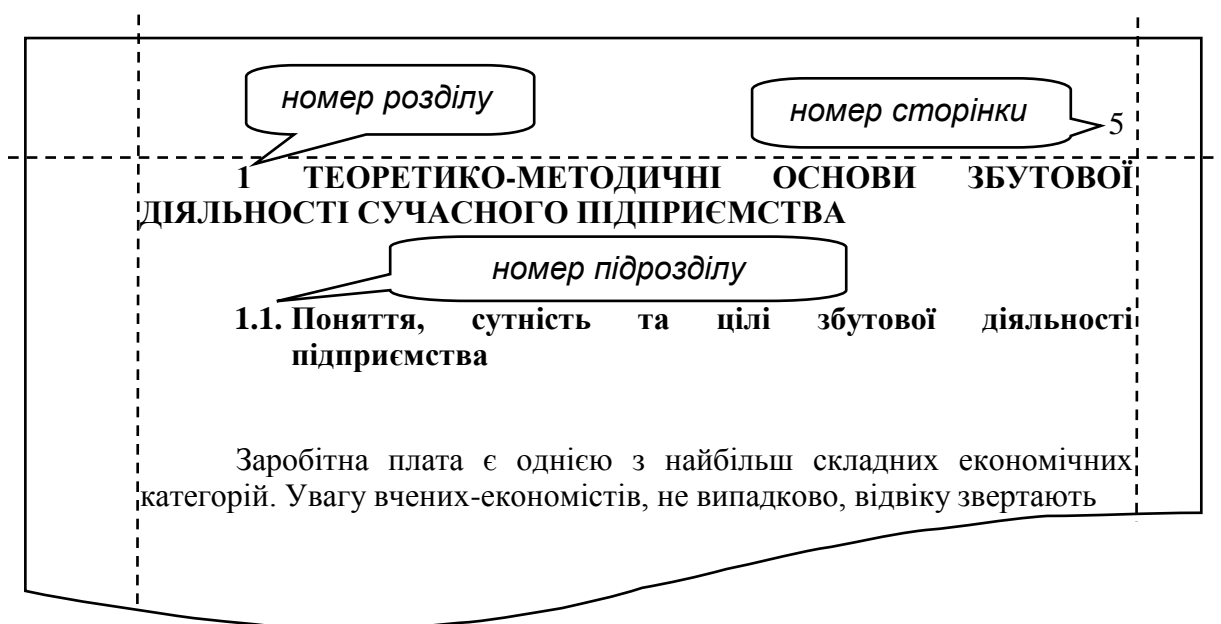


Рис. 3.3. Наочне наведення правил нумерації розділів та підрозділів роботи

Підрозділи роботи повинні мати порядкову нумерацію в межах кожного розділу.

Номер підрозділу складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, відокремлених крапкою.

Після номера підрозділу повинна бути крапка, наприклад 1.1., 1.2. і т. п.

Пункти повинні мати порядкову нумерацію в межах кожного розділу або підрозділу.

3.4. Ілюстрації

Ілюстрації (рисунок, креслення, графіки, схеми, діаграми та фотоматеріали) слід розташовувати в роботі безпосередньо після тексту, де вони згадуються вперше, або на наступній сторінці.

На всі ілюстрації мають бути посилання в роботі. Якщо ілюстрації створені не автором роботи, необхідно при поданні їх у роботі давати посилання на джерело, з якого запозичена ілюстрація.

Назви ілюстрацій (схем, рисунків, графіків, діаграм, креслень) розташовують під ілюстрацією напівжирним шрифтом центровано до рисунку. За необхідністю під ілюстрацією також розміщують пояснювальні дані (підрисунковий текст) (рис. 3.4).

Ілюстрації нумерують арабськими цифрами порядковою нумерацією в межах розділу, за винятком ілюстрацій, що наводяться в додатках. Номер ілюстрації складається з номера розділу й порядкового номера ілюстрації, відокремлених крапкою. Ілюстрація позначається словом "Рис. ___", яке разом з назвою ілюстрації розміщують після пояснювальних даних, наприклад, "Рис. 3.1. Схема розміщення".

Якщо ілюстрація не вміщується на одній сторінці, можна переносити її на інші сторінки, вміщуючи назву ілюстрації на першій сторінці, пояснювальні дані – на кожній сторінці, і під ними позначають: "Рис. ___,".

Ілюстрації, за необхідності, можуть бути перераховані в змісті із зазначенням їх номерів, назв і номерів сторінок, на яких вони розміщені.

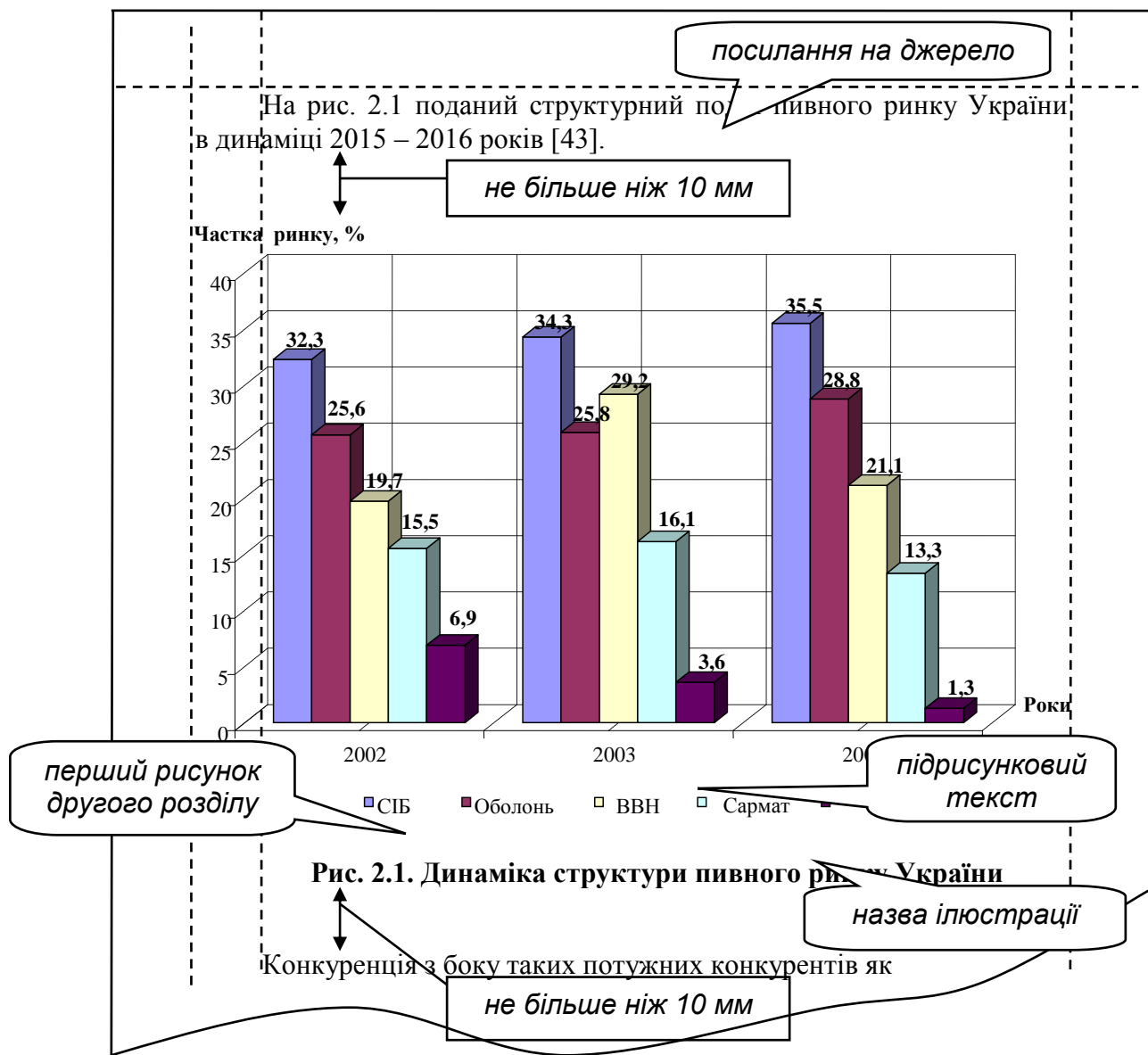


Рис. 3.4. Наочне наведення правил оформлення ілюстрацій, що подаються в роботі

3.5. Таблиці

Таблицю необхідно розташовувати безпосередньо після тексту, в якому вона згадується вперше, або на наступній сторінці, якщо вона завелика для її внесення до структури тексту. На всі таблиці повинні бути посилання в тексті роботи.

Перед словом "Таблиця" та після самої таблиці треба залишати вільний рядок (міжрядковий інтервал – 1,5). Під назвою таблиці, не залишаючи вільного рядка, розміщують власне таблицю.

Таблиці нумеруються арабськими цифрами порядковою нумерацією в межах розділу, за винятком таблиць, що наводяться в додатках. Номер таблиці складається з номера розділу й порядкового номера таблиці, відокремлених крапкою (рис. 3.5).

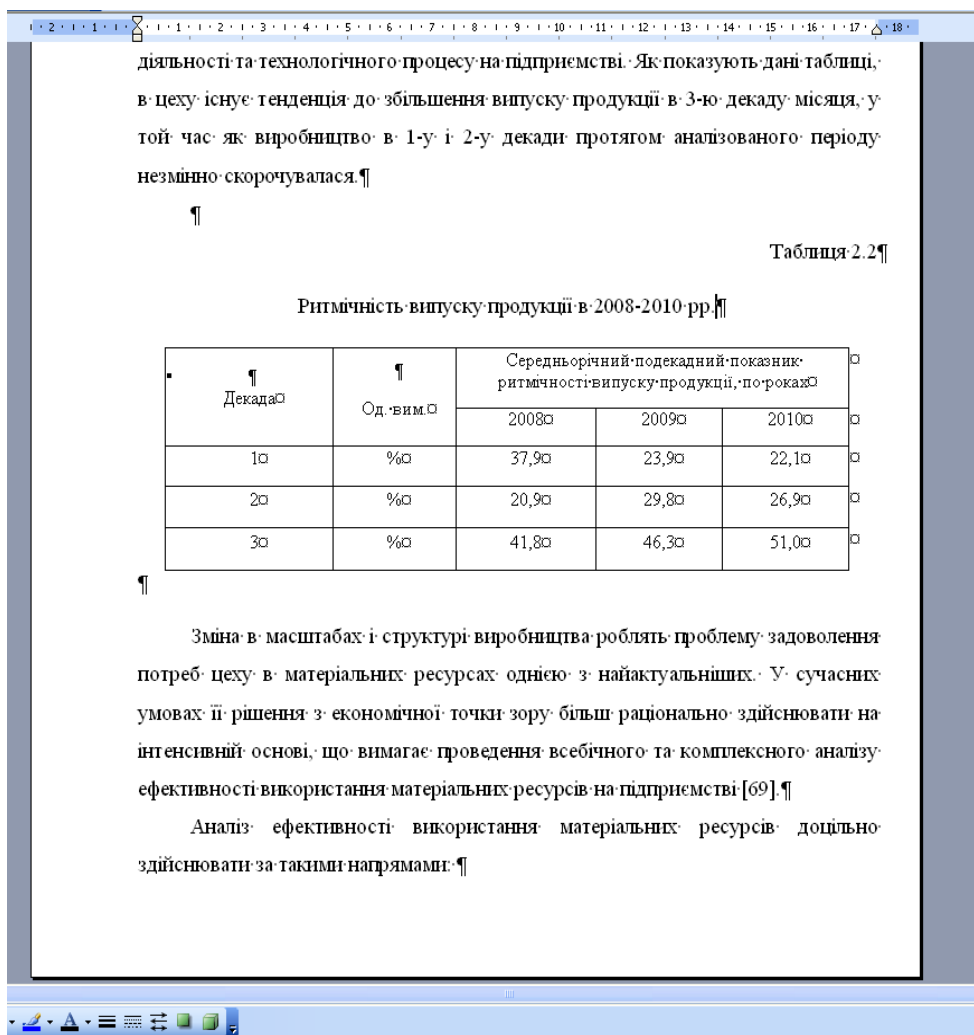


Рис. 3.5. Наочне наведення правил розташування та найменування таблиць, що подаються у роботі

Таблиця повинна мати назву, яку друкують малими літерами (крім першої великої) і вміщують над таблицею. Така назва має бути короткою, інформативною та такою, що відповідає загальному змісту таблиці. Між таблицею та текстом повинен бути один інтервал, так само як після її завершення.

Слово "Таблиця ____" вказують один раз справа над першою частиною таблиці напівжирним шрифтом, над іншими частинами справа пишуть: "Продовження табл. ____" із зазначенням номера таблиці та рядком

стану (порядковий номер стовбців). Назва таблиці друкується напівжирним шрифтом, центровано до таблиці через один інтервал. Якщо рядки або графи таблиці виходять за межі формату сторінки, таблицю поділяють на частини, розміщуючи одну частину під іншою, або поряд, або переносючи частину таблиці на наступну сторінку, повторюючи в кожній частині таблиці її головку і боковик.

Заголовки граф таблиці починають з великої літери, а підзаголовки – з малої, якщо вони складають одне речення із заголовком. Підзаголовки, що мають самостійне значення, пишуть з великої літери. У кінці заголовків і підзаголовків таблиць крапки не ставлять. Заголовки й підзаголовки граф вказують в однині. Таблиці, за необхідності, можуть бути перелічені у змісті із зазначенням їх номерів, назв (якщо вони є) та номерів сторінок, на яких вони розміщені.

3.6. Перерахування

Перерахування, за необхідності, можуть бути наведені всередині розділів, підрозділів. Перед перерахуванням ставлять двокрапку.

Для перерахувань першого рівня деталізації використовують малу літеру української абетки з дужкою, або не роблять зовсім позначок. Для подальшої деталізації перерахування слід використовувати арабські цифри з дужкою (другий рівень деталізації) (рис. 3.6).

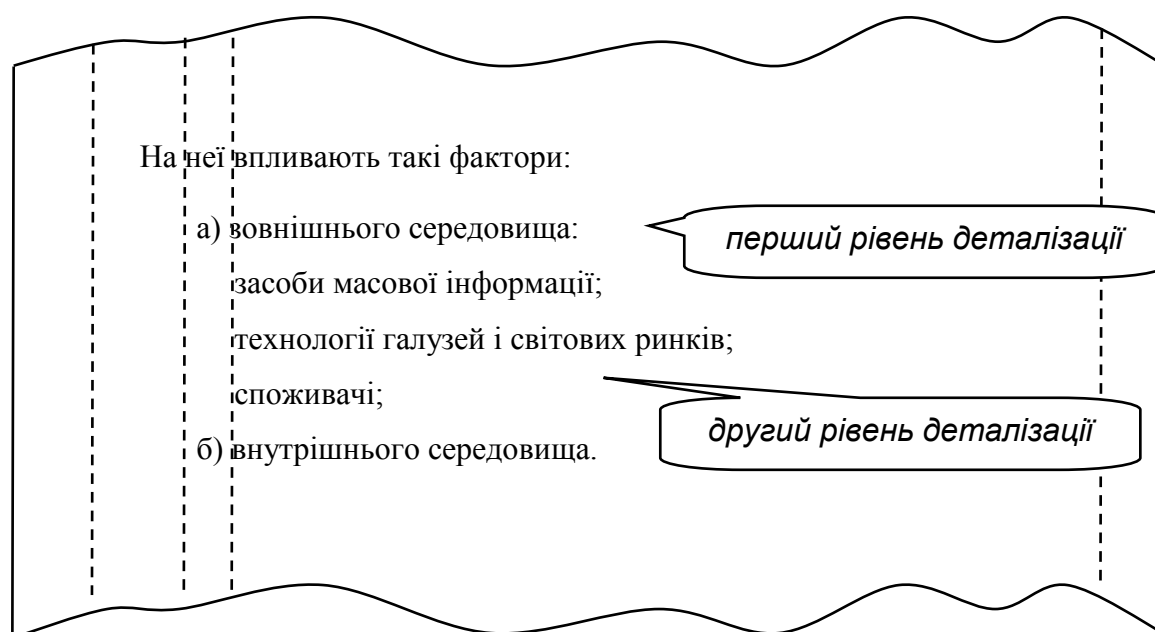


Рис. 3.6. Наочне наведення правил оформлення перерахувань

Перерахування першого рівня деталізації друкують малими літерами з абзацного відступу, другого рівня – з відступом відносно місця розташування перерахувань першого рівня.

3.7. Посилання

Кожен використаний в роботі фактичний матеріал (фрагмент тексту документа, таблиці, рисунки, формули, числові дані, цитати, відомості про маловідомий факт тощо) повинен супроводжуватись посиланням на джерело, з якого цей матеріал було взято. Посилання являє собою порядковий номер джерела у списку використаних джерел, який розміщується у квадратних дужках. Якщо посилання здійснюється на друковане джерело, у ньому також зазначаються номери сторінок, на яких безпосередньо розміщений матеріал (наприклад, певні дані або цитата). Якщо посилання здійснюється відразу на декілька джерел, вони відокремлюються одне від одного крапкою з комою.

Приклад речення з посиланнями:

Інноваційна діяльність – це діяльність в межах інноваційного процесу, яка перетворює наукові та економічні знання за допомогою використання комплексу методів та процедур в інновації [15, с. 12].

3.8. Формули та рівняння

У роботі формули та рівняння слід розташовувати безпосередньо після тексту, в якому вони згадуються, посередині сторінки.

Зверху та знизу кожної формули або рівняння треба залишати не менше одного вільного рядка.

Формули та рівняння в тексті роботи (за винятком формул і рівнянь, наведених у додатках) слід нумерувати порядковою нумерацією в межах розділу. Номер формули або рівняння складається з номера розділу й порядкового номера формули або рівняння, відокремлених крапкою, наприклад, формула (2.3) – третя формула другого розділу (рис. 3.7).

Номер формули або рівняння зазначають на рівні формули (рівняння) в дужках у крайньому правому положенні на рядку.

Пояснення значень символів і числових коефіцієнтів, що входять до формули чи рівняння, слід наводити безпосередньо під формулою в тій послідовності, в якій вони наведені у формулі (рівнянні).

Пояснення значення кожного символу та числового коефіцієнта потрібно подавати з нового рядка. В першому рядку пояснення починають з абзацу словом "де" без двокрапки.

Переносити формули чи рівняння на наступний рядок допускається тільки на знаках операцій, які виконують, повторюючи знак операції на початку наступного рядка. Коли переносять формули и рівняння на знакові операції множення, застосовують знак "×".

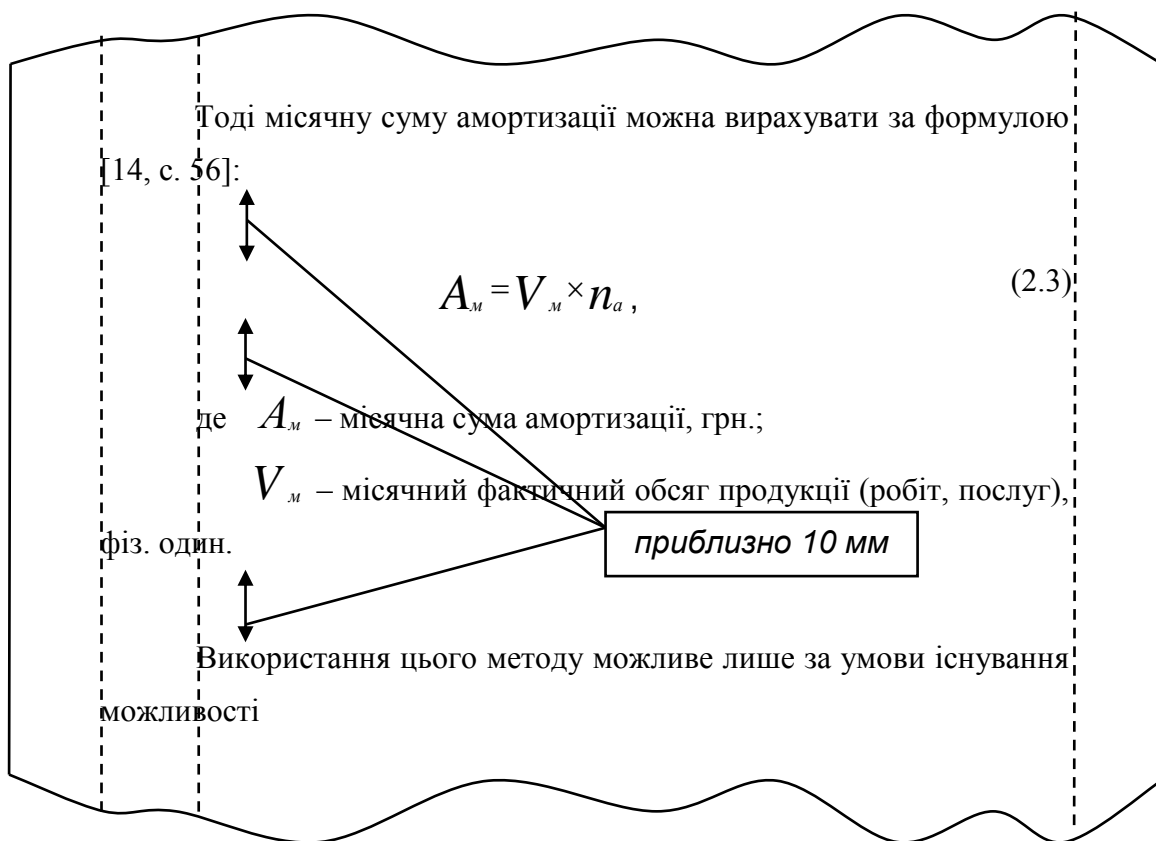


Рис. 3.7. Наочне відображення правил подання формул у тексті роботи

Формули, що йдуть одна за іншою й не розділені текстом, відокремлюють комою без додаткових інтервалів.

3.9. Перелік умовних позначень, символів, одиниць, скорочень і термінів

Перелік повинен розташовуватись стовпцем. Ліворуч в абетковому порядку наводять умовні позначення, символи, одиниці, скорочення й терміни, праворуч – їх детальне тлумачення.

3.10. Додатки

Додатки повинні починатися з титульного аркуша, на якому великими літерами в центрі аркуша надруковано слово "ДОДАТКИ". Кожний додаток також повинен починатися з титульного аркуша, на якому симетрично до сторінки наведена назва додатка, надрукована малими літерами (приклад подано у другому розділі методичних рекомендацій). Наприклад: "ДОДАТОК А". З іншого рядка – його назва, наприклад: "Фінансова звітність підприємства". Слова "ДОДАТКИ", "ДОДАТОК", номер додатка та його назву в лапки не беруть.

Додатки слід позначати послідовно великими літерами української абетки, окрім літер Г, Г', І, Ї, Й, О, Ч, Ъ, наприклад: "Додаток А", "Додаток Б" тощо.

Ілюстрації, таблиці та формули, які подані в додатках, нумерують у межах кожного додатка, наприклад: "рис. Д.2" – другий рисунок додатка Д; (А.1) – перша формула додатка А. Також на ілюстрації, таблиці та формули, подані в додатках, поширюються загальні вимоги щодо оформлення.

Документи, заповнені з обох боків аркуша, треба вважати двома сторінками, але номер ставиться лише на першій з них.

3.11. Нумерація

Нумерацію сторінок, розділів, підрозділів, пунктів, підпунктів, рисунків, таблиць, формул подають арабськими цифрами без знака №. Нумери сторінок починають проставляти з другої сторінки вступу в правому верхньому куті без крапки в кінці до останньої сторінки додатків включно.

Першою сторінкою роботи є титульний аркуш, який заносять до загальної нумерації сторінок роботи. На титульному аркуші номер сторінки не проставляється.

3.12. Оформлення змісту

В змісті подають перелік усіх складових частин роботи із нумерацією сторінок, де починаються ці складові частини (приклад оформлення змісту роботи, наведений у додатку Д).

3.13. Список використаної літератури

У список включають усі літературні джерела, на які були посилання в тексті роботи.

Список використаної літератури – елемент бібліографічного апарату, який містить бібліографічні описи використаних джерел і розташовується після висновків. Бібліографічний опис складається безпосередньо за друкованим твором або за каталогами та бібліографічними покажчиками повністю без пропусків будь-яких елементів, скорочення назв. Джерела треба розміщувати тільки в алфавітному порядку прізвищ авторів або заголовків джерел.

Алфавітний порядок передбачає наскрізну нумерацію, при цьому спочатку подається література кирилицею, а після неї латиницею.

Список використаної літератури повинен містити не менше 20 джерел (монографії, наукові статті у фахових та інших періодичних виданнях, автореферати дисертацій, дисертації тощо). Список використаної літератури розташовується після висновків з продовженням нумерації аркушів. Правила бібліографічного опису джерел подані в додатку Д.

4. Рекомендовані теми курсових робіт

4.1. Перелік тем курсових робіт з навчальної дисципліни "Маркетинг"

Тема 1. Сучасні концепції маркетингу, його еволюційні форми й умови розвитку

Визначення маркетингу які існують, їхні недоліки. Визначення маркетингу. Основні етапи історичної еволюції маркетингу. Пасивний маркетинг. Організаційний маркетинг. Активний маркетинг. Особливості економічних ситуацій, у яких виявлялися різні еволюційні форми маркетингу й розвиток функцій маркетингу на підприємстві.

Тема 2. Концепція товару (продукту) в сучасному маркетингу

Сутність поняття "продукт – послуга". Функція корисності продукту для споживача.

Продукт як кошик атрибутів. Поняття базової та додаткової функцій (послуг) продукту, їхня сутність. Необхідні й додаткові функції.

Модель життєвого циклу продукції. Фази життєвого циклу. Особливості життєвого циклу марки продукту. Фактори, що визначають життєвий цикл продукту.

Вплив підприємства на профіль життєвого циклу продукту.

Тема 3. Мотивація й потреби людини

Основні теорії особистості та їхнє значення для маркетингу. Сутність мотиву й мотивації. Структура й сила мотивації (залучення). Підходи до вивчення мотивації. Сутність і взаємозв'язок понять "потреба", "бажання", "попит". Класифікації потреб, що існують. Їхні недоліки, переваги й значення для маркетингу.

Тема 4. Психологія сприйняття людини

Відчуття та їхні властивості. Пороги відчуттів. Сенсорна адаптація. Особливості сприйняття зовнішніх стимулів (подразників). Принципи сприйняття (структурування інформації у свідомості людини). Емоції та підпорогове сприйняття.

Практичне значення особливостей сприйняття людини для маркетингу.

Тема 5. Поводження споживача й закономірності формування його відповідної реакції

Нова економічна теорія споживчого поведження й сутність поняття "продукт – послуга". Концепція продукту з погляду споживача. Поводження споживача при виборі продукту.

Значення інформації для споживача та джерела інформації, які використовує споживач.

Тема 6. Сутність і форми комунікацій підприємства з ринком

Сутність комунікацій та їхня роль у маркетингу. Засоби комунікацій у маркетингу. Складові елементи процесу комунікацій. Види комунікацій. Бюджети, обумовлені завданнями комунікацій.

Тема 7. Сутність реклами й планування рекламної діяльності підприємства

Сутність реклами та її місце в процесі комунікацій з ринком.

Процес рекламного впливу. Мета рекламної кампанії та роль засобів реклами. Умови ефективності рекламної кампанії. Планування рекламної підтримки. Вибір засобів масової інформації. Оцінка ефективності реклами.

Тема 8. Політика збуту продукції підприємства

Структура циклу розподілу, потоки й функції розподілу. Типи й форми структур розподілу.

Критерії вибору каналу збуту. Типи купівельного поводження залежно від типу продукту. Політики розподілу й комунікацій з посередниками. Інтерактивний (прямий) маркетинг як метод збуту.

Тема 9. Ціни як інструмент оперативного маркетингу й цінова політика підприємства

Значення й роль політики ціноутворення в маркетингу. Ціна з погляду покупця й виробника товару. Поняття повної вартості придбання товару й витрат переходу. Спрямованість цінової політики.

Підхід до встановлення цін, заснований на аналізі витрат виробництва.

Підходи до встановлення цін, засновані на аналізі попиту й конкуренції. Вплив конкурентної ситуації на ринку на політику ціноутворення.

Вибір політики й методу ціноутворення.

Тема 10. Особливості міжнародного маркетингу

Аналіз міжнародного середовища: системи міжнародної торгівлі, економічного, політико-правового й культурного середовища. Міжнародна сегментація. Стратегії входу на закордонні ринки. Ціноутворення в міжнародному маркетингу.

Тема 11. Використання мережі Інтернет у маркетинговій діяльності підприємства

Особливості реклами в мережі Інтернет. Рекламні носії в мережі Інтернет і критерії їхнього вибору.

Реклама через рекламні мережі Інтернету. Реклама з використанням пошукових систем. Реклама з використанням E-mail.

Веб-сайт рекламодавця як заключна ланка рекламного ланцюга.

Принципи побудови веб-сайту та його інформаційне наповнення.

Продажі на сайті (електронна комерція, E-Commerce).

Тема 12. Маркетинг торговельної фірми

Еволюція сфери збуту й зміни в торгівлі. Функції розподілу й роль дистриб'юторів у системі економічних відносин. Види комерційних посередників.

Можливі стратегії розвитку й позиціонування торговельної фірми.

Особливості використання інструментів маркетингу торговельною фірмою. Сутність, принципи й особливості мерчандайзингу.

Тема 13. Організація та планування маркетингової діяльності на підприємстві

Мета й завдання планування маркетингу. Загальна структура плану маркетингової діяльності. Зміст процесу й етапи планування маркетингової діяльності. Взаємозв'язок стратегічного й поточного планування.

Розділи плану стратегічного маркетингу. Розроблення й узгодження бюджету маркетингу. Планування використання основних інструментів оперативного маркетингу.

4.2. Перелік тем курсових робіт з навчальної дисципліни "Стратегічний маркетинг"

Тема 1. Сутність і сфера стратегічного маркетингу

Система маркетингу на підприємстві та роль стратегічного маркетингу. Взаємозв'язок оперативного і стратегічного маркетингу.

Цільові ринки і стратегічні задачі підприємства.

Цілі й задачі стратегічного маркетингового планування. Взаємозв'язок стратегічного плану з інструментами оперативного маркетингу.

Тема 2. Аналіз потреб ринку шляхом сегментації

Сутність поняття сегментації ринку та його цілі. Рівні сегментації.

Вибір підприємством пріоритетного напрямку діяльності. Поняття ключових факторів успіху (КФУ). Макросегментація й поняття "продукт – ринок" (ринок продукту). Критерії та методика виділення макросегментів.

Аналіз мікросегментів. Методи мікросегментації. Мікросегментація на основі переваг. Мікросегментація на основі "стилів життя" (соціально-культурна). Соціально-демографічна й поведінкова сегментація.

Умови ефективності та стратегії сегментації. Стратегії оволодіння цільовим ринком.

Тема 3. Аналіз економічної привабливості цільового ринку

Поняття загального попиту та попиту підприємства. Існуючий потенційний ринок, що існує, та абсолютний потенційний ринок. Залежність загального попиту від загального маркетингового тиску.

Структура та ступінь поширення загального попиту. Методи оцінки величини попиту на різні категорії товарів.

Процес розвитку загального попиту. Зони можливого розширення та стратегії розширення загального попиту.

Модель і фази життєвого циклу продукції. Рівні аналізу життєвого циклу. Фактори, що визначають життєвий цикл продукції. Життєвий цикл марки. Стратегічні аспекти фаз життєвого циклу.

Тема 4. Аналіз конкурентної ситуації

Поняття конкурентної переваги. Зовнішні та внутрішні конкурентні переваги. Аналіз конкурентної позиції на осях "ринкова влада" та "ефективність виробництва".

Поняття розширеного суперництва. Зовнішні конкурентні сили.

Інтенсивність і форми конкурентної боротьби при різній структурній організації ринку. Монополія. Олігополія. Монополістична конкуренція. Зроблена конкуренція.

Закон досвіду і внутрішня конкурентна перевага.

Базові стратегії розвитку залежно від типу утримуваної конкурентної переваги.

Тема 5. Маркетингові стратегії позиціювання

Сутність і принципи диференціації. Диференціація по базовій функції продукту. Диференціація по додаткових атрибутах продукту.

Сутність і принципи позиціювання. Етапи позиціювання. Інструменти позиціювання. Умови ефективного позиціювання.

Методи дослідження, що використовуються при виборі позиціювання.

Стратегії позиціювання продуктів стосовно очікувань споживачів. Стратегії позиціювання стосовно конкурентів. Стратегії позиціювання, засновані на потенційних перевагах продукту.

Тема 6. Маркетингове стратегічне управління портфелем бізнесу підприємства

Аналіз портфеля напрямів діяльності. Аналіз портфеля за допомогою матриці "зростання – частка ринку" (матриця BCG). Групи товарів, що припускають різні пріоритетні стратегії і потреби у фінансуванні. Діагноз і збалансованість портфеля напрямів діяльності. Можливі сценарії розвитку.

Аналіз портфеля за допомогою матриці "привабливість – конкурентоспроможність". Критерії оцінки та розроблення багатокритеріальної матриці. Інтерпретація матриці та вибір стратегії.

Стратегії конкурентного поведження.

Тема 7. Маркетингові конкурентні стратегії

Конкурентні переваги та слабкі місця підприємства. Стратегії конкурентного поведження.

Стратегії лідера: стратегія розширення попиту, наступальна стратегія, оборонна стратегія, стратегія демаркетингу.

Стратегія "слідуючих за лідером". Стратегія "фахівця".

Стратегії "того, що кидає виклик": стратегії фронтальної і флангової атаки.

Тема 8. Маркетингові стратегії росту

Поняття "росту". Матриця можливостей "Продукт – Розширення ринку". Агресивні та неагресивні стратегії росту.

Стратегії інтенсивного зростання: стратегії освоєння нових зон потенційного попиту; стратегії збільшення обсягу попиту (вертикального

проникнення); стратегії збільшення частки ринку. Стратегії виходу на нові продукти – ринки.

Стратегії інтеграційного росту: стратегія росту "уперед", стратегія росту "назад", стратегія "горизонтального зростання".

Тема 9. Розвиток підприємства шляхом розроблення і випуску нової продукції

Оцінка ризику інновації. Аналіз факторів успішності нововведень.

Організація процесу розроблення нового товару. Процес виведення нового товару на ринок. Стратегія якості.

Цінова стратегія і стратегія комунікацій стосовно нових товарів.

Тема 10. Стратегічне маркетингове планування

Цілі та задачі стратегічного маркетингового планування.

Структура плану стратегічного маркетингу. Цільові ринки та стратегічні задачі підприємства. Позиціювання продуктів на цільових продуктах – ринках. Оцінка ризиків і можливостей. Конкурентні переваги і слабкості підприємства. Стратегії оволодіння ринком. Взаємозв'язок стратегічного плану з інструментами оперативної маркетингової діяльності.

Рекомендована література

Основна

1. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегии / Г. Ассель. – Москва : ИНФРА-М. ; НФПК, 1999. – 803 с.
2. Бейкер М. Дж. Маркетинг : энциклопедия / М. Дж. Бейкер. – Санкт-Петербург : Питер, 2002. – 1198 с.
3. Бейкер М. Дж. Теория маркетинга / М. Дж. Бейкер. – Санкт-Петербург : Питер, 2002. – 976 с.
4. Косенков С. И. Маркетинг в схемах / С. И. Косенков. – Харьков : ИД "ИНЖЭК", 2003. – 168 с.
5. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер ; пер. с англ. ; под ред. О. А. Волковой, Ю. Н. Каптуревского. – Санкт-Петербург : Питер Ком, 1999. – 896 с.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг ; [пер. с англ.] – 9-е изд. – Москва : Вильямс, 2003. – 1197 с.
7. Ламбен Ж. Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж. Ж. Ламбен ; пер. с фр. – Санкт-Петербург : Питер, 2004. – 800 с.
8. Ламбен Ж. Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж. Ж. Ламбен ; пер. с фр. – Санкт-Петербург : Наука, 1996. – 490 с.
9. Райс Э. Маркетинговые войны / Э. Райс, Дж. Траут ; [пер. с англ.]. – Санкт-Петербург : Питер, 2004. – 255 с.
10. Райс Э. Позиционирование: битва за узнаваемость / Э. Райс, Дж. Траут ; [пер. с англ.] – Санкт-Петербург : Питер, 2003. – 249 с.
11. Ситников А. П. Самые успешные PR-кампании в мировой практике / А. П. Ситников. – СПб. : Нева, 2002. – 247 с.
12. Статт Д. Психология потребителя / Д. Статт. – Санкт-Петербург : Питер, 2003. – 446 с.
13. Темпорал П. Эффективный бренд-менеджмент / П. Темпорал. – Санкт-Петербург : Нева, 2004. – 286 с.
14. Фоксол Г. Психология потребителей в маркетинге / Г. Фоксол, Р. Голдсмит, С. Браун. – Санкт-Петербург : Питер, 2001. – 456 с.

15. Энджелл Д. Поведение потребителей / Д. Энджелл, Р. Блэкуэлл, П. Минард. – Санкт-Петербург : Питер, 1999. – 768 с.

Додаткова

16. Блайт Дж. Основы маркетинга / Дж. Блайт ; [пер. со 2-го англ. изд.]. – Киев : Знання-Пресс, 2003. – 493 с.

17. Годин А. М. Маркетинг : учебник / А. М. Годин. – Москва : Дашков и К^о, 2003. – 602 с.

18. Дибб С. Практическое руководство по маркетинговому планированию / С. Дибб, Л. Симкин, Дж. Брэдли. – Санкт-Петербург : Питер, 2001. – 256 с.

19. Дихтль Е. Практический маркетинг : учеб. пособ. / Е. Дихтль ; пер с нем. – Москва : Внешняя школа, 1995 – 255 с.

20. Маркетинг : учеб. пособ. / под ред. А. М. Немчина, Д. В. Минаева. – Санкт-Петербург : Издательский дом "Бизнес-пресса", 2001. – 512 с.

21. Общая психология : учебник / под общ. ред. проф. А. В. Карпова. – Москва : Гардарики, 2002, – 232 с.

22. Панкрулин А. П. Маркетинг : учебник / А. П. Панкрулин. – Москва : Омега, 2002. – 655 с.

Додатки

Додаток А

ЗМІСТ

ВСТУП	3
1. ЦІНОУТВОРЕННЯ НА РІЗНИХ ТИПАХ РИНКІВ	5
Чиста конкуренція	5
Монополістична конкуренція	7
Олігополія.....	9
Чиста монополія.....	10
2. ВИБІР МЕТОДУ ЦІНОУТВОРЕННЯ	11
Розрахунок ціни за методом "середні витрати плюс прибуток.....	11
Установлення ціни на основі відчуття цінності товару.....	12
Установлення ціни на основі рівня поточних цін	13
3. ПІДХОДИ ДО ПРОБЛЕМИ ЦІНОУТВОРЕННЯ.....	15
Встановлення цін на новий товар	16
Ціноутворення в рамках товарної номенклатури	17
Встановлення цін зі знижками й заліками.....	18
Встановлення цін для стимулювання збуту	19
Встановлення дискримінаційних цін	20
4. ПОЛІТИКА ЦІН ФІРМИ	21
Аналіз цін і товарів конкурентів	21
Вплив ціни на інших учасників ринкової діяльності.....	25
ВИСНОВКИ	26
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	29

**Зразок титульного аркуша курсової роботи
з навчальної дисципліни "Маркетинг"**

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ І МАРКЕТИНГУ

КУРСОВА РОБОТА

з навчальної дисципліни "Маркетинг"

на тему: _____

Студента (ки) _ курсу ___ групи
спеціальності "Маркетинг"

_____ (прізвище та ініціали)

Керівник:

к. е. н., доцент Рубан В.В.

Національна шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Члени комісії:

_____ (підпис) (ПІБ)

_____ (підпис) (ПІБ)

_____ (підпис) (ПІБ)

Харків – 2017 рік

**Зразок титульного аркуша курсової роботи
з навчальної дисципліни "Стратегічний маркетинг"**

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ І МАРКЕТИНГУ

КУРСОВА РОБОТА

з навчальної дисципліни "Стратегічний маркетинг"

на тему: _____

Студента (ки) _ курсу ___ групи
спеціальності "Маркетинг"

_____ (прізвище та ініціали)

Керівник:

к. е. н., доцент Рубан В.В.

Національна шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Члени комісії:

_____ (підпис) (ПІБ)

_____ (підпис) (ПІБ)

_____ (підпис) (ПІБ)

Харків – 2017 рік

Книги

Однотомний документ

Один автор

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).

Коренівський Д. Г. Дестабілізуючий ефект параметричного білого шуму в неперервних та дискретних динамічних системах / Коренівський Д. Г. – Київ : Ін-т математики, 2006. – 111 с. – (Математика та її застосування) (Праці / Ін-т математики НАН України ; т. 59).

Матюх Н. Д. Що дорожче срібла-золота / Наталія Дмитрівна Матюх. – Київ : Ін-т соц. іміджмейкінгу, 2006. – 311 с. – (Ювеліри України ; т. 1).

Шкляр В. Елементал : [роман] / Василь Шкляр. – Львів : Кальварія, 2005. – 196, [1] с. – (Першотвір).

Два автори

Матяш І. Б. Діяльність Надзвичайної дипломатичної місії УНР в Угорщині : історія, спогади, арх. док. / І. Матяш, Ю. Мушка. – Київ : Києво-Могилян. акад., 2005. – 397, [1] с. – (Бібліотека наукового щорічника "Україна дипломатична" ; вип. 1).

Ромовська З. В. Сімейне законодавство України / З. В. Ромовська, Ю. В. Черняк. – Київ : Прецедент, 2006. – 93 с. – (Юридична бібліотека. Бібліотека адвоката) (Матеріали до складання кваліфікаційних іспитів для отримання Свідоцтва про право на заняття адвокатською діяльністю ; вип. 11).

Суберляк О. В. Технологія переробки полімерних та композиційних матеріалів : підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / О. В. Суберляк, П. І. Баштанник. – Львів : Растр-7, 2007. – 375 с.

Три автори

Мінцер О. П. Оброблення клінічних і експериментальних даних у медицині : навч. пос. для студ. / О. П. Мінцер, Ю. В. Вороненко, В. В. Власов. – Київ : Вища школа, 2003. – 350 с.

Любар О.О. Історія української школи і педагогіки : навч. посіб. / О. О. Любар, М. Г. Стельмахович, А. Т. Федоренко. – Київ : Знання, 2006. – 447с.

Чотири автори

Методика нормування ресурсів для виробництва продукції рослинництва / [Вітвіцький В. В., Кисляченко М. Ф., Лобастов І. В., Нечипорук А. А.]. – Київ : Украгропромпродуктивність, 2006. – 106 с. – (Бібліотека спеціаліста АПК. Економічні нормативи).

Механізація переробної галузі агропромислового комплексу : [підруч. для учнів проф.-техн. навч. закл.] / О. В. Гвоздєв, Ф. Ю. Ялпачик, Ю. П. Рогач, М. М. Сердюк. – Київ : Вища освіта, 2006. – 478, [1] с. – (ПТО: Професійно-технічна освіта).

П'ять і більше авторів

Психологія менеджменту / [Власов П. К., Липницький А. В., Луцишина І. М. и др.] ; под ред. Г. С. Никифорова. – [3-е изд.]. – Харків : Гуманитар. центр, 2007. – 510 с.

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.]. – Київ : Укр. ін-т соц. дослідж., 2005. – 115 с. – (Серія "Формування здорового способу життя молоді" : у 14 кн. ; кн. 13).

Без автора

Історія Свято-Михайлівського Золотоверхого монастиря / [авт. тексту В. Клос]. – Київ : ГраніТ, 2007. – 119 с. – (Грані світу).

Воскресіння мертвих : українська барокова драма : антологія / [упоряд., прим. В. О. Шевчук]. – Київ : Грамота, 2007. – 638, [1] с.

Тіло чи особистість? Жіноча тілесність у вибраній малій українській прозі та графіці кінця ХІХ – початку ХХ століття : [антологія] / упоряд. Л. Таран, О. Лагутенко]. – Київ : Грані-Т, 2007. – 190, [1] с.

Проблеми типологічної та квантитативної лексикології : [зб. наук. пр.] / наук. ред. Каліущенко В. та ін. – Чернівці : Рута, 2007. – 310 с.

Багатотомний документ

Багаторівневий опис

Адміністративне право України: академ. курс : підруч. для студ. юрид. спец. вищих навч. закл. : у 2 т. / НАН України, Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького. – Київ : Юрид. думка, 2004-2005. – Т. 1: Загальна частина. – 2004. – 583 с. ; т. 2 : Особлива частина. – 2005. – 624 с.

Однорівневий опис

Адміністративне право України: академ. курс : підруч. для студ. юрид. спец. вищих навч. закл. : у 2 т. / НАН України, Ін-т держави і права ім. В.М. Корецького. – Київ : Юрид. думка, 2004-2005. – 2 т.

Бібліографічний опис окремого тому багатотомного видання

Багаторівневий опис

Адміністративне право України: академ. курс : підруч. для студ. юрид. спец. вищих навч. закл. : у 2 т. / НАН України, Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького. – Київ : Юрид. думка, 2004-2005. – Т. 1: Загальна частина. – 2004. – 583 с.

Однорівневий опис

Адміністративне право України: академ. курс : підруч. для студ. юрид. спец. вищих навч. закл. : у 2 т. Т. 1 : Загальна частина / НАН України, Ін-т держави і права ім. В.М. Корецького. – Київ : Юрид. думка, 2004. – 583 с.

Матеріали конференцій, з'їздів

Економіка, менеджмент, освіта в системі реформування агропромислового комплексу : матеріали Всеукр. конф. молодих учених-аграр-

ників ["Молодь України і аграрна реформа"], (Харків, 11-13 жовт. 2000 р.) / М-во аграр. політики, Харків. держ. аграр. ун-т ім. В. В. Докучаєва. – Харків : Харків. держ. аграр. ун-т ім. В. В. Докучаєва, 2000. – 167 с.

Кібернетика в сучасних економічних процесах : зб. текстів виступів на республік. міжвуз. наук.-практ. конф. / Держкомстат України, Ін-т статистики, обліку та аудиту. – Київ : ІСОА, 2002. – 147 с.

Оцінка й обґрунтування продовження ресурсу елементів конструкцій : праці конф., 6-9 черв. 2000 р., Київ. Т. 2 / відп. ред. В. Т. Трощенко. – Київ : Ін-т пробл. міцності, 2000. – С. 559-956, XIII, [2] с. – (Ресурс 2000).

Проблеми обчислювальної механіки і міцності конструкцій : зб. наук. пр. / наук. ред. В. І. Моссаковський. – Дніпропетровськ : Навч. кн., 1999. – 215 с.

Ризикологія в економіці та підприємництві : зб. наук. праць за матеріалами міжнар. наук.-практ. конф., 27-28 берез. 2001 р. / М-во освіти і науки України, Держ. податк. адмін. України [та ін.]. – Київ : КНЕУ : Акад. ДПС України, 2001. – 452 с.

Препринти

Шиляев Б. А. Расчеты параметров радиационного повреждения материалов нейтронами источника ННЦ ХФТИ/ANL USA с подкритической сборкой, управляемой ускорителем электронов / Шиляев Б. А., Воеводин В. Н. – Харьков : ННЦ ХФТИ, 2006. – 19 с. – (Препринт / НАН Украины, Нац. науч. центр "Харьков. физ.-техн. ин-т" ; ХФТИ 2006-4).

Панасюк М. І. Про точність визначення активності твердих радіоактивних відходів гамма-методами / Панасюк М. І., Скорбун А. Д., Сплошной Б. М. – Чорнобиль : Ін-т пробл. безпеки АЕС НАН України, 2006. – 7, [1] с. – (Препринт / НАН України, Ін-т пробл. безпеки АЕС ; 06-1).

Словники

Географія : словник-довідник / [авт.-уклад. Ципін В. Л.]. – Харків : Халімон, 2006. – 175, [1] с.

Тимошенко З. І. Болонський процес в дії : слов.-довід. основ. термінів і понять з орг. навч. процесу у вищ. навч. закл. / З. І. Тимошенко, О. І. Тимошенко. – Київ : Європ. ун-т, 2007. – 57 с.

Українсько-німецький тематичний словник : [близько 15 000 термінів / уклад. Н. Яцко та ін.]. – Київ : Карпенко, 2007. – 219 с.

Європейський Союз : словник-довідник / [ред.-упоряд. М. Марченко]. – 2-ге вид. – Київ : К.І.С., 2006. – 138 с.

Законодавчі та нормативні документи

Кримінально-процесуальний кодекс України : станом на 1 груд. 2005 р. / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Київ : Парлам. вид-во, 2006. – 207 с. – (Бібліотека офіційних видань).

Медична статистика : зб. нормат. док. / упоряд. та голов. ред. В. М. Заболотько. – Київ : МНІАЦ мед. статистики : Медінформ, 2006. – 459 с. – (Нормативні директивні правові документи).

Експлуатація, порядок і терміни перевірки запобіжних пристроїв посудин, апаратів і трубопроводів теплових електростанцій : СОУ-Н ЕЕ 39.501:2007. – Офіц. вид. – Київ : ГРІФРЕ : М-во палива та енергетики України, 2007. – VI, 74 с. – (Нормативний документ Мінпаливенерго України. Інструкція).

Україна. Верховна Рада. Кабінет Міністрів. Державний бюджет України на 1997 рік : (уточнений) / Кабінет Міністрів України. – Київ : [б. в.], 1996. – 10 с.

Стандарти

Графічні символи, що їх використовують на устаткуванні. Показчик та огляд (ISO 7000:2004, IDT) : ДСТУ ISO 7000:2004. – [Чинний від 01.01.2006]. – Київ : Держспоживстандарт України, 2006. – IV, 231 с. – (Національний стандарт України).

Якість води. Словник термінів : ДСТУ ISO 6107-1:2004 – ДСТУ ISO 6107-9:2004. – [Чинний від 01.04.2005]. – Київ : Держспоживстандарт України, 2006. – 181 с. – (Національні стандарти України).

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 01.01.2007]. – Київ : Держспоживстандарт України, 2007. – IV, 18 с. – (Національний стандарт України).

Бібліографічні покажчики

Куц О. С. Бібліографічний покажчик та анотації кандидатських дисертацій, захищених у спеціалізованій вченій раді Львівського державного університету фізичної культури у 2006 / О. Куц, О. Вацеба. – Львів : Укр. технології, 2007. – 74 с.

Систематизований покажчик матеріалів з кримінального права, опублікованих у Віснику Конституційного Суду України за 1997–2005 роки / [уклад. Кирись Б. О., Потлань О. С.]. – Львів : Львів. держ. ун-т внутр. справ, 2006. – 11 с. – (Серія: Бібліографічні довідники ; вип. 2).

Дисертації

Петров П. П. Активність молодих зірок сонячної маси : дис. ... докт. фіз.-мат. наук : 01.03.02 / Петров Петро Петрович. – Київ, 2005. – 276 с.

Іванова К. Ю. Господарсько-правове регулювання договірних зобов'язань інноваційного характеру : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.04 / Іванова Ксенія Юріївна ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Нац. ун-т "Юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого" ; наук. кер. Атаманова Ю. Є. – Харків, 2012. – 202 с.

Автореферати дисертацій

Новосад І. Я. Технологічне забезпечення виготовлення секцій робочих органів гнучких гвинтових конвеєрів : автореф. дис. ... канд. техн. наук : спец. 05.02.08 "Технологія машинобудування" / І. Я. Новосад. – Тернопіль, 2007. – 20, [1] с.

Нгуен Ші Данг. Моделювання і прогнозування макроекономічних показників в системі підтримки прийняття рішень управління державними фінансами : автореф. дис. ... канд. техн. наук : спец. 05.13.06 "Автоматиз. системи упр. та прогрес. інформ. технології" / Нгуен Ші Данг. – Київ, 2007. – 20 с.

Авторські свідоцтва

А. с. 1007970 ССРСР, МКИЗ В 25 J15/00. Устройство для захвата неориєнтованих деталей типа валов / В. С. Ваулин, В. Г. Кемайкин (ССРСР). – № 3360585/25-08.

Аналітичний опис

Частина книги, періодичного, продовжуваного видання

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.

Гранчак Т. Інформаційно-аналітичні структури бібліотек в умовах демократичних перетворень / Тетяна Гранчак, Валерій Горовий // Бібліотечний вісник. – 2006. – № 6. – С. 14-17.

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.

Ярошенко Т. О. Електронний журнал у дзеркалі публікацій у професійній пресі / Тетяна Ярошенко // Вісник Книжкової палати. – 2006. – № 5. – С. 29–32.

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.

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.

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.

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. – Харьков, 2007. – С. 33.

Чорний Д. Міське самоврядування : тягарі проблем, принади цивілізації / Д. М. Чорний // По лівий бік Дніпра : проблеми модернізації міст України : (кінець ХІХ–початок ХХ ст.) / Д. М. Чорний. – Харків, 2007. – Розд. 3. – С. 137-202.

Електронні ресурси

Локальний доступ

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. – КИЇВ :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. екрана.

Аналітичний опис складової частини електронного ресурсу

Нормативні акти України [Електронний ресурс] // Кадрове діловодство : довідник роботодавця / І. Б. Єрмаков. – 3-тє вид., доп. – Електрон. дані та прогр. – Київ : Бізнес Сисеми, 2005. – 1 електронний опт. диск (CD-ROM): кол. : 12 см. – Системні вимоги: Microsoft Windows 95/98/2000/XP ; 128 Mb RAM ; SVGA (1024 ×768). – Назва з екрана. – Відом. про вид. з буклету.

Віддалений доступ

Бібліографічний опис ресурсу віддаленого доступу (Web-сайт)

Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані. – Київ : НБУВ, 2013-2015. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua (дата звернення 30.03.2015) – Назва з екрана.

Бібліографічний опис ресурсу віддаленого доступу
(Бібліографічна база даних)

Електронний каталог Національної парламентської бібліотеки України [Електронний ресурс] : [політемат. база даних містить відом. про вітчизн. та зарубіж. кн., брош., що надходять у фонд НПБ України]. – Електронні дані (803 438 записів). – Київ : Нац. парлам. б-ка України, 2002–2015. – Режим доступу: catalogue.nplu.org (дата звернення 30.03.2015). – Назва з екрана.

Бібліографічний опис ресурсу віддаленого доступу
(Інтернет-портал)

Ukr.net [Електронний ресурс] : [Інтернет-портал]. – Електронні дані. – [Київ : Український Інтернет холдинг ТОВ "Укрнет", 1998-2015]. – Режим доступу : www.ukr.net (дата звернення 30.03.2015). – Назва з екрана.

Аналітичний опис складової частини електронного ресурсу
стаття з електронного журналу

Івахненко С. В. Особливості фінансового контролінгу в стратегічному управлінні страховою компанією [Електронний ресурс] / С. В. Івахненко // Ефективна економіка : електронне наукове фахове видання. – Електронні дані. – [Дніпропетровськ : Дніпропетров. держ. аграрний ун-т : ТОВ "ДКС Центр", 2012]. – № 7. – Режим доступу: www.economy.nauka.com.ua (дата звернення 13.06.2013 р.). – Назва з екрана.

Аналітичний опис на складову частину електронного ресурсу
стаття з Web-сайту

Umland A. Nichtideologische Motivationen der "Swoboda"-Wähler : Hypothesen zum Elektorat der ukrainischen radikalen Nationalisten bei den Parlamentswahlen vom Oktober 2012 [Electronic resource] / Andreas Umland // Ukraine-Analysen. – Electronic data. – [Bremen : Universität Bremen und der Deutschen Gesellschaft für Osteuropakunde, 2012]. – № 109. – P. 8–9. – Mode of access: World Wide Web: ukraine-nachrichten.de/nichtideologische-motivationen-swoboda-w%C3%A4hler_3682_meinungen-analysen (viewed on June 13, 2013). – Title from the screen.

Зміст

Вступ.....	3
1. Основні вимоги до курсової роботи	5
2. Порядок виконання й захисту курсової роботи	7
3. Вимоги до оформлення роботи.....	8
3.1. Загальні вимоги.....	8
3.2. Нумерація сторінок роботи.....	12
3.3. Нумерація розділів, підрозділів.....	12
3.4. Ілюстрації	13
3.5. Таблиці	14
3.6. Перерахування	16
3.7. Посилання	17
3.8. Формули та рівняння	17
3.9. Перелік умовних позначень, символів, одиниць, скорочень і термінів.....	19
3.10. Додатки.....	19
3.11. Нумерація.....	19
3.12. Оформлення змісту	20
3.13. Список використаної літератури	20
4. Рекомендовані теми курсових робіт.....	21
4.1. Перелік тем курсових робіт з навчальної дисципліни "Маркетинг"	21
4.2. Перелік тем курсових робіт з навчальної дисципліни "Стратегічний маркетинг"	24
Рекомендована література.....	28
Основна.....	28
Додаткова.....	29
Додатки.....	30

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

**Методичні рекомендації
до виконання курсових робіт
для студентів спеціальності
075 "Маркетинг"
першого (бакалаврського)
та другого (магістерського) рівнів**

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Укладач **Рубан** Вячеслав Валерійович

Відповідальний за видання *П. А. Орлов*

Редактор *О. І. Черненко*

Коректор *Т. А. Маркова*

План 2018 р. Поз. № 117 ЕВ. Обсяг 43 с.

Видавець і виготовлювач – ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 61166, м. Харків, просп. Науки, 9-А

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру

ДК № 4853 від 20.02.2015 р.