



**МІНІСТЕРСТВО НАУКИ І ОСВІТИ УКРАЇНИ
ДОНБАСЬКА ДЕРЖАВНА МАШИНОБУДІВ-
НА АКАДЕМІЯ**

Кафедра менеджменту

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

щодо виконання курсової роботи із дисципліни

«СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ»

для здобувачів вищої освіти освітньо-професійної програми Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг

освітній ступінь Магістр



Краматорськ, 2019

МІНІСТЕРСТВО НАУКИ І ОСВІТИ УКРАЇНИ
ДОНБАСЬКА ДЕРЖАВНА МАШИНОБУДІВНА АКАДЕМІЯ

Кафедра менеджменту

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

ДО ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

ІЗ ДИСЦИПЛІНИ

«СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ»

для здобувачів вищої освіти освітньо-професійної програми Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування
спеціальності 075 Маркетинг
другого (магістерського) рівня

Затверджено
На засіданні кафедри
Менеджменту
Протокол № 1 від 27.08.2019 р.

Краматорськ, 2019

Стратегічний маркетинг: методичні рекомендації до виконання курсової роботи для здобувачів вищої освіти за другим (магістерським) рівнем освітньо-професійної програми підготовки «Маркетинг» (спеціальність 075 Маркетинг)/ Уклад. Фоміченко І.П., Бурцева О.Є. Краматорськ, ДДМА, 2019. 36 с.

Автори:

Фоміченко І.П., кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту

Бурцева О.Є., кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту

Рецензент:

Єлецьких С.Я. , доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів, банківської справи та підприємництва.

Відповідальний за випуск: декан факультету економіки та менеджменту

Мироненко Є.В., д.т.н., професор

Обговорено та рекомендовано до тиражування та використання в начальному процесі науково-методичною радою факультету економіки та менеджменту

03 вересня 2019 року, протокол № 1

ЗМІСТ

1 МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «СТРАТЕГІЧНИЙ МА-РКЕТИНГ»	4
2 ЕТАПИ ПІДГОТОВКИ, ВИМОГИ ДО ЗМІСТУ ТА ОФОРМЛЕННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ	5
2.1 Загальні положення	5
2.2 Вибір теми та організація виконання курсової роботи	5
2.3 Структура курсової роботи	7
2.4 Організація захисту та критерії оцінювання курсової роботи	8
2.4 Оформлення курсової роботи	9
3.РЕКОМЕНДОВАНА ТЕМАТИКА КУРСОВИХ РОБІТ	18
4. РЕКОМЕНДОВАНІ ПЛАНИ КУРСОВИХ РОБІТ	19
5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	27
ДОДАТКИ	28

1 МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ»

Мета навчальної дисципліни «Стратегічний маркетинг»: вивчення та оволодіння студентами методами аналізу ринку і внутрішнього середовища підприємства та розвиток наукового мислення щодо розробки маркетингової стратегії на основі проведеного аналізу.

Завдання навчальної дисципліни: навчитися аналізувати стан внутрішнього середовища підприємства та тенденції його розвитку; навчитися аналізувати стан зовнішнього середовища підприємства та тенденції його розвитку; навчитися аналізувати привабливість ринку, окремих його сегментів та конкурентоспроможність підприємства в конкретних сегментах; оволодіти методикою сегментування ринку, вибору цільових ринкових сегментів та позиціонування товару підприємства в обраних ринкових сегментах; розробляти маркетингові стратегії в тісному взаємозв'язку із корпоративною (діловою) стратегією підприємства; вміти визначати стратегічні рішення стосовно елементів комплексу маркетингу; розробляти маркетинговий план.

Компетентності:

загальні:

ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

фахові:

СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.

СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.

СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.

СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.

Програмні результати навчання:

ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.

ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управлін-

ня маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.

ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

2 ЕТАПИ ПІДГОТОВКИ, ВИМОГИ ДО ЗМІСТУ ТА ОФОРМЛЕННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

2.1 Загальні положення

Згідно навчального плану освітньої програми Маркетинг спеціальності 075 «Маркетинг» поряд з вивченням дисципліни «Стратегічний маркетинг» передбачено також написання курсової роботи.

Мета курсової роботи – сприяти розвитку творчих навичок здобувачами вищої освіти, закріпити, поглибити і узагальнити теоретичні знання, набуті здобувачами вищої освіти у процесі вивчення курсу, і виробити вміння застосовувати їх при практичному вирішенні питань з стратегічного маркетингу підприємства.

Завдання курсової роботи: систематизація та поглиблення теоретичних і практичних знань з дисципліни, їх застосування при вирішенні конкретних практичних завдань; закріплення навичок самостійної роботи; оволодіння методикою дослідження, узагальнення та логічного викладу матеріалу.

У курсовій роботі здобувач вищої освіти повинен показати: міцні теоретичні знання з обраної теми і проблемний виклад теоретичного матеріалу; вміння підібрати, проаналізувати і узагальнити літературні джерела та фондові матеріали, вирішувати практичні завдання, робити висновки і пропозиції; навички проведення економічного аналізу та розрахунків, володіння сучасною обчислювальною технікою; вміння застосовувати методи оцінки економічної та соціальної ефективності пропонованих заходів.

Загальні вимоги до курсової роботи: цільова спрямованість; чіткість побудови; логічна послідовність викладу матеріалу; глибина дослідження і повнота висвітлення питань; переконливість аргументацій; стислість і точність формулювань; конкретність викладу результатів роботи; доказовість висновків і обґрунтованість рекомендацій; грамотне оформлення.

2.2 Вибір теми та організація виконання курсової роботи

Тему курсової роботи здобувачі вищої освіти обирають самостійно, спираючись на рекомендовану тематику. Курсова робота виконується на матеріалах конкретного промислового підприємства або організації.

Здобувач вищої освіти може подавати власні пропозиції щодо тематики курсової роботи на розгляд кафедри.

Обрана тема курсової роботи затверджується протоколом засідання кафедри та обов'язково закріплюється Завданням за здобувачем вищої освіти (додаток А). Виконання декількох курсових робіт на однакову тему в одній групі не допускається.

Курсові роботи виконуються у терміни, передбачені графіком навчального процесу, але не пізніше як за два тижні до захисту. У випадку порушення термінів здачі робіт без поважних причин на кафедрі курсові роботи на перевірку не приймається. Такий здобувач вищої освіти не допускається до захисту курсової роботи і отримує академічну заборгованість, ліквідація якої здійснюється аналогічно до інших форм підсумкового контролю відповідно до «Положення про організацію навчального процесу у ДДМА» (www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Положення_про_організацію_освітнього_2.pdf).

В інших випадках (поважні причини) здобувач має право на продовження сесії.

Календарний план виконання курсової роботи затверджується щорічно і доводиться до відома здобувачів вищої освіти на початок семестру.

План курсової роботи, як правило, повинен відповідати рекомендованому, хоча може складатись здобувачем вищої освіти самостійно з урахуванням опрацьованої літератури і погоджуватись з науковим керівником роботи.

Виконання курсової роботи розпочинається з вивчення літератури та інформаційних джерел з проблем стратегічного планування в діяльності органів влади. На цьому етапі здобувач вищої освіти за допомогою керівника, використовуючи фонд бібліотек (навчального закладу, обласної бібліотеки та ін.), опрацьовує бібліографію.

Для підготовки курсової роботи використовується наукова, навчальна та нормативна література (монографії, довідники, підручники, навчальні посібники, статті із наукових джерел). Інформація також може бути отримана і з комп'ютерних мереж.

При виконанні курсової роботи використовуються форми статистичної звітності, інші джерела (за останні 3 роки).

Текст курсової роботи може ілюструватись рисунками, схемами, графіками, діаграмами, таблицями тощо.

Курсова робота починається з титульної сторінки за формою, наведеною в додатку Б. Це перша сторінка курсової роботи, яку включають до загальної нумерації сторінок, але не нумерують. За титульною сторінкою наводяться послідовно зміст, вступ, розділи в порядку подання, висновки, список використаних джерел, додатки.

Курсова робота повинна бути виконана й оформлена з додержанням вимог до наукової роботи згідно методичних рекомендацій. Рекомендований обсяг курсової роботи не повинен перевищувати 45 сторінок друкованого тексту, список використаної літератури – близько 20 джерел. До списку літературних джерел, крім наукової та науково-методичної літератури необхідно також включати інформацію з офіційних сайтів організацій публічної влади або архіви даних, якими користувався здобувач вищої освіти.

2.3 Структура курсової роботи

Курсова робота складається з вступу, дослідницько-аналітичної та рекомендаційної частин, висновків, списку використаних джерел, додатків.

У вступі викладається актуальність теми. Коротко висвітлюються основні завдання стратегічного планування в діяльності підприємства або організації, що впливають із основних законодавчих актів та указів Президента України, поста-

нов Кабінету Міністрів. Визначається мета і завдання, предмет та об'єкт дослідження, методи дослідження.

У першому теоретичному розділі основної частини розглядаються теоретичні та методологічні аспекти досліджуваної проблеми, аналітичний огляд літературних джерел з предмета наукового дослідження, критично аналізуються різні погляди, здійснюється їх наукова класифікація, основні фактори впливу на стан і розвиток досліджуваного об'єкта тощо. Теоретичне обґрунтування, суть, значення, класифікаційні характеристики, історія та тенденції розвитку предмета дослідження, методологічні підходи повинні мати елементи полемічності, розкривати власну позицію щодо предмета дослідження, що створює передумови для проведення у наступному розділі власних наукових досліджень.

Для констатації та обґрунтування загальнотеоретичних висновків та тенденцій доцільно використовувати дані, опубліковані у відповідних енциклопедіях, монографіях, довідниках, зарубіжних джерелах, виданнях, у т. ч. включених до наукометричної бази Scopus.

У першому дослідницько-аналітичному розділі здобувач вищої освіти узагальнює теоретичні основи досліджуваного питання, коротко викладає методику дослідження, а також, використовуючи фактичний матеріал і зібрану інформацію, аналізує сучасний стан досліджуваного об'єкта, явища чи процесу та розкриває зміст проблеми на прикладі конкретного підприємства чи організації.

Дослідження окресленої проблеми має здійснюватися на основі накопиченого і систематизованого матеріалу, групування та обробки даних, що дозволяє проводити кваліфікований аналіз, обґрунтовувати пропозиції у наступному розділі.

Другий рекомендаційний розділ може містити декілька взаємопов'язаних підрозділів, в яких надано конкретні методично обґрунтовані пропозиції щодо вдосконалення стратегічного планування в діяльності промислового підприємства або організації. У цьому розділі розкривають також зміст і результати власних наукових досліджень, наводяться авторські розробки.

У висновках курсової роботи підбиваються підсумки проведеного дослідження, систематизуються одержані наукові та практичні результати, рекомендації щодо їх практичного використання

Формулювання висновків повинно базуватися на матеріалах основної частини роботи відповідно до поставлених завдань.

Обсяг висновків, як правило, не повинен перевищувати 2 сторінок.

До списку використаних джерел слід включати джерела, на які у тексті є посилання. Список складається із законодавчих актів, нормативних матеріалів, вітчизняної та зарубіжної наукової, спеціальної літератури, фахових видань, інформаційних ресурсів Інтернету.

У додатках наводяться допоміжні матеріали: копії документів, витяги із нормативно-правових актів, звіти, інструкції/положення/правила, результати соціологічних досліджень, громіздкі таблиці, рисунки тощо.

2.4 Організація захисту та критерії оцінювання курсової роботи

Виконана курсова робота подається здобувачем вищої освіти на кафедру, де реєструється, після чого передається керівнику для перевірки та рецензування.

В процесі перевірки курсової роботи керівник робить письмові зауваження, зрозумілі помітки, виправлення, відмічає позитивні сторони роботи та недоліки, які треба ліквідувати до захисту. Обов'язково керівник оформляє лист оцінювання (додаток В), де зазначені критерії оцінювання курсової роботи. Курсові роботи, зміст яких відповідає вимогам, допускаються до захисту, про що викладачем робиться відмітка в листі оцінювання. При необхідності курсова робота доопрацьовується згідно з зауваженнями, а потім допускається до захисту.

Захист курсової роботи проводиться публічно перед комісією у складі 2-3 викладачів кафедри, у тому числі і керівника курсової роботи. У процесі захисту оцінюється глибина знань та рівень практичних навичок з теми роботи і відповідного розділу дисципліни.

За результатами захисту складається протокол (додаток Д).

Результати захисту курсової роботи оцінюються за національною шкалою та шкалою ЄКТС:

1. «Відмінно» (A), (90-100). Виставляється, якщо тема курсової роботи розкрита повною мірою, визначені основні категорії наукового дослідження. Робота виконана самостійно, містить аналіз практичних проблем. Представлений у ній матеріал свідчить про глибоке розуміння автором порушених питань. Виклад матеріалу роботи відрізняється логічною послідовністю, посиланнями на літературні і нормативні джерела, завершується конкретними висновками. Курсова робота оформлена акуратно, відповідно до вимог.

2. «Добре» (B, C), (75-89). Виставляється, якщо розкритий основний зміст теми, робота виконана переважно самостійно, містить аналіз практичних проблем. Зміст розкриває тему курсової роботи, визначені основні параметри апарату дослідження. Зміст підрозділів розкриває тему курсової роботи. Викладений у ній матеріал свідчить про достатньо глибоке розуміння автором порушених питань. Виклад матеріалу роботи відрізняється логічною послідовністю, посиланнями на літературні і нормативні джерела, завершується конкретними висновками. Курсова робота оформлена акуратно, відповідно до вимог.

3. «Задовільно» (D, E), (55-74). Виставляється, якщо тема курсової роботи розкрита частково, робота виконана в основному самостійно, містить елементи аналізу досліджуваної проблеми. Зміст частково розкриває тему курсової роботи, не повністю визначені основні параметри наукового апарату. Зміст розділів і підрозділів частково розкриває тему курсової роботи. Не всі порушені питання викладені достатньо глибоко, є порушення логічної послідовності, посилання на літературні і нормативні джерела не відповідають новим вимогам. Курсова робота оформлена з порушеннями.

4. «Незадовільно» (FX, F), (1-54). Виставляється, якщо не розкрита тема курсової роботи. Робота виконана не самостійно, має описовий характер. Її матеріал викладений без логічної послідовності, фрагментарно; зміст не відповідає темі курсової роботи та не розкриває розділи і підрозділи, не визначені основні

параметри апарату. Посилання на літературні і нормативні джерела оформлені з грубими порушеннями.

У випадку отримання здобувачем вищої освіти при захисті курсового проєкту (роботи) оцінки «незадовільно» (FX, F) рішенням кафедри йому може бути запропонована нова тема і новий термін виконання курсової роботи.

2.4 Оформлення курсової роботи

Загальні вимоги.

Оформлення курсової роботи має відповідати загальним вимогам до наукових робіт згідно з державним стандартом ДСТУ 3008-95 «Документація. Звіти у сфері науки та техніки. Структура і правила оформлення».

Курсова робота має бути написана державною мовою.

Текст курсової роботи набирають на комп'ютері через 1,5 міжрядкові інтервали (29-30 рядків на сторінці), друкують за допомогою принтера на одному боці аркуша білого паперу формату А4 (210x297 мм); шрифт текстового редактора – Word Times New Roman, розмір 14 мм. Поля: зліва – не менше 25 мм, справа – не менше 10 мм, зверху і знизу – не менше 20 мм. Шрифт друку повинен бути чітким, щільність тексту – однаковою.

Помилки, описки і графічні неточності, виявлені у процесі виконання курсової роботи, допускається виправляти підчищенням, або з використанням коректора і нанесенням на тому ж місці виправленого тексту (графіки) машинописним чи рукописним способом (чорними чорнилом, пастою, тушшю). Допускається наявність не більше двох виправлень на одній сторінці.

Пошкодження аркушів, помарки і сліди неповністю видаленого попереднього тексту в роботі не допускаються.

Список використаної літератури має містити не менш 20 літературних джерел, 70 % з них опублікованих за останні 5 років.

Матеріал курсової роботи слід подати у такій послідовності:

титульна сторінка;

бланк завдання;

зміст; перелік умовних позначень (у разі потреби);

вступ;

основна частина;

висновки;

список використаних джерел;

додатки.

Якщо у курсовій роботі наводяться маловідомі скорочення, нові символи, позначення, то їх перелік налається перед вступом і вноситься до змісту як «Перелік умовних позначень». Перелік умовних скорочень надається у вигляді окремого списку, який розміщують перед змістом, після завдання. Перелік слід друкувати у дві колонки, у лівій за абеткою наводять скорочення, у правій – детальне розшифрування.

Завершено і оформлену належним чином курсову роботу обов'язково підписує автор на останній сторінці списку використаних джерел.

Мова курсової роботи – державна, стиль – науковий, чіткий, без орфографічних і синтаксичних помилок, послідовність – логічна.

Особлива увага приділяється дотриманню академічної доброчесності – пряме переписування у роботі матеріалів із літературних джерел є неприпустимим без посилання на них.

Титульна сторінка курсової роботи оформляється за єдиним зразком (див. додаток Б). За титульною сторінкою розміщують «Завдання та календарний план виконання курсової роботи» (див. додаток А). Третя сторінка тексту – «ЗМІСТ». Далі йде «ВСТУП», цією сторінкою відкривається нумерація курсової роботи.

Роздруковані на ЕОМ програмні документи повинні відповідати формату А4 (мають бути розрізаними), їх розміщують в додатках.

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

Заголовки структурних частин курсової роботи «ЗМІСТ», «ВСТУП», «РОЗДІЛ», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ»,

«ДОДАТКИ» друкують великими літерами по центру без абзацного відступу з вирівнюванням по ширині. Заголовки підрозділів друкують маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу. Крапку в кінці заголовка не ставлять. Якщо заголовок складається з двох або більше речень, їх розділяють крапкою.

Відстань між заголовком розділу та підрозділу – 1 рядок, між заголовком та текстом – 1 рядок.

Кожну структурну частину курсової роботи (розділ) треба починати з нової сторінки. Між останнім реченням попереднього підрозділу та заголовком наступного підрозділу робиться відступ 2 рядки. До загального обсягу роботи не входять додатки, список використаних джерел, таблиці та рисунки, які повністю займають сторінку. Всі сторінки зазначених елементів курсової роботи підлягають суцільній нумерації.

Зміст має відповідати плану курсової роботи. На сторінці зі змістом навпроти кожної складової курсової роботи проставляються номери сторінок, які вказують на початок викладення матеріалу.

Нумерація. Нумерацію сторінок, розділів, підрозділів, рисунків (малюнків), таблиць, формул подають арабськими цифрами без знака №.

Нумерація. Нумерацію сторінок, розділів, підрозділів, рисунків, таблиць подають *арабськими цифрами* без знака №.

Нумерація сторінок курсової роботи має бути наскрізною (включаючи ілюстрації) і проставлятися у правому верхньому куті аркуша без крапки.

Першою сторінкою є титульний аркуш, який входить до загальної нумерації сторінок. На титульному аркуші, аркушах завдання та аркуші змісту номер сторінки не ставиться. Нумерація сторінок проставляється, починаючи зі «Вступу».

Номер проставляють у правому верхньому куті аркуша без крапки в кінці, шрифт Times New Roman 12-го розміру.

Текст *основної частини* курсової роботи поділяють на розділи та підрозділи. Кожний розділ підрозділ починають з нової сторінки.

Складові курсової роботи «ЗМІСТ», «ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНА-

ЧЕНЬ», «ВСТУП», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ» не нумерують.

Номер розділу ставлять після слова «РОЗДІЛ», без крапки, а потім з нового рядка друкують заголовок розділу великими літерами.

Підрозділ нумерують у межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, між якими ставлять крапку. Наприкінці номера підрозділу ставиться крапка. Наприклад:

«2.3.» (третій підрозділ другого розділу), за якою у тому ж рядку зазначають заголовок підрозділу. Заголовки підрозділів друкують маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу. Наприкінці заголовка крапки не ставлять.

Наприклад:

РОЗДІЛ 1

СУЧАСНИЙ СТАН І ПРОБЛЕМИ РОЗРОБЛЕННЯ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Теоретико-методичні основи стратегічного планування розвитку промислового підприємства

Підрозділи нумерують у межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, між якими ставлять крапку. В кінці номера підрозділу ставиться крапка, наприклад: «2.3.» (третій підрозділ другого розділу). Потім у тому ж рядку наводять заголовок підрозділу.

Ілюстрації (фотографії, креслення, схеми, графіки, карти) і таблиці необхідно подавати в курсовій роботі безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше, або на наступній сторінці. Як зазначалось вище, ілюстрації і таблиці, розміщені на окремих сторінках роботи, включають до суцільної нумерації сторінок. Таблицю, малюнок або рисунок, розміри якого більше формату А4, враховують як одну сторінку і розміщують у відповідних місцях після згадування у тексті або в додатках.

Ілюстрації позначають словом «Рис.», і нумерують послідовно в межах розділу, за винятком ілюстрацій, наведених у додатках.

Номер ілюстрації повинен складатися з номера розділу і порядкового номера ілюстрації, між якими ставиться крапка.

Наприклад:

Рис. 1.1. Основні задачі процесу реалізації стратегії розвитку ТОВ «Укртехснаб», 2020 – 2027 рр.

Номер ілюстрації, її назву та пояснювальні підписи розміщують послідовно під ілюстрацією.

Таблиці нумерують послідовно (за винятком таблиць, поданих у додатках) в межах розділу. У правому верхньому куті над відповідним заголовком таблиці розміщують напис «Таблиця» із зазначенням її номера. Номер таблиці повинен складатися з номера розділу та порядкового номера таблиці, між якими ставиться крапка, наприклад: «Таблиця 1.2» (друга таблиця першого розділу).

При перенесенні частини таблиці на інший аркуш (сторінку) слово «Таблиця»

ця» і номер її вказують один раз справа над першою частиною таблиці, над іншими частинами пишуть слова «Продовж. табл.» і вказують номер таблиці. Приклад перенесеної таблиці подано на стор. 16 даних методичних рекомендацій.

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

Примітки до тексту і таблиць, в яких наводять довідкові та пояснювальні дані, нумерують послідовно в межах однієї сторінки. Якщо приміток на одному аркуші кілька, то після слова «Примітки» ставлять двокрапку (шрифт Times New Roman 12-го розміру, інтервал 1,0 («одинарний»)).

Наприклад:

Примітки:

1. ...

2. ...

Якщо є одна примітка, то її складові частини не нумерують і після слова «Примітка» ставлять крапку.

Ілюстрації. Ілюструють курсову роботу, виходячи із певного загального задуму, за ретельно продуманим тематичним планом, що допомагає уникнути ілюстрацій випадкових, пов'язаних із другорядними деталями тексту, запобігти невиправданним пропускам ілюстрацій до найважливіших тем. Кожна ілюстрація має відповідати тексту, а текст – ілюстрації.

Ілюстрації слід наводити безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше, або на наступній сторінці, ілюстрації, розміщені на окремих сторінках роботи, включають до загальної нумерації сторінок. Ілюстрацію, розміри якої більше формату А4, рекомендується розміщувати у додатках,

Назви ілюстрацій розміщують після їх номерів. За необхідності ілюстрації доповнюють пояснювальними даними (під рисунковий підпис).

Підпис під ілюстрацією зазвичай має чотири основних елементи:

- найменування графічного сюжету, що позначається скороченим словом «Рис.»;
- порядковий номер ілюстрації, який вказується без знака номера арабськими цифрами;
- експлікацію, яка будується так: деталі сюжету позначають цифрами, що виносять у підпис, супроводжуючи їх текстом. Треба зазначити, що експлікація не замінює загального найменування сюжету, а лише пояснює його.

Наприклад:

Рис. 1.2. Склад системи стратегічного планування розвитком підприємства
або

Рис. 1.2. Схема організаційного забезпечення реалізації стратегічного плану розвитку підприємства:

1 – підрозділи підприємства;

2 – громадські організації.

Відстань між назвою рисунку і текстом 1 рядок.

Основними видами ілюстративного матеріалу в курсових роботах є: креслення, технічний рисунок, схема, фотографія, діаграма, графік.

Не варто оформляти посилання на ілюстрації як самостійні фрази, в яких лише повторюється те, що міститься у підписі. У тому місці, де викладається тема, пов'язана з ілюстрацією, і де читачеві треба вказати на неї, розміщують посилання у вигляді виразу в круглих дужках «(рис. 3.1)» або зворот типу: «...як це видно з рис. 3.1» або «... як це показано на рис. 3.1».

Якість ілюстрацій повинна забезпечувати їх чітке відтворення (електрографічне копіювання, мікрофільмування). Ілюстрації мають бути чорно-білими, з використанням штрихування.

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

Таблицю слід розташовувати безпосередньо після тексту, у якому вона згадується вперше, або на наступній сторінці. На всі таблиці мають бути посилання в тексті

Кожна таблиця повинна мати номер і назву. Назву таблиці друкують жирним шрифтом малими літерами (крім першої великої) і розміщують над таблицею симетрично до тексту. Назва має бути стислою і відбивати зміст таблиці.

За логікою побудови таблиці її логічний суб'єкт, або підмет (позначення тих предметів, які в ній характеризуються), розміщують у боковій частині, шапці, чи в них обох, а не в центрі таблиці, присудок, таблиці (тобто дані, якими характеризується підмет) – у центральній частині, а не в шапці чи боковій частині. Кожен заголовок над графою стосується всіх даних цієї графи, кожен заголовок рядка в боковій частині – всіх даних цього рядка.

Заголовок кожної графи в шапці таблиці мусить бути по можливості коротким. Слід уникати повторів тематичного заголовка в заголовках граф, одиниці виміру зазначати у тематичному заголовку, виносити до узагальнюючих заголовків слова, що повторюються.

Вимоги до оформлення таблиць:

Бокова частина таблиці, як і шапка, потребує лаконічності. Повторювані слова тут також виносять в об'єднувальні рубрики; загальні для всіх заголовків слова розміщують у заголовку над ними. У центральній частині таблиці повторювані елементи, які стосуються до всієї таблиці, виносять у тематичний заголовок або в заголовок графи; однорідні числові дані розміщують так, щоб їх класи збігалися; неоднорідні – посередині графи; лапки використовують тільки замість однакових слів, які стоять одне під одним.

Заголовки граф повинні починатися з великих літер, підзаголовки – з маленьких, якщо вони складають одне речення із заголовком, і з великих, якщо вони є самостійними. Текст таблиці друкують 12 шрифтом з одинарним інтервалом, у виняткових випадках – 10 шрифтом. Графу з порядковими номерами рядків до таблиці включати не треба. Зразок побудови таблиці наведено нижче.

Таблиця 1.4

Динаміка чисельності випускників ЗВО зі спеціальності Маркетинг у м.Краматорськ, 2018-2020 рр.

Показники	Роки			2020 р.до 2018 р.	
	2018	2019	2020	+,-	%

Таблицю розміщують так, щоб її можна було читати без повороту переплетеного блоку курсової роботи або з поворотом за стрілкою годинника. Таблицю з великою кількістю рядків можна переносити на наступну сторінку.

При перенесенні таблиці на наступну сторінку назву вміщують тільки над її першою частиною. Таблицю з великою кількістю граф можна ділити на частини і розміщувати одну частину під іншою в межах однієї сторінки. Якщо рядки або графи таблиці виходять за формат сторінки, то в першому випадку в кожній частині таблиці повторюють її шапку, в другому – бокову частину.

Коли текст, який повторюється в графі таблиці, складається з одного слова, його можна замінювати лапками; якщо з двох або більше слів, то при першому повторенні його замінюють словами «Те саме», а далі лапками. Ставити лапки замість цифр, марок, знаків, математичних і хімічних символів, які повторюються, не можна. Якщо цифрові або інші дані в якомусь рядку таблиці не подають, то в ньому ставлять прочерк. Якщо показник не розраховується – ставиться «х».

Формули. При використанні формул у курсовій роботі необхідно дотримуватися певних правил їх оформлення. Формули виконуються в редакторі формул Microsoft Equation 3.0.

Найбільші, а також довгі та громіздкі формули, котрі мають у складі знаки суми, добутку, диференціювання, інтегрування, розміщують на окремих рядках. Це стосується також і всіх нумерованих формул. Для економії місця кілька коротких однотипних формул, відокремлених від тексту, можна подати в одному рядку, а не одну під одною. Невеликі нескладні формули, що не мають самостійного значення, вписують всередині рядків тексту.

Пояснення значень символів і числових коефіцієнтів слід наводити безпосередньо під формулою в тій послідовності, в якій вони наведені у формулі. Значення кожного символу і числового коефіцієнта записують з нового рядка. Перший рядок пояснення починають зі слова «де» без двокрапки. Рівняння і формули повинні бути відокремлені від тексту. Вище і нижче кожної формули залишають інтервал, що становить один рядок. Якщо рівняння не вміщується в один рядок, його переносять після знака рівності (=) або після знаків (+), (-), (х або ·).

Приклад оформлення формул:

$$P_n = C_n \times I_n \quad (1.2)$$

де P_n – річна продуктивність праці;

C_n – погодинна продуктивність праці;

I_n – інтенсивність праці.

Наведена формула була надрукована в першому розділі і мала другий порядковий номер.

Порядкові номери позначають арабськими цифрами в круглих дужках біля правого поля сторінки без крапок від формули до її номера. Якщо номер не вміщується у рядку з формулою, формулу переносять на наступний рядок. Номер формули при її перенесенні вміщують на рівні останнього рядка. Номер

формули-дробу подають на рівні основної горизонтальної риски формули.

Загальне правило пунктуації в тексті з формулами таке: формула входить до речення як його рівноправний елемент. Тому в кінці формул і в тексті перед ними розділові знаки ставлять відповідно до правил пунктуації.

Двокрапку перед формулою ставлять лише у випадках, передбачених правилами пунктуації: а) у тексті перед формулою є узагальнююче слово; б) цього потребує побудова тексту, що передує формулі.

Розділовими знаками між формулами, котрі йдуть одна під одною і не відокремлені текстом, можуть бути кома або крапка з комою безпосередньо за формулою до її номера.

Загальні правила цитування та посилання на використані джерела

При написанні курсової роботи здобувач вищої освіти повинен посилатися на джерела, матеріали або окремі результати з яких наводяться в курсовій роботі, або на ідеях і висновках яких розроблюються проблеми, завдання, питання, вивченню яких присвячена курсова робота. Такі посилання дають змогу відшукати документи, перевірити достовірність відомостей про цитування документа, забезпечують необхідну інформацію про нього, допомагають з'ясувати його зміст, мову тексту, обсяг. Посилатися слід на останні видання публікацій. На більш ранні видання можна посилатися лише в тих випадках, коли наявний у них матеріал, не включений до останнього видання.

Коли використовують відомості, матеріали з монографій, оглядових статей, інших джерел з великою кількістю сторінок, тоді в посиланні необхідно точно вказати номери сторінок, ілюстрацій, таблиць, формул з джерела, на яке є посилання в курсовій роботі.

Під час роботи з різними джерелами науковий етикет вимагає точно відтворювати цитований текст, оскільки найменше скорочення може спотворити зміст, викладений автором. Посилання в тексті на джерела наводять у квадратних дужках із зазначенням джерела та сторінки. Перша цифра у квадратних дужках відповідає номеру джерела у списку використаних джерел, друга – номеру сторінки (наприклад, [32. с. 85]).

Посилання в тексті курсової роботи на групу джерел слід зазначати порядковим номером за переліком посилань, виділеним двома квадратними дужками, наприклад, «... у працях [1-7]...».

В кінці назв запозичених таблиць та рисунків слід вказати номер використаного джерела.

Наприклад:

Рис. 1.3. Система стратегічного планування в Україні [26, с. 125].

Коли в тексті курсової роботи необхідно зробити посилання на складову частину чи конкретні сторінки відповідного джерела, можна наводити посилання у квадратних дужках, при цьому номер посилання має відповідати його бібліографічному опису за переліком посилань.

Наприклад:

Цитата в тексті: «... Робоча група має розробити стратегію розвитку території та територіальної громади з урахуванням їх особливостей і конкурентних переваг, а не стратегію певної політичної групи» [6, 21].

Відповідний опис у переліку посилань:

6. Берданова О., Вакуленко В. Стратегічне планування місцевого розвит-

ку. Практичний посібник. Швейцарсько-український проект «Підтримка децентралізації в Україні» – DESPRO. К.: ТОВ «Софія – А», 2012. 88 с.

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

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

На всі таблиці курсової роботи необхідно посилатися 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».

Для підтвердження власних аргументів посиланням на авторитетне джерело або для критичного аналізу того іншого друкованого твору слід наводити цитати. Науковий етикет потребує точного відтворення цитованого тексту, бо найменше скорочення наведеного витягу може спотворити зміст, закладений автором.

Загальні вимоги до цитування такі:

а) текст цитати починається і закінчується лапками та наводиться в тій граматичній формі, в якій він поданий у джерелі, зі збереженням особливостей авторського написання. Наукові терміни, запропоновані іншими авторами, не виділяються лапками, за винятком тих, що викликали загальну полеміку. У цих випадках використовується вираз «так званий»;

б) цитування повинно бути повним, без довільного скорочення авторського тексту та без перекручень думок автора. Пропуск слів, речень, абзаців при цитуванні допускається без перекручення авторського тексту і позначається трьома крапками. Вони ставляться у будь-якому місці цитати (на початку, всередині, наприкінці). Якщо перед випущеним текстом або за ним стояв розділовий знак, то він не зберігається;

в) кожна цитата обов'язково супроводжується посиланням на джерело;

г) при непрямому цитуванні (переказі, викладі думок інших авторів своїми словами), що дає значну економію тексту, слід бути гранично точним у викладенні думок автора, коректним щодо оцінювання його результатів і давати відповідні посилання на джерело;

д) якщо необхідно виявити ставлення автора курсової роботи до окремих слів або думок з цитованого тексту, то після них у круглих дужках ставлять знак оклику або знак питання;

е) коли автор курсової роботи, наводячи цитату, виділяє в ній деякі слова, то робиться спеціальне застереження, тобто після тексту, який пояснює виділення, ставиться крапка, потім дефіс і вказуються ініціали автора

дипломної курсової роботи, а весь текст застереження вміщується у круглі дужки. Варіантами таких застережень є: (курсив наш. – М.°Х.), (підкреслено мною. –М.°Х.), (розбивка моя. – М.°Х.).

Оформлення списку використаних джерел.

Наприкінці курсової роботи наводиться *список використаних джерел*. До цього списку включаються публікації вітчизняних і зарубіжних авторів, на які є посилання в роботі. Всі джерела вказуються тією мовою, якою вони видані.

Під час складання списку використаних джерел необхідно дотримуватися національного стандарту ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документи. Бібліог-

рафічне посилання. Загальні положення та правила складання». Він прийнятий для уніфікації складання бібліографічного опису на міжнародному рівні, забезпечення можливості обміну результатами каталогізації.

Список використаних джерел – елемент бібліографічного апарату, котрий містить бібліографічні описи використаних джерел і розміщується після висновків.

Джерела можна розміщувати одним із таких способів: у порядку появи посилань у тексті (найбільш зручний для користування і рекомендований при написанні курсової роботи), в алфавітному порядку прізвищ перших авторів або заголовків, у хронологічному порядку (додаток Е).

Примітки:

1. *Бібліографічний опис оформлюється згідно з ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документи. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання».*

2. *Опис складається з елементів, які поділяються на обов'язкові та факультативні. У бібліографічному описі можуть бути тільки обов'язкові чи обов'язкові та факультативні елементи. Обов'язкові елементи містять бібліографічні відомості, які забезпечують ідентифікацію документа. їх наводять у будь-якому описі.*

Проміжки між знаками та елементами опису є обов'язковими і використовуються для розрізнення знаків граматичної і приписаної пунктуації.

Додатки.

Додатки оформлюють як продовження курсової роботи на наступних її сторінках, розміщуючи їх у порядку появи посилань у тексті курсової роботи. Кожний додаток друкується з нової сторінки.

Додатки починаються з нової сторінки, після списку використаних джерел.

По центру сторінки великими прописними літерами друкують слово ДОДАТКИ. Нумерація цієї сторінки відображається в змісті роботи.

З правого боку рядка малими літерами з першої великої друкується слово «Додаток » (але без знака №) і велика літера, що позначає додаток. Наприклад: «Додаток Б». Додатки позначаються великими літрами української абетки, за винятком Г, Є, І, Ї, Й, О, Ч, Ь. Наприклад, Додаток А. Один додаток позначається як додаток А.

Додаток повинен мати заголовок, надрукований угорі малими літерами з першої великої симетрично відносно тексту сторінки. Якщо зміст додатка не вміщується на одну сторінку, то на наступній сторінці у верхньому правому куті зазначається «Продовження додатку...».

Текст кожного додатка за необхідності може бути поділений на розділи й підрозділи, які нумерують у межах кожного додатка. У цьому разі перед кожним номером ставлять позначення додатка (літеру) і крапку, наприклад: А.2 – другий розділ додатка А; В.3.1 – перший підрозділ третього розділу додатка В.

Ілюстрації, таблиці та формули, розміщені в додатках, нумерують у межах кожного додатка, наприклад: рис. Д.1.2 – другий рисунок першого розділу додатка Д; формула (А.1) – перша формула додатка А.

3 РЕКОМЕНДОВАНА ТЕМАТИКА КУРСОВИХ РОБІТ

1. Аспекти стратегічного маркетингу у формуванні та збільшенні прибутку підприємства
2. Стратегічні рішення підприємства з управління якістю продукції
3. Конкурентні переваги підприємства та шляхи їх розвитку у стратегічному маркетингу
4. Маркетингова концепція підприємства та шляхи підвищення ефективності її використання
5. Елементи стратегічного маркетингу при стимулюванні збуту продукції підприємства
6. Маркетингова стратегія підприємства: вибір та обґрунтування
7. Стратегічний маркетинг в управлінні підприємством
8. Підходи до удосконалення системи управління маркетинговою діяльністю підприємства
9. Формування конкурентних переваг продукції підприємства (продукції рослинництва, продукції тваринництва)
10. Маркетингова політика підприємства та механізми її реалізації
11. Формування механізму маркетингово-стратегічного розвитку промислового (машинобудівного) підприємства
12. Обґрунтування маркетингової стратегії підприємства
13. Комерційна діяльність підприємства та стратегічні напрями її удосконалення
14. Діагностика та напрями поліпшення маркетингової діяльності підприємства
15. Оцінка впливу конкурентного середовища на стратегічний розвиток підприємства
16. Маркетингове обґрунтування конкурентної стратегії підприємства
17. Маркетингове обґрунтування стратегічних проектів підприємства
18. Оцінка маркетингових процесів та їх планування у підприємстві
19. Обґрунтування стратегічного маркетингового плану підприємства
20. Фінансове забезпечення стратегічного маркетингу на підприємстві

4. РЕКОМЕНДОВАНІ ПЛАНИ КУРСОВИХ РОБІТ

1 Аспекти стратегічного маркетингу у формуванні та збільшенні прибутку підприємства

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ У ВИЗНАЧЕННІ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА РІВНЯ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ ТА ВПЛИВ ЙОГО НА ПРИБУТКОВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ У ЗБІЛЬШЕННІ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Удосконалення збутової діяльності підприємства

3.2. Резерви зниження собівартості виробництва продукції

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

2 Стратегічні рішення підприємства з управління якістю продукції

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНИХ РІШЕНЬ В УПРАВЛІННІ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДОСЯГНУТОГО РІВНЯ СТРАТЕГІЧНИХ РІШЕНЬ В УПРАВЛІННІ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Удосконалення технології виробництва продукції

3.2. Організаційно-економічні чинники підвищення якості продукції

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

3. Конкурентні переваги підприємства та шляхи їх розвитку у стратегічному маркетингу

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА У СТАТЕГІЧНОМУ МАРКЕТИНГУ

РОЗДІЛ 2. СТАН ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА У СТАТЕГІЧНОМУ МАРКЕТИНГУ

РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА В ОСНОВІ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКТЕИНГУ

3.1. Забезпечення цінової конкурентоспроможності продукції

3.2. Шляхи підвищення якості продукції та оптимізація каналів збуту

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

4 Маркетингова концепція підприємства та шляхи підвищення ефективності її використання

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ВИКОРИСТАННЯ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

РОЗДІЛ 2. СТАН МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПОДАЛЬШОГО ВПРОВАДЖЕННЯ ПРИНЦИПІВ МАРКЕТИНГУ У ПІДПРИЄМСТВІ

3.1 Впровадження прогресивних технологій виробництва продукції

3.2 Удосконалення системи управління маркетингом у підприємстві

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5 Елементи стратегічного маркетингу при стимулюванні збуту продукції підприємства

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ ПРИ СТИМУЛЮВАННІ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ У СТИМУЛЮВАННІ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Удосконалення методів стимулювання збуту продукції підприємства

3.2. Напрямки утримання прихильності споживача до продукції

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

6 Маркетингова стратегія підприємства: вибір та обґрунтування

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА ОБґРУНТУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 2. ДОСЯГНУТИЙ РІВЕНЬ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБґРУНТУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

3.1 Маркетингові шляхи підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства

3.2 Розробка маркетингової стратегії підприємств

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕР

ДОДАТКИ

7 Стратегічний маркетинг в управлінні підприємством

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ
ДОДАТКИ

8 Підходи до удосконалення системи управління маркетинговою діяльністю підприємства

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 2. ДОСЯГНУТИЙ РІВЕНЬ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЇ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Розробка комплексу маркетингу в підприємстві

3.2. Удосконалення каналів розподілу продукції

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ
ДОДАТКИ

9 Формування конкурентних переваг продукції підприємства (певного виду продукції)

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

3.1 Оптимізація асортименту продукції підприємства

3.2 Стратегічні шляхи підвищення рівня цінової конкурентоспроможності продукції

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ
ДОДАТКИ

10 Маркетингова політика підприємства та механізми її реалізації

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 2. ДОСЯГНУТИЙ РІВЕНЬ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ МА-

МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ У ПІДПРИЄМСТВІ

3.1. Впровадження прогресивних технологій виробництва продукції

3.2. Мотиваційний механізм активізації маркетингових процесів у підприємстві

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

11 Формування механізму маркетингово-стратегічного розвитку промислового підприємства

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ З ВИКОРИСТАННЯМ МЕХАНІЗМІВ ЙОГО РОЗВИТКУ

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ МАРКЕТИНГОВО-СТРАТЕГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ФАКТОРІВ ЇЇ АКТИВІЗАЦІЇ

РОЗДІЛ 3. ПОБУДОВА МЕХАНІЗМУ МАРКЕТИНГОВО-СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Удосконалення функцій, моделей та форм маркетингово-стратегічного розвитку промислового підприємства

3.2. Стратегічні та маркетингові напрями підвищення конкурентоспроможності продукції

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

12 Обґрунтування маркетингової стратегії підприємства

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 3. ОБґРУНТУВАННЯ ВИБОРУ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

3.1 Удосконалення каналів розподілу продукції

3.2 Напрями удосконалення системи стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємства

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

13 Комерційна діяльність підприємства та стратегічні напрями її удосконалення

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ЗДІЙСНЕННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА РОЗ-

ДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Удосконалення комерційної політики підприємства

3.2. Вибір стратегії охоплення ринку

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

15 Діагностика та напрями поліпшення маркетингової діяльності підприємства

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДІАГНОСТИКИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПОЛІПШЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Обґрунтування виробничої програми

3.2. Напрями розвитку партнерських зв'язків

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

16 Оцінка впливу конкурентного середовища на стратегічний розвиток підприємства

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ ВПЛИВУ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА НА СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ТА ОЦІНКА ЙОГО ВПЛИВУ НА СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

3.1. Напрями підвищення якості та цінової конкурентоспроможності продукції

3.2. Шляхи зміцнення ринкової позиції підприємства

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

17 Маркетингове обґрунтування конкурентної стратегії підприємства

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА СТРАТЕГІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Удосконалення маркетингової діяльності

3.2. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

18 Маркетингове обґрунтування стратегічних проектів підприємства

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ПРОЕКТІВ

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТА ПРОЕКТІВ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Оновлення техніко-технологічної бази підприємства

3.2. Удосконалення маркетингових підходів управління стратегічними процесами у підприємстві

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ДОДАТКИ

19 Оцінка маркетингових процесів та їх планування у підприємстві

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ МОДЕЛЕЙ МАРКЕТИНГОВИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У ПІДПРИЄМСТВІ

3.1. Напрями оптимізації маркетингових бізнес-процесів у підприємстві

3.2. Шляхи удосконалення управління маркетинговими бізнес-процесами у підприємстві

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ДОДАТКИ

20 Обґрунтування стратегічного маркетингового плану підприємства

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 2. ЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЧО-КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 3. МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Резерви збільшення обсягів виробництва

3.2. Удосконалення маркетингової діяльності

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

21 Фінансове забезпечення стратегічного маркетингу на підприємстві

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ У ПІДПРИЄМСТВІ

РОЗДІЛ 3. МАРКЕТИНГОВІ ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ ПРОЕКТІВ У ПІДПРИЄМСТВІ

3.1. Оптимізація джерел фінансування маркетингової діяльності підприємства

3.2. Обґрунтування зовнішніх джерел фінансування стратегічних проектів підприємства

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

22 Удосконалення комунікаційної стратегії підприємства

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ З УДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

3.2. Формування мети, місії та комунікаційної стратегії підприємства

3.3. Розробка заходів з удосконалення маркетингових комунікацій підприємства

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

23 Формування конкурентних переваг підприємства на засадах впровадження маркетингових стратегій

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ

СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Визначення перспективних сегментів цільового ринку підприємства

3.2 Рекомендації по комплексному впровадженню маркетингових стратегій підприємства

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

24 Розробка маркетингової стратегії для підтримки конкурентоспроможності підприємства

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ АСПЕКТІВ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ І ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Шляхи удосконалення конкурентної стратегії підприємства

3.2. Розробка рекомендацій з підвищення конкурентоспроможності підприємства

3.3. Економічне обґрунтування ефективності пропонованих заходів

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Балабанова Л.В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації: монографія Донецьк: ДонДУЕТ ім. М. Туган- Барановського, 2003. 149 с.
2. Василенко В.А. Стратегічне управління: навч. посібник. К.: Знання, 2003. 110 с.
3. Гужвинская Л. Эффективная маркетинговая стратегия. Стратегия как дирижер маркетингового процесса. Маркетинг и реклама. 2008. № 2. С. 13-15.
4. Длігач А. Тенденції розвитку маркетингу в Україні. Маркетинг в Україні. 2005. № 2. С. 46-48.
5. Економіка підприємства: підручник. За заг. ред. д.е.н., проф. Л.Г. Мельника. Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. 648 с.
6. Єжова Л.Ф. Інформаційний маркетинг: навч.-метод. посіб. для самоств. вивч. дисц. / уклад. Л. Ф. Єжова. К.: КНЕУ, 2004. 185 с.
7. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2000. 496 с.
8. Ілляшенко С. М. Економічний ризик: навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 220 с.
9. Корецький М.Х. Стратегічне управління. К.: Центр навчальної літератури, 2007. 240 с.
10. Логинов Г.О. Матричные методы стратегического планирования деятельности компании. Электронный ресурс. Режим доступа к статье – <http://www.mavriz.ru/articles/2004/2/1816.html>
11. Мак-Дональд М. Стратегическое планирование маркетинга. СПб.: Питер, 2000. 320 с.
12. Маркетинг: бакалаврський курс: навчальний посібник / за загальною редакцією д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. 976 с.
13. Маркетинг: підручник / В.Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко та ін.; ред.-упор. О.І. Сидоренко, Л.С. Макарова. – 4-те вид. К.: Навчально- методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент освіти в Україні», 2009. 648 с.
14. Маркетинг для магістрів: навчальний посібник. За заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. Суми: ВТД «Університетська книга», 2007. 928 с.
15. Мельник Ю.М. Теоретико-методологічні основи визначення стратегій просування на ринок екологічно спрямованих інновацій. Проблеми управління інноваційним підприємництвом екологічного спрямування: монографія; за заг. ред. О.В. Прокопенко. Суми: ВТД «Університетська книга», 2007. С. 361-381.
16. Немцов В.Д. Стратегічний менеджмент: навчальний посібник. Київ, 2002. 560 с.

ДОДАТКИ

«Затверджую»

Зав. кафедри менеджменту

Фоміченко І.П.

«__» _____ 20__ р.

Завдання та календарний план виконання курсової роботи
З навчальної дисципліни «Стратегічний маркетинг»

на тему: _____
здобувача вищої освіти _____
_ курсу ___ групи _____ форми навчання освітньо-професійної програми
Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг ЗВО Магістр

План курсової роботи

Вступ _____

Розділ 1 (назва) _____

Розділ 2 (назва) _____

Розділ 3 (назва) _____

Висновки

Список використаних джерел

Додатки

Дата затвердження «__» _____ 20__ р.

Підпис здобувача вищої освіти _____

Науковий керівник _____ (_____)

МІНІСТЕРСТВО НАУКИ І ОСВІТИ УКРАЇНИ
ДОНБАСЬКА ДЕРЖАВНА МАШИНОБУДІВНА АКАДЕМІЯ

Кафедра менеджменту

КУРСОВА РОБОТА «Стратегічний маркетинг»

на тему: «_____»

Виконав здобувач вищої освіти
Магістр _____ курсу _____ групи за
освітньо-професійною програмою Маркетинг
спеціальності 075 Маркетинг
факультету економіки та менеджменту
_____ форми навчання

(прізвище та ініціали)

Науковий керівник _____
(прізвище та ініціали)

Краматорськ, _____ р.

Формуляр-зразок оцінювання курсової роботи

Донбаська державна машинобудівна академія

Факультет економіки та менеджменту

Форма навчання _____

ОПП _____

Спеціальність _____

Курс, група _____

ЛИСТ ОЦІНЮВАННЯ
курсної роботи

з навчальної дисципліни _____

здобувача вищої освіти _____

на тему _____

Обсяг курсової роботи _____ Кількість використаних джерел _____

Загальна оцінка роботи (необхідне підкреслити, у разі потреби – доповнити): *актуальність теми розкрита* – фрагментарно; на середньому рівні; у повному обсязі; *ступінь втілення мети та виконання завдань дослідження* – низький; середній; високий; *повнота розкриття теми роботи у змісті* – фрагментарно; на середньому рівні; у повному обсязі.

Загальна оцінка змісту та якості оформлення роботи (необхідне підкреслити, у разі потреби – доповнити): *теоретичний розділ містить критичні узагальнення різних підходів до постановки і вирішення досліджуваної проблеми*: фрагментарно; на середньому рівні; у повному обсязі; *аналітичний розділ містить ознаки практичного дослідження*: фрагментарно; на середньому рівні; у повному обсязі; *проектний розділ містить конкретні пропозиції та наукові розробки*: фрагментарно; на середньому рівні; у повному обсязі; *додатки пов'язані з матеріалом роботи*: фрагментарно; на середньому рівні, у повному обсязі; *висновки за результатами досліджень мають обґрунтування*: недостатне, відносно достатне, достатне; *пропозиції мають характер* – декларативний, певною мірою практичний, практичний.

Результати оцінювання курсової роботи

Параметр оцінки (рекомендований діапазон оцінки в балах)	Результат оцінювання
1. Пояснювальна записка (до 50 балів)	
1.1. Обґрунтування актуальності обраної теми роботи, формулювання мети, завдання, об'єкта та предмета дослідження (0-5)	
1.2. Відповідність змісту курсової роботи темі та затвердженому плану (0-5)	
1.3. Ступінь розкриття теоретичних аспектів проблеми, обраної для дослідження та глибина і якість аналізу теоретичного матеріалу (наявність критичних узагальнень різних підходів до постановки і вирішення проблеми відповідно до теми курсової роботи, коректність використання понятійного апарату, посилання, цитування) (0-10)	
1.4. Якість практичного дослідження та його детальний аналіз з використанням наукових методів (аналітичних, статистичних, методів моделювання тощо) та новітніх інформаційних джерел (0-15)	
1.5. Науковий підхід до виявлення проблем та обґрунтованість рекомендаційної (проектно-рекомендаційної) частини, практична значущість висновків відповідно до досліджуваної теми (0-15)	
<i>Разом</i>	
2. Ілюстративна частина (до 10 балів)	
2.1. Ілюстративність курсової роботи (наявність та відповідність діючим стандартам таблиць, графіків, схем та списку використаних джерел) (0-10)	
2.2. Відповідність оформлення курсової роботи встановленим вимогам і дотримання графіку виконання (0-10)	
<i>Разом</i>	
Загальна кількість балів за виконання курсової роботи (до 70)	

Висновки (підкреслити):

- рекомендувати до захисту без доопрацювання;
- рекомендовано до захисту при умові доопрацювання _____
- не рекомендовано до захисту, необхідно суттєво доопрацювати _____

Роботу перевірів: _____

« _____ » _____ 202_р.

(підпис)

Формуляр-зразок протоколу захисту курсових робіт

Протокол №___
Захисту курсових робіт «Стратегічний маркетинг»

від «__»_____20__р.

Присутні:

Порядок денний

1. Захист курсових робіт «Стратегічний маркетинг» здобувачів вищої освіти ступеня_____курсу ___ групи_____форми навчання освітньо-професійної програми Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг
Доповідають здобувачі вищої освіти.

СЛУХАЛИ:

№ п/п	П.І.П.	Тема курсової роботи	Загальна кількість балів за виконання курсової роботи *	Кількість балів за захист	
				Вміння аргументовано і лаконічно викласти основні результати дослідження (0-15)	Повнота та вичерпаність відповідей на питання членів комісії (0-15)

УХВАЛИЛИ:

Затвердити результати захисту курсових робіт.

№ п/п	П.І.П.	Національна шкала	Кількість балів	ЄКТС

Примітки: (висловлення особливої думки членів комісії)

Голова _____

Члени комісії: _____

*Загальна кількість балів за виконання курсової роботи (проекту) це загальна кількість балів відповідно до листа оцінювання

**Приклади оформлення списку літератури згідно ДСТУ 8302:2015
«Інформація та документація. Бібліографічне посилання.
Загальні положення та правила складання» з урахуванням правок
(код УКНД 01.140.40)**

Характеристика джерела	Приклад оформлення
Книги	
Один автор	Скидан О. В. Аграрна політика в період ринкової трансформації: монографія. Житомир: ЖНАЕУ, 2008. 375 с.
Два автора	Крушельницька О. В., Мельничук Д. П. Управління персоналом : навч. посіб. Вид. 2-ге, переробл. і допов. Київ, 2005. 308 с.
Три автора	Скидан О. В., Ковальчук О. Д., Янчевський В. Л. Підприємництво у сільській місцевості: довідник. Житомир, 2013. 321 с.
Чотири автори	Методика нормування ресурсів для виробництва продукції рослинництва / Вітвіцький В.В., Кисляченко М.Ф., Лобастов І. В., Нечипорук А. А. Київ: Укragропромпродуктивність, 2006. 106 с. Основи марикультури / Грициняк І. І. та ін. Київ : ДІА, 2013. 172 с.
П'ять і більше авторів	Екологія: навч. посіб. / Б. В. Борисюк та ін. Житомир, 2003. 174 с. Методи підвищення природної рибопродуктивності ставів / Андрющенко А. І. та ін.; за ред. М. В. Гринжевського. Київ, 1998. 124 с.
Колективний автор	Органічне виробництво і продовольча безпека: зб. матеріалів доп. учасн. III Міжнар. наук.-практ. конф. / Житомир. нац. агрокол. ун-т. Житомир: Полісся, 2015. 648 с.
Багатомне видання	Генетика і селекція в Україні на межі тисячоліть: у 4 т. / гол. ред. В. В. Моргун. Київ: Логос, 2001. Т. 2. 636 с. Фауна України. В 40 т. Т. 36. Інфузорії. Вып. 1. Сукторії (Ciliophora, Suctorea) / И. В. Довгаль. Киев: Наукова думка, 2013. 271 с.
За редакцією	Доклінічні дослідження ветеринарних лікарських засобів / за ред. І. Я. Коцюмбаса. Львів: Тріада плюс, 2006. 360 с.
Автор і перекладач	Котлер Ф. Основи маркетинга: учеб. пособие / пер. с англ. В. Б. Боброва. Москва, 1996. 698 с. Брігхем С. В. Основи фінансового менеджменту / пер. з англ. В. Біленького та ін. Київ: Молодь, 1997. 998 с
Частина видання	
Розділ книги	Саблук П. Т. Напрямки розвитку економіки в аграрній сфері виробництва. Основи аграрного підприємництва / за ред. М. Й. Маліка. Київ, 2000. С. 5–15.
Тези доповідей, матеріали конференцій	Зінчук Т. О. Економічні наслідки впливу продовольчих органічних відходів на природні ресурси світу. Органічне виробництво і продовольча безпека: зб. матеріалів доп. учасн. II Міжнар. наук.-практ. конф. Житомир : Полісся, 2014. С. 103–108. Скидан О. В., Судак Г. В. Розвиток сільськогосподарського підприємництва на кооперативних засадах. Кооперативні читання: 2013 рік: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 4–6 квіт. 2013 р. Житомир : ЖНАЕУ, 2013. С. 87–91.
Статті з продовжуючих та періодичних видань	Якобчук В. П. Стратегічні пріоритети інноваційного розвитку підприємства в аграрній сфері. Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Сер. Економіка. 2013. Вип. 148. С. 31–34. Масловська Л. Ц., Савчук В. А. Оцінка результативності і ефективності виробництва органічної агропродовольчої продукції. Агросвіт. 2016. № 6. С. 23–28. Dankevych Ye. M., Dankevych V. Ye., Chaikin O. V. Ukraine agricultural land market formation preconditions. Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae

	Mendeliana Brunensis. 2017. Vol. 65, №. 1. P. 259–271.
Електронні ресурси	
Книги	Ілляшенко С. М., Шипуліна Ю. С. Товарна інноваційна політика: підручник. Суми: Університетська книга, 2007. 281 с. URL: ftp://lib.sumdu.edu.ua/Books/1539.pdf (дата звернення: 10.11. 2017).
Законодавчі документи	Про стандартизацію: Закон України від 11 лют. 2014 р. № 1315. URL: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1315-18 (дата звернення: 02.11.2017). Концепція Державної цільової програми розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року: проект / М-во аграр. політики та продовольства України. URL: http://minagro.gov.ua/apk?nid=16822 (дата звернення: 13.10.2017).
Періодичні видання	Клітна М. Р., Брижань І. А. Стан і розвиток органічного виробництва та ринку органічної продукції в Україні. Ефективна економіка. 2013. № 10. URL: http://www.m.nayka.com.ua/?op=1&j=efektyvnaekonomika&s=ua&z=2525 (дата звернення: 12.10.2017). Neave H. Deming's 14 Points for Management: Framework for Success. Journal of the Royal Statistical Society. Series D (The Statistician). 2012. Vol. 36, № 5. P. 561–570. URL: http://www2.fiu.edu/~revellk/pad3003/Neave.pdf (Last accessed: 02.11.2017). Colletta L. Political Satire and Postmodern Irony in the Age of Stephen Colbert and Jon Stewart. Journal of Popular Culture. 2009. Vol. 42, № 5. P. 856–874. DOI: 10.1111/j.1540-5931.2009.00711.x.
Сторінки з веб-сайтів	Що таке органічні продукти і чим вони кращі за звичайні? Екологія життя: веб-сайт. URL: http://www.eco-live.com.ua (дата звернення: 12.10.2017).
Інші документи	
Законодавчі і нормативні документи (інструкції, накази)	Конституція України: станом на 1 верес. 2016 р. / Верховна Рада України. Харків : Право, 2016. 82 с. Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень: Закон України від 5 жовт. 2017 р. № 2164. Урядовий кур'єр. 2017. 9 листоп. Інструкція про порядок нарахування і сплати єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування: затв. наказом М-ва фінансів України від 20 квіт. 2015 р. № 449. Все про бухгалтерський облік. 2015. № 51. С. 21–42.
Стандарти	ДСТУ ISO 9001: 2001. Системи управління якістю. [Чинний від 2001-06-27]. Київ, 2001. 24 с. (Інформація та документація). СОУ–05.01-37-385:2006. Вода рибогосподарських підприємств. Загальні вимоги та норми. Київ: Міністерство аграрної політики України, 2006. 15 с. (Стандарт Мінагрополітики України)
Патенти	Комбайн рослинозбиральний універсальний : пат. 77937 Україна : МПК A01D 41/02, A01D 41/04, A01D 45/02. № а 2011 09738 ; заявл. 05.08.2011 ; опубл. 11.03.2013, Бюл. № 5. Авторські свідоцтва А. с. 1417832 СССР, МКИ А 01 F 15/00. Стенка рулонного пресс-подборщика / В. Б. Ковалев, В. Б. Мелегов. № 4185516 ; заявл. 22.01.87 ; опубл. 23.08.88, Бюл. № 31.
Дисертації, автореферати дисертацій	Лапина Л. Д. Оцінка конкурентоспроможності промислових підприємств : дис. ... д-ра с.-г. наук: 03.00.16 / Житомир. нац.ekon. ун-т. Житомир, 2018. 392 с. Лапина Л. Д. Оцінка конкурентоспроможності промислових підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра економ. наук. : 03.00.16. Житомир, 2018. 40 с.
Препринти	Панасюк М. І., Скорбун А. Д., Сплошной Б. М. Про точність визначення активності твердих радіоактивних відходів гамма-методами. Чорнобиль: Ін-т пробл. безпеки АЕС НАН України, 2006. 7 с. (Препринт. НАН України, Ін-т пробл. безпеки АЕС ; 06-1).

Навчально-методичне видання

Фоміченко Інна Петрівна
Бурцева Олена Єгорівна

Стратегічний маркетинг
Методичні рекомендації щодо виконання курсової роботи для здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня

Затверджено до друку НМР факультету економіки та менеджменту , протокол № 1 від 03.09.2019 р.
Формат 60x90/16. папір білий 70-80 г/м²
Ум. друк. арк. 1,7
Тираж 30 пр. гарнітура Times New Roman Cyr
Друк – кафедра менеджменту
