

**ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ВИЩИЙ
НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»**

**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
МЕНЕДЖМЕНТУ, ЕКОНОМІКИ ТА ФІНАНСІВ**



МАУП

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
щодо підготовки, написання та захисту
КУРСОВОЇ РОБОТИ
з дисципліни «Маркетинг»
(Рівень вищої освіти - бакалавр)**

Схвалено на засіданні кафедри маркетингу
Протокол № 7 від "20" лютого 2019 р.
Зав. кафедри

_____ Л.В.Романова

Підготовлено к.е.н., доцентом, професором кафедри маркетингу Карбовською Л.О.

Затверджено на засіданні кафедри маркетингу (протокол №7 від 20.02.2019 р.)

Схвалено Вченою радою Навчально-наукового інституту менеджменту, економіки та фінансів (протокол № 2 від 25.02.2019 р.)

Карбовська Л.О. Методичні рекомендації щодо підготовки, написання та захисту курсової роботи. – К.: МАУП, 2019. – 26 с.

Пропоновані методичні рекомендації покликані стати у нагоді студентам спеціальності «Маркетинг» для підготовки, написання та публічного захисту курсової роботи. Методична розробка містить практичні рекомендації щодо правил, етапів, алгоритмів та механізмів виконання та захисту курсової роботи, а також зразки оформлення відповідних документів, списку першоджерел та використаної літератури тощо.

Вступ

Курсова робота – це самостійне навчально-наукове дослідження студента, яке виконується з певного курсу або з окремих його розділів. Курсова робота виконується з метою закріплення, поглиблення й узагальнення знань, здобутих студентами за час навчання, та їх застосування до комплексного вирішення конкретного фахового завдання.

Тематика курсових робіт має відповідати завданням навчальної дисципліни і тісно пов'язуватися з практичними потребами конкретного фаху. Вона затверджується на засіданні кафедри.

Теми курсових пропонуються студентам відповідно до наукової тематики кафедри, з урахуванням наукових зацікавлень студентів.

Виконання курсових робіт визначається графіком.

Курсова робота є важливим видом самостійної роботи студентів. У процесі її написання під керівництвом професорів, доцентів та викладачів кафедри студенти опановують методи та набувають вміння проведення наукового дослідження. Написання курсової роботи має допомогти формуванню творчого мислення студента, перевірити навички збирання, аналізу та інтерпретації джерел та літератури, вміння формулювати висновки та пропозиції.

Успішне проведення наукового дослідження та написання курсових робіт залежить від чіткого дотримання **основних вимог**, що ставляться до них. Ці вимоги стосуються насамперед наукового рівня робіт, їх змісту, структури, форми викладу матеріалу, а також їх оформлення. Отже, при оцінюванні курсової роботи комісія враховує дотримання вимог оформлення роботи, якість самого наукового дослідження, вміння захистити сформульовані положення та висновки.

Роботи, оформленні з порушенням державних стандартів і встановлених вимог, можуть бути недопущенні до захисту. Невідповідність в оформленні курсової роботи може суттєво вплинути на остаточну оцінку роботи.

Дотримання студентом усіх вимог до оформлення курсової роботи сприяє вихованню в нього належного стилю роботи, виховує вимогливість до себе, прищеплює певні навички до ведення наукового дослідження, що буде йому корисним в подальшому у роботі над магістерською роботою і дисертацією.

РОЗДІЛ 1. ОСНОВНІ ВИМОГИ ДО КУРСОВОЇ РОБОТИ

1.1. Загальні зауваження

Студент, який виконує курсову роботу, має насамперед ознайомитись з вимогами до таких досліджень. Оскільки курсові роботи повинні мати ознаки наукового дослідження, то, звичайно, особлива увага в них звертається на глибоке теоретичне висвітлення проблеми як у цілому, так і окремих її складових.

Написання курсової роботи починається з визначення та висвітлення основного питання кожного розділу. Виклад змісту кожного питання має бути доказовим, науково аргументованим і поясненим. Теоретичні положення та висновки мають ґрунтуватись на конкретних матеріалах реальної дійсності, факти і приклади мають бути типовими.

Матеріал курсової роботи може бути вичерпним, а зміст правильно розкритим якщо студент попередньо вивчив наукові праці українських та іноземних учених з проблеми, яка висвітлюється, зібрав та проаналізував статистичні дані, опубліковані в статистичних довідниках та в мережі Internet тощо.

Вміння письмово теоретично-обґрунтовано подати матеріал свідчить про сформованість знань студента, їх систематизацію та свідоме засвоєння. Опанувавши методи наукового дослідження, студент може самостійно, логічно, послідовно, відповідно до зазначеної мети у письмовій формі розкрити питання щодо плану вибраної теми. Курсова робота має бути написана науковим стилем.

1.2. Вимоги до самостійності виконання

Основною вимогою, яку ставлять перед студентами, які працюють над курсовими роботами, є самостійне і творче їх виконання. Інколи можна спостерігати, що студенти зловживають цитатами, запозиченими із статей, монографій, підручників та з мережі Internet, тільки сполученими окремими власними фразами. Звичайно, що така робота не може бути позитивно оціненою.

Варто нагадати, що кожна надрукована на папері (компакт-диску чи інших носіях) або у всевітній комп'ютерній мережі думка має власника, а її несанкціоноване використання є крадіжкою чужої інтелектуальної власності, за що передбачене покарання.

Починаючи дослідження, варто познайомитись з найновішою літературою з даної теми. Новіші праці, як правило, є повнішими і точнішими. Крім того, дослідження теми варто починати з узагальнюючих праць, які дозволять охопити проблемне поле дослідження, а відповідно більш чітко окреслити проблемні позиції, які потребують вирішення.

Будь-яке дослідження ґрунтується на працях попередників. При виконанні дослівних виписок, які пізніше в тексті можуть стати цитатами, слід бути особливо обережними. Переписувати сліддослівно, включно з помилками і знаками пунктуації. Цитування варто звести до мінімуму і вдаватися до нього лише тоді, коли воно справді необхідне.

Цитуючи, слід дотримуватися кількох формальних правил:

1. Цитата має бути дослівною;
2. Цитата не має бути надто довгою;
3. Цитата має подаватися у лапках і супроводжуватися посиланням на джерело у примітці;
4. Вилучення певних фрагментів, яке дозволяє уникнути довгого цитування, позначається трикрапкою - ...;
5. Пояснення, які розривають текст цитати, подаються у квадратних дужках - [];

6. Цитати, які є незавершеним реченням, граматично узгоджуються із авторським текстом.

Перефразовування (переказування), як правило, становить матеріал для більшої частини тексту курсової роботи. Це означає, що вже на етапі нотаток студент починає писати текст своєї праці. Слід прагнути передати думку автора як найближче до оригіналу з використанням власної лексики.

Для уникнення плагіату слід дотримуватись таких підходів: виділити основні ідеї, змінити структуру речень, використовувати синоніми або слова з подібним значенням, змінювати форми слів. При цьому наприкінці речень обов'язково мають бути посилання. Узагальнення дозволяє одним реченням передати зміст цілого розділу або цілої авторської праці.

Після опрацювання різноманітних джерел та літератури постає проблема виділення достовірних фактів. Факти – основа будь-якого дослідження і тому перевірка їхньої істинності (верифікація) невіддільна від роботи із довідковим апаратом. Перевірка достовірності інформації, яку зустрічаємо у джерелах, може вимагати різних розумових операцій. Часом найефективнішими кроками можуть бути звернення до довідкової літератури чи порівняльний аналіз відомостей, які містяться у різних документах. Важливо також вирішити, чи твердження походить із надійного джерела. Тому варто звернути увагу на репутацію джерела інформації, а також на компетентність її автора. Додатково звертаємо увагу на те, первинним чи вторинним є джерело, на яке посилається автор.

Після встановлення істинності фактів постає питання осмислення та віднаходження зв'язків і залежностей між явищами і подіями. На цьому етапі створюється власне наукове знання. Дослідник намагається осмислити і співставити наявні в його розпорядженні факти, порівняти можливі трактування цих фактів, відстежити тенденції і закономірності. На цьому етапі студент найповніше реалізує своє право на власне розуміння феномену чи сюжету, які є темою курсової роботи.

Курсова робота, в якій буде виявлено ознаки плагіату знімається з розгляду, а її авторіві виставляється оцінка «незадовільно». Студент пише нову курсову роботу на іншу тему.

1.3. Планування роботи

Перед початком виконання курсової роботи студент має ознайомитись з основними вимогами щодо написання курсових робіт. Крім цього кожен етап виконання курсової роботи має узгоджуватись з науковим керівником.

Для раціонального використання часу при написанні курсової роботи слід дотримуватись такого алгоритму:

1. Підготовчий етап:

- вибір теми та її обґрунтування;
- визначення об'єкту, предмету, мети і завдань дослідження;
- підбір літератури з теми дослідження;
- складання попереднього плану роботи й узгодження його з керівником;
- визначення методів дослідження;
- визначення організацій, на базі яких можна виконати курсову роботу (якщо це є необхідною умовою якості дослідження).

2. Робота над текстом:

- аналіз літератури;
- порівняння різних підходів дослідження теми;
- виклад тексту роботи;
- робота над висновками;
- написання вступу до роботи.

3. Етап оформлення роботи:

- складання списку використаної літератури й джерел;
- оформлення додатків та ілюстративного матеріалу;
- технічне оформлення та літературно-стилістичне редагування тексту.

4. Підготовка до захисту і захист курсової роботи:

- апробування результатів: участь у науково-практичній конференції, написання наукової статті, виступ на науково-методологічному семінарі кафедри;

- процедура захисту курсової роботи на кафедрі.

1.3.1. Підготовчий етап роботи над курсовою роботою

Цей етап починається з вибору теми курсової роботи, її осмислення та обґрунтування. Тему курсової роботи студент обирає самостійно із запропонованого кафедрою переліку.

Із переліку тем студент обирає тему, яка найповніше відповідає його навчально-науковим інтересам і схильностям. Перевага надається темі, при розробці якої студент може виявити максимум особистої творчості та ініціативи.

Теми, які пропонує кафедра, переважно не збігаються із темами, які вивчаються під час навчального процесу. Такий підхід зорієнтований на стимулювання самостійного творчого наукового дослідження. До остаточного закріплення студентів за конкретними темами кафедра допускає зустрічні пропозиції студентів про внесення до тематики додаткових тем.

Разом з керівником необхідно визначити межі розкриття теми, основні питання, що будуть висвітлені в дослідженні.

1.3.2. Пошук та вивчення літератури

Виконання завдань дослідження неможливе без ознайомлення з основними літературними (а, можливо, й архівними) джерелами з теми курсової роботи. З метою повного їх виявлення необхідно використовувати різні джерела пошуку: бібліотека Академії, а також провідні наукові бібліотеки міста, бібліографічні посібники, прикінцеві та пристатейні списки літератури, виноски й посилання в підручниках, монографіях і словниках тощо, а також покажчики змісту річних комплектів спеціальних періодичних видань. Найповнішу інформацію можна отримати в Інтернеті.

1.3.3. Складання плану роботи

Після ознайомлення з літературою студент вже має сформовану думку про напрям свого дослідження і готовий до складання плану дослідження.

1.3.4. Робота над текстом курсової роботи

Другий етап починається з вивчення та конспектування літератури з теми курсової роботи. Вивчення літератури слід починати з робіт, де проблему відображено в цілому, а потім перейти до більш вузьких досліджень.

Правильна й логічна структура курсової роботи – це запорука успіху розкриття теми.

Проаналізований і систематизований матеріал викладається відповідно до змісту у вигляді окремих розділів і підрозділів. Кожен розділ висвітлює одне питання, а підрозділ або параграф – окрему його частину.

Тему треба розкривати без пропуску логічних ланок, тому, починаючи працювати над розділом, слід зазначити його головну ідею, а також тезу кожного підрозділу.

Думки мають бути пов'язані між собою логічно. Увесь текст має підпорядковуватися головній ідеї. Один висновок не має суперечити іншому, навпаки підкріплювати його. Крім того, слід дотримуватися послідовності доказів.

1.3.5. Літературне оформлення курсової роботи

Є важливим елементом її виконання й одним з багатьох чинників, на які зважає комісія при оцінюванні під час захисту. Перш за все звертається увага на змістовний бік викладу матеріалу: логічність і послідовність, повнота і репрезентативність, тобто широта використання наукових джерел, загальнонарамотність і відповідність стандартам та прийнятим правилам, а також на текст роботи, список літератури й додатки, на зовнішнє оформлення титульного аркуша.

У курсовій роботі слід прагнути дотримуватись прийнятої термінології, позначень, умовних скорочень і символів. Не рекомендується вживати

штампи, вести виклад від першої особи: «На мою думку...», «Я спостерігав...», «Я вважаю...», «Мені здається...», «Ми отримуємо...», «Ми спостерігаємо...». Слід уникати в тексті частих повторень слів чи словосполучень.

1.4. Структура курсової роботи

Курсова робота складається з таких частин:

1. Титульний аркуш.
2. Зміст.
3. Вступ.
4. Основна частина (поділяється на кілька розділів).
5. Висновки.
6. Список використаної літератури.
7. Додатки (у разі потреби).

Очікуваний **обсяг тексту курсової роботи - 25-35 сторінок** (без наукового апарату). В облікований обсяг роботи не включають список використаних джерел та додатки.

Титульний аркуш. Він є основним елементом будь-якої наукової роботи – курсової, дипломної чи дисертаційної. З титульного аркуша починається нумерація сторінок, хоча номер сторінки на ньому не проставляється. У курсових роботах зазначають повну назву навчального закладу та його відомчу підпорядкованість, факультет, кафедру, на якій виконана робота, назву роботи, дані про студента та наукового керівника, місто та рік подання роботи до захисту (див. Додаток А).

Зміст. Він відповідає планові роботи. Вказується лише номер початкової сторінки пункту плану (див. Додаток Б).

План курсової роботи обов'язково має бути погоджений з науковим керівником ще до початку роботи над її текстом.

Вступ. Завдання вступної частини – зорієнтувати читача у тематиці праці, представити тему роботи і дослідницьке завдання, пояснити, чим важливе або цікаве є звернення до конкретної теми, а також змалювати

ширший історичний, суспільний чи інтелектуальний контекст, до якого належить явище що розглядається. Тому **вступ має включати в себе такі компоненти:** актуальність (чому тема є цікавою для дослідження; обґрунтовується її практична значущість), об'єкт дослідження (1 речення), предмет дослідження (1 речення), ступінь наукової розробки теми (хто досліджував цю проблематику, яких результатів досяг, що залишилось не вивченим), мета дослідження (1 речення), завдання дослідження, методи дослідження, структура роботи (вступ, кількість розділів, висновки, список джерел та літератури (кількість найменувань), загальна кількість сторінок в роботі). Рекомендований обсяг вступу - до 3 сторінок.

Основна частина роботи складається з розділів та підрозділів. Завдання розділів основної частини - переконливо довести та проілюструвати головну думку автора. В основній частині автор послідовно та переконливо викладає факти, аргументи та докази, які він отримав опрацювавши відповідний масив джерел та літератури. Кожен розділ має починатись з передмови, де актуалізуються завдання дослідження, які будуть вирішені в цьому розділі. Наприкінці розділу потрібно сформулювати висновки із стислим викладенням наведених у розділі наукових і практичних результатів.

Висновки мають містити результати проведеного дослідження. В висновку зазначаються питання, які потребують подальшого дослідження, визначаються орієнтири на майбутнє. Дуже небажано в висновках викладати нові факти, ідеї та аргументи, які відсутні в основній частині роботи. Висновок – це нагода наголосити на тому, що вже було сказано в основній частині роботи. Дуже важливо, щоб висновки відповідали поставленим завданням. Обсяг висновків не повинен перевищувати 1-2 сторінки.

Наукове дослідження завершується **списком використаної літератури.**

Після остаточного узгодження чернетки курсової роботи з керівником, можна оформляти чистовий варіант. Перед тим як друкувати з чернетки курсову роботу, її слід старанно ще раз перевірити, уточнити назви розділів,

підрозділів, послідовність розміщення матеріалу, звірити цифрові дані, обґрунтованість і чіткість формулювань висновків та рекомендацій.

РОЗДІЛ 2. ОФОРМЛЕННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Курсову роботу друкують за допомогою комп'ютера на аркушах білого паперу формату А4. При друкуванні тексту роботи необхідно залишати поля таких розмірів: зліва - до 30 мм, справа - 10 мм, зверху - 20 мм та знизу - 20 мм. Текст наукової роботи набирається шрифтом з відсічками Times NewRoman розміром 14 пунктів, лінійки розміщуються з інтервалом 1.5 (29-30 рядків на сторінці).

Титульна сторінка: перша сторінка оформляється як титульна, на ній немає колонтитула, немає також і номера сторінки. Зразок оформлення у Додатку А.

Нумерацію сторінок, розділів, підрозділів, таблиць, малюнків, формул у змісті роботи подають арабськими цифрами без знаку №. Першою сторінкою роботи є титульний лист, на якому номер сторінки не ставиться. На наступних сторінках номери проставляються у правому верхньому куті сторінки без крапки після цифри.

Номер розділу ставлять після слова “РОЗДІЛ”, після номера крапки не ставлять, потім з нового рядка друкують заголовок розділу. Підрозділи нумерують у межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, між якими ставлять крапку. В кінці номера підрозділу має стояти крапка, наприклад: “2.3.” (третій підрозділ другого розділу). Потім у тому ж рядку йде заголовок підрозділу.

Кожен наступний абзац починається відступом 10 мм. Між абзацами немає додаткових інтервалів.

Заголовок будь-якої зі структурних частин не може знаходитися в кінці аркуша, після нього мусять бути принаймні два рядки тексту, що знаходяться на відстані 5 мм від заголовка.

Жоден заголовок не може закінчуватися крапкою. Якщо він довший одного рядка, то не слід вживати перенесення (поділу) слів; наступний рядок має починатися з того самого відступу.

Заголовки змісту, вступу, висновків, списку використаних джерел і літератури, додатків, списків позначень та скорочень повинні бути розміщені по центру рядка і написані великими літерами звичайним жирним шрифтом розміром 18 пунктів. Після заголовку пропускається один рядок.

Кожен розділ починається з нового аркуша. Розділи позначаються арабськими цифрами. Заголовок розділу має бути розміщений в наступному рядку під номером, по центру рядка. Всі назви пишуть великими літерами звичайним жирним шрифтом. Проте вони відрізняються за розміром: слово розділ та його номер пишуться розміром 18 пунктів, а назва розділу – 16 пунктів.

Розділ може поділятися на підрозділи, які в свою чергу, можуть ділитися на дрібніші структурні частини. Не бажано, щоб ступенів поділу було більше ніж чотири.

Підрозділ і перший його ступінь поділу позначаються арабськими цифрами і починаються без відступу з лівого боку рядка. Треба зберігати невеликий відступ від попереднього тексту між розділами і підрозділами. Це допомагає переключити увагу читача і надати структурі роботи графічної виразності. Заголовок підрозділу пишеться малими прописними літерами жирним шрифтом розміром 14 пунктів. Заголовок першого ступеня поділу теж пишеться малими прописними літерами жирним шрифтом, але додатково позначається ще й курсивом.

Порядок посилань на джерела. Посилання в тексті дають у квадратних дужках []. Посилаються на джерело та сторінку (крім випадків, коли посилаються на джерело в цілому). Наприклад: На думку Геракліта світ слід розуміти, як потік, тобто: “Усе тече, усе змінюється” [8, с.68]. Володимир Соловйов може вважатися першим російським філософом, який зробив проблему єдності християн однією з центральних проблем своєї філософії [16, с. 114-115]. Проблеми екуменічної співпраці між конфесіями в Україні розглядаються у працях [1-7] або [1, 2, 7]. Цифри в [] відповідають порядковому номеру джерела у списку використаних джерел.

Оформлення бібліографічного списку.

У тексті роботи після висновків подають “Список використаної літератури”. Цей список має містити повний бібліографічний опис будь-яких документів, наукових праць та довідкової літератури, використаних автором у будь-якій формі. Список доцільно поділити на кілька розділів, у яких згрупувати різні види літератури (джерела, наукова література, довідкові видання). У кожній частині Списку... подаються повні бібліографічні назви публікацій із зазначенням загальної кількості сторінок, а у статтях - перша і остання сторінки. Назви розміщуються за алфавітом - спочатку кириличні видання, потім видання латиною. Записи розташовують в алфавітному порядку за прізвищами авторів або перших слів назв творів, записаних без автора. Авторів, які мають однакові прізвища записують в алфавітному порядку їхніх ініціалів. Праці одного автора записують за алфавітом перших букв назв його праць. Праці одного автора з однаковою назвою записують за хронологією. Зразки бібліографічного запису подано в Додатку В.

Ілюстрації. У курсових роботах слід використовувати лише штрихові ілюстрації і оригінали фотознімків. Фотознімки розміром меншим за формат А4 повинні бути наклеєні на стандартні аркуші білого паперу формату А4. Ілюстрації повинні мати назву, яку розміщують після номера ілюстрації. За потреби ілюстрації доповнюють пояснювальними даними (підрисунковий текст). Ілюстрації (фотографії, креслення, схеми, графіки, карти) і таблиці слід подавати в роботі безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше, або на наступній сторінці. Ілюстрації і таблиці, які розміщені на окремих сторінках роботи, включають до загальної нумерації сторінок.

Таблицю, рисунок або креслення, розміри якого більше формату А4, враховують як одну сторінку і розміщують у відповідних місцях після згадування в тексті або у додатках. Ілюстрації позначають словом “Рис.” і нумерують послідовно в межах розділу, за виключенням 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.

Таблиці. Кожна таблиця повинна мати назву, яку розміщують над таблицею і друкують симетрично до тексту. Назву і слово “Таблиця” починають з великої літери. Назви не підкреслюють. Заголовки колонок мають починатися з великих літер, підзаголовки – з маленьких, якщо вони складають одне речення із заголовком, і з великих, якщо вони самостійні. Висота рядків – не менше ніж 8 мм. Колонку з порядковими номерами рядків до таблиці не включають.

Таблицю розміщують після першого згадування про неї у тексті так, щоб її можна було читати без повороту опалітуреного блоку 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 колонок можна ділити на частини і розміщувати одну частину під іншою в межах одної сторінки. Якщо рядки або колонки таблиці виходять за формат сторінки, то в першому випадку в кожній частині таблиці повторюють її шапку, а в другому - 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, марок, знаків, математичних і хімічних символів, які повторюються, не варто. Якщо цифрові або інші дані в якому-небудь рядку таблиці не подають, то в ньому ставлять прочерк (-).

На всі таблиці мають бути посилання в тексті, при цьому слово “таблиця” в тексті пишуть скорочено, наприклад: “... у табл.1.2”. У повторних посиланнях на таблиці та ілюстрації треба вказувати скорочено слово “дивись”, наприклад: “див.табл. 1.3”.

Додатки. За потреби до додатків доцільно включати таблиці, ілюстрації, які допомагають кращому сприйняттю матеріалу. Додатки оформлюють як продовження роботи на наступних її сторінках, розміщуючи

їх у порядку появи посилань у тексті дисертації. Кожний такий додаток має починатися з нової сторінки. Додаток повинен мати заголовок, надрукований угорі малими літерами з першої великої симетрично до 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 літери Ї, наприклад, додаток А, додаток Б і т.д. Один додаток позначається як додаток А.

РОЗДІЛ 3. ЗАХИСТ РОБОТИ

3.1. Подання роботи до захисту

Курсові роботи подаються науковому керівникові у визначені ним терміни.

3.2. Захист роботи

Курсові роботи захищаються перед комісією, до якої входять викладачі кафедри. Студент робить 5-7-ми хвилинний виступ, при якому має висвітлити:

- актуальність обраної теми, мету та завдання, наукову новизну та практичну значимість роботи;
- структуру роботи, об'єкт дослідження, методи дослідження;
- зміст запропонованих заходів та пропозицій автора;
- основні висновки за результатами роботи.

Під час доповіді можливе використання демонстраційних матеріалів (таблиці схеми, графіки тощо). Після доповіді студент відповідає на питання членів комісії.

3.3. Критерії оцінки курсових робіт

Робота, в якій зроблено власну оцінку джерел та літератури, використані різноманітні методи дослідження, запропоновано власне вирішення проблеми, викладені аргументовані висновки та обґрунтовані пропозиції може бути оцінена на “відмінно” (90-100 А).

Робота, у якій зроблено власну оцінку джерел та літератури, самостійно підібраний та проаналізований значний за обсягом та цікавий за змістом матеріал, зроблені аргументовані висновки та обґрунтовані пропозиції, але є помилки в оформленні роботи може бути оцінена на “добре” (82-89 В).

Робота, в якій зроблено власну оцінку джерел та літератури, самостійно підібраний та проаналізований значний за обсягом та цікавий за змістом матеріал, але є проблеми з оформленням роботи, аргументацією висновків, може бути оцінена на “добре” (75-81 С).

Робота, в якій самостійно підібраний та проаналізований значний за обсягом та цікавий за змістом матеріал, але відсутній аналіз джерел та літератури, допущенні помилки в оформленні роботи, може бути оцінена на “задовільно” (68-74D).

Курсова робота, в якій прореферовано опубліковані джерела і на їх основі розкрито тему допускається до захисту, але не може бути оцінена вище ніж оцінкою “задовільно” (60-67 Е).

Курсова робота, у якій буде виявлено ознаки плагіату знімається з розгляду, а її авторів виставляється оцінка “незадовільно” (35-59FX). Крім того, не допускаються до захисту роботи, які не відповідають вимогам оформлення курсових робіт, а також роботи поданні з порушенням термінів їх виконання.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання : ДСТУ ГОСТ 7.1:2006. – Чинний з 2007-07-01. – К. : Держспоживстандарт України, 2007. – 47 с.
2. Документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура і правила оформлення [Електронний ресурс] : ДСТУ 3008-95. – Режим доступу : http://sumdu.edu.ua/images/stories/scientific_inf/research/dstu_3008-95.pdf.
3. Інформація та документація. Скорочення слів в українській мові у бібліографічному описі. Загальні вимоги та правила [Електронний ресурс] : ДСТУ 3582-97. – Режим доступу : http://library.nulau.edu.ua/BIBLIOTEKA/SAIT/nauka/GOST/5_DSTU_3582-97.pdf.
4. Агафонов А. [Сетевой Маркетинг. Система рекрутирования в Интернете.](#) М.: Омега-Л, 2017. 154 с.
5. Алексунин В.А., Дубаневич Е.В., Скляр Е.Н. Маркетинговые коммуникации. Практикум. – М.: Дашков и К, 2018. 196 с.
6. Балабанова Л.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств [Текст]: навч. посіб. / Балабанова Л.В., Кривенко Г.В., Балабанова І.В. - К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2009.-256 с.
7. Бердышев С.Н. Информационный маркетинг. Практическое пособие, 2-е изд. –М.: Дашков и К, 2017. 216 с.
8. Бест Р. Маркетинг от потребителя. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. - 696 с.
9. Божук С. Маркетинговые исследования. Учебник. – М.: Юрайт, 2017. 280 с.
10. Біловодська О. А. Управління маркетинговими каналами промислових підприємств на інноваційних засадах : монографія / О. А. Біловодська, Л. О. Сигида. – Київ : Вид-во «Центр навчальної літератури», 2017. – 234 с.
11. Близнюк С.В. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку [Текст]: навч. посіб. / Близнюк С.В. - К.: Кондор, 2009.- 384 с.

12. Божкова В.В. Реклама та стимулювання збуту: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / В.В.Божкова, Ю.М.Мельник; - К.: Центр навчальної літератури, 2009.-200 с.
13. Васильева Е.А. Как сделать рекламу эффективной? 25 беспроигрышных идей. Практическое пособие, 2-е изд. – М.: Дашков и К, 2017. 160 с.
14. Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика [Текст]: навч. посіб. / Діброва Т.Г. - К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2009.-320 с.
15. Докторов Б.З. Реклама и опросы общественного мнения в США в 2 ч. Часть 1. Научная реклама: монография / Б. З. Докторов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2018. 263 с.
16. Докторов Б.З. Реклама и опросы общественного мнения в США в 2 ч. Часть 2. Научные опросы общественного мнения: монография / Б. З. Докторов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2018. 367 с.
17. Дубровин И.А. Поведение потребителей. Учебное пособие, 4-е изд. – М.: Дашков и К., 2018. 310 с.
18. Завьялов П.С., Демидов В.Е. Формула успеха: маркетинг. - М.: Междунар. отношения, 2012. - 416 с.
19. Ілляшенко С.М. Маркетингові дослідження [Текст]: навч. посібник / Ілляшенко С.М., Баскакова М.Ю. - К.: Центр навчальної літератури, 2006.-192 с.
20. Комарова Л.К. Основы выставочной деятельности: учебное пособие для академического бакалавриата / Л. К. Комарова; отв. ред. В. П. Нехорошков. –2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2018. 175 с.
21. Котлер, Ф. Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей [Текст] : пер. с англ. / Ф. Котлер, Ф. Триас де Бес. - М. : Альпина Паблшерз, 2010. - 204 с.
22. Котлер Ф., Армстронг Г., Вонг В., Сандерс Дж. Основы маркетинга, 5-е европейское изд. – М.: Вильямс, 2017. 752 с.

23. Котлер Ф. Маркетинг, менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – 12-е изд. – СПб. : Питер, 2008. – 816 с.
24. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива: Пер. с франц. - СПб.: Наука, 2006. - 589 с.
25. Левитас А. Больше денег от вашего бизнеса. Партизанский маркетинг в действии. – М.: Иванов, Манн и Фербер, 2017. 320 с.
26. Литовченко І.Л., Пилипчук В.П. Інтернет&маркетинг: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 184 с.
27. Маркетинг: навчальний посібник / П. А. Орлов, С. І. Косенков, Т. П. Прохорова та ін. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2012. – 528 с.
28. Маркетинг на 100 %. Ремикс. Как стать хорошим менеджером по маркетингу. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. 256 с.
29. Маркетинг: теоретичні основи маркетингу: навч. посіб. / [В.Б. Захожай, Л.В. Романова, Н.А. Головач та ін.]; під кер. та наук. ред. В.Б. Захожая. – К. «ДП «Видавничий дім «Персонал», 2015.
30. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку : монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми : Університетська книга, 2015. – 728 с.
31. Мелкиян О.М. Поведение потребителей. Учебник. – 4-е изд. – М.: Дашков и К., 2018. 280 с.
32. Мельник І.М. Мерчандайзинг [Текст]: навч. посіб. / Мельник І.М., Хом'як Ю.М. - К.: Знання, 2009.-309 с.
33. Новітній маркетинг: Навч.посіб. / Є.В. Савельєв, С.І. Чоботар, Д.А.Штефанич; За ред. Є.В. Савельєв. – К.: Знання, 2008. – 420с.
34. Нордфальт Й. Ритейл-маркетинг. Практики и исследования. – М.: Альпина Паблишер, 2017. 512 с.
35. Основи споживчих знань: Навчальний посібник / за заг. ред. Максименко К.О., Овчарук О.В. – К.: «К.І.С.», 2008. – 192 с.
36. Прокопенко О.В., Троян М.Ю. Поведінка споживачів: Навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 176с.

37. Пилипчук В.П. Промисловий маркетинг [Текст]: навч. посіб. / Пилипчук В.П. - К.: Центр навчальної літератури, 2009.- 364 с.
38. Цимбалюк І.М. Психологія торгівлі [Текст]: навч. посіб. / Цимбалюк І.М. - К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2009.-368 с.
39. Чухрай Н. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві [Текст]: підручник / Чухрай Н., Патора Р. - К.: Кондор, 2006.- 400 с.
40. Шумейко А.К., Маркетинг у малому бізнесі. /К. Шумейко– К.: ЦУЛ, 2009. – 71 с.
41. Щербань В.М. Маркетингова політика розподілення [Текст]: навч. посіб. / Щербань В.М. - К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2009.- 296 с.

Інтернет-ресурси

42. Українська Асоціація Маркетингу. – режим доступу: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/>
43. Журнал Маркетинг в Україні. – режим доступу: <http://presspoint.ua/>
44. Новини маркетингу. – режим доступу: <http://delo.ua/business/marketing/> Маркетинг-мікс. – режим доступу: <http://marketingmix.com.ua>

Тематика курсових робіт

1. Удосконалення сегментації ринку товарів підприємства
2. Позичіонування товарів та послуг
3. Вибір цільового ринку та позиціонування товару на ринку
4. Дослідження поведінки споживачів
5. Маркетингове дослідження привабливості сегменту ринку
6. Удосконалення організаційної структури маркетингу підприємстві
7. Маркетингові дослідження на підприємстві
8. Удосконалення товарного асортименту
9. Розробка нових товарів та виведення їх на ринок
10. Маркетингова товарна політика підприємства
11. Інформаційне забезпечення маркетингової діяльності на підприємстві
12. Маркетингові інформаційні системи: формування та організація
13. Управління товарними запасами промислового підприємства
14. Товарні запаси промислового підприємства
15. Маркетингова програма підприємства: розробка та напрями удосконалення
16. Маркетингове обґрунтування інвестиційного проекту
17. Удосконалення концепцій соціально-орієнтованого маркетингу на підприємстві
18. Удосконалення концепцій маркетингу взаємовідносин на підприємстві
19. Удосконалення концепцій внутрішнього маркетингу на підприємстві
20. Удосконалення холістичної концепцій маркетингу на підприємстві
21. Удосконалення маркетингової стратегії підприємства
22. Удосконалення маркетингової діяльності на підприємства
23. Удосконалення маркетингової діяльності на підприємства на міжнародних ринках
24. Удосконалення маркетингового стратегічного планування на підприємстві.

25. Удосконалення політики просування товарів на ринок
26. Маркетингові комунікації у сфері послуг
27. Економічний аналіз рекламної компанії: формування та напрями удосконалення
28. Роздрібна торгівля у системі маркетингу
29. Удосконалення збутовою діяльністю підприємства
30. Формування іміджу підприємства на ринку
31. Використання паблік рілейшнз у системі просування товарів
32. Інтегровані маркетингові комунікації підприємства
33. Вертикальні маркетингові системи та їх формування
34. Удосконалення рекламної діяльності на підприємстві
35. Брендінг в системі маркетингу
36. Напрями стимулювання збуту продукції підприємства
37. Маркетинг торговельного підприємства
38. Удосконалення маркетингової діяльності підприємства по наданню послуг в різних сферах діяльності
39. Канали розподілу товарів та послуг підприємства
40. Торгова марка підприємства: напрями створення та удосконалення
41. Підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку товарів та послуг.

Зразок титульного аркуша курсової роботи**ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
«ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД»
МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ**

Навчально-науковий інститут менеджменту, економіки та фінансів

Кафедра _____

Курсова робота

з дисципліни « _____ »

на тему: « _____ »

Шифр групи: _____

Спеціальність: _____

Спеціалізація: _____

Науковий керівник:

(вчена звання, науковий ступінь, ПІБ)

Київ-201__

Зміст

Вступ	3
Розділ 1. (Назва)	5
1.1. (Назва)	5
1.2. (Назва)	9
1.3. (Назва)	12
Розділ 2. (Назва)	15
2.1. (Назва)	15
2.2. (Назва)	19
2.3. (Назва)	21
Розділ 3. (Назва).....	23
3.1.....	23
3.2.....	26
Висновки	29
Список використаної літератури	30
Додатки	32