

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІГІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

МАРКЕТИНГ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

до виконання курсової роботи
для студентів галузі знань 0305 - Економіка та підприємництво
напряму підготовки 6.030507 - Маркетинг

Обговорено і рекомендовано
на засіданні кафедри
маркетингу PR–технологій та логістики
Протокол № 7
від 15 грудня 2015 р.

Чернігів ЧНТУ 2016

Маркетинг. Методичні рекомендації до виконання курсової роботи / Укл.
Давиденко О. Л., – Чернігів: ЧНТУ, 2016. – 35 с.

Укладачі: ДАВИДЕНКО ОЛЬГА ЛЕОНІДІВНА, старший викладач кафедри
маркетингу PR–технологій та логістики
Навчально-наукового інституту управління та адміністрування
Чернігівського національного технологічного університету

Відповідальний за випуск: ЖИДОК ВІКТОРІЯ ВІКТОРІВНА, завідувач кафедри
маркетингу PR–технологій та логістики, кандидат
економічних наук, доцент
Навчально-наукового інституту управління та
адміністрування
Чернігівського національного технологічного
університету

Рецензент: САХНО ЄВГЕНІЙ ЮРІЙОВИЧ, доктор технічних наук,
завідувач кафедри управління якістю та проектами
Навчально-наукового інституту економіки
Чернігівського національного технологічного університету

Зміст

Вступ.....	3
1. Мета і завдання курсової роботи.....	4
2. Етапи виконання курсової роботи.....	4
3. Загальні вимоги до курсової роботи.....	5
4. Вибір теми курсової роботи і складання плану.....	6
5. Підбір літератури, статистичної інформації та інших матеріалів.....	7
6. Структура та вимоги до змісту курсової роботи.....	8
7. Викладення матеріалу та оформлення курсової роботи.....	10
8. Типові помилки студентів під час написання курсової роботи.....	15
9. Порядок подання курсової роботи на рецензію та її захист.....	16
10. Критерії оцінювання виконання та захисту курсових робіт.....	17
11. Тематика курсових робіт.....	20
Рекомендована література.....	22
Додатки.....	26
Додаток А – Зразок заяви про ухвалення теми курсової роботи та призначення керівника.....	26
Додаток Б – Зразок орієнтованого календарного плану підготовки курсової роботи.....	27
Додаток В – Зразок оформлення титульної сторінки курсової роботи.....	28
Додаток Г – Зразок оформлення змісту курсової роботи.....	29
Додаток Д – Приклади оформлення бібліографічного опису у списку використаних джерел, який наводять у курсовій роботі.....	30

Вступ

Необхідність маркетингу промислового підприємства стає особливо важливою в умовах поглиблення ринкових реформ та розвитку конкурентного середовища. Маркетинг підвищує обґрунтованість рішень у різних сферах виробництва, стає методом свідомої дії на діяльність промислового підприємства, що дозволяє вирішувати його проблеми.

Промисловий маркетинг займається вивченням діяльності підприємств і організацій на промисловому ринку, який виступає найважливішим типом ринку, оскільки товари та послуги, що продаються на ньому, використовуються в подальшому процесі промислового виробництва. Склад учасників ринкових відносин на цьому ринку та його масштаби суттєво відрізняються від споживчого ринку, мають свою специфіку і особливість, що впливає на весь процес управління маркетингом на підприємстві і вимагає від фахівців системи спеціальних знань, професійних навичок щодо здійснення маркетингових досліджень, розробки та втілення ефективних маркетингових стратегій, організації маркетингу на промисловому підприємстві.

Однією з форм всебічного вивчення дисципліни «Маркетинг промислового підприємства» є написання курсової роботи. Дана робота спрямована на інтеграцію теоретичних знань і практичних навичок, які вже набув студент під час вивчення таких дисциплін, як «Макроекономіка», «Мікроекономіка», «Статистика», «Економіка підприємства», «Інформаційні системи і технології в комерційній діяльності» та сприяє поширенню знань в обраній галузі і формуванню навичок самостійної дослідницької роботи в сфері маркетингу. При цьому від студента вимагається творчий підхід до вирішення поставленої задачі. Базою для виконання курсової роботи виступають підприємства (установи, організації) різних форм власності та напрямів діяльності.

У зв'язку з цим, підготовка кваліфікованих маркетингологів, які будуть здатні вирішувати складні економічні проблеми підприємств ринкового характеру є актуальною. Цей процес має орієнтуватися на набуття навичок творчого пошуку резервів удосконалення маркетингової діяльності. Професійна підготовка у сфері маркетингу є необхідною передумовою розробки концепції маркетингу для конкретного підприємства.

Для виконання курсової роботи можна користуватися фаховою літературою, що наведена в переліку рекомендованої літератури, а також самостійно підібраними інформаційними джерелами. При написанні та підготовці курсової роботи до захисту необхідно застосовувати сучасні комп'ютерні технології.

Курсова робота повинна сформулювати у майбутніх спеціалістів теоретичні знання та практичні навички в сфері управління маркетинговим комплексом на промисловому підприємстві.

1. Мета і завдання курсової роботи

Виконання курсової роботи з дисципліни "Маркетинг промислового підприємства" є складовою частиною навчального процесу, активною формою самостійної роботи студентів. Курсова робота - це самостійне науково-практичне дослідження, яке дозволяє оцінити якість знань студента та його уміння застосовувати їх на практиці.

Метою курсової роботи з дисципліни "Маркетинг промислового підприємства" є систематизація і закріплення отриманих знань і практичних навиків студентів в сфері маркетингової діяльності суб'єктів господарювання промислового ринку.

Написання курсової роботи має закріпити та поглибити теоретичні знання, отримані студентом в процесі вивчення курсу, виробити уміння самостійно працювати із спеціальною літературою і статистичним матеріалом, проводити розрахунки, робити узагальнення та висновки.

Завдання курсової роботи полягає в самостійному дослідженні студентом процесів, явищ, існуючих проблем та розробці рекомендацій щодо вдосконалення маркетингової діяльності промислових підприємств.

Курсова робота має розширити професійні знання студента, що необхідні для розробки концепції маркетингу та організації охоплення ринку з метою максимального задоволення потреб споживачів і отримання прибутку.

2. Етапи виконання курсової роботи

Процес виконання курсової роботи складається з таких етапів, а саме:

- 1) вибір та затвердження теми курсової роботи (Додаток А);
- 2) розробка орієнтовного календарного плану підготовки курсової роботи, що затверджується керівником (Додаток Б);
- 3) опрацювання літературних, методичних, довідкових джерел для подальшого дослідження;
- 4) збір фактичного матеріалу;
- 5) опрацювання та аналіз матеріалів дослідження у відповідності до затвердженого плану;
- 6) написання і оформлення курсової роботи;
- 7) підготовка до захисту та захист курсової роботи.

Курсова робота повинна містити елементи наукового пошуку, спрямованого на більш ефективне, ніж те, що існує на практиці, вирішення питань, що вивчається. Для цього потрібно здійснити збір та провести порівняльний аналіз інформації, що міститься в різних літературних джерелах, відшукати та опрацювати відповідні статистичні матеріали, узагальнити ці вихідні дані та сформулювати власні висновки й пропозиції.

3. Загальні вимоги до курсової роботи

Структурний розподіл змісту курсової роботи
з дисципліни «Маркетинг промислового підприємства»

Назва розділу	Питома вага в загальному обсязі, %	Приблизна кількість сторінок
ТИТУЛЬНА СТОРІНКА	2÷3	1
ЗМІСТ	2÷3	1
ВСТУП	4÷5	2
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ	20÷25	10
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА (техніко-економічна характеристика та аналіз підприємства; оцінка маркетингового середовища функціонування підприємства; виявлення недоліків та проблем предмету дослідження)	30÷35	14
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ... (розробка та обґрунтування шляхів усунення виявлених недоліків; пропозиції щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності; економічне обґрунтування запропонованих заходів; визначення перспектив розвитку)	20÷25	10
ВИСНОВКИ	4÷5	2
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	4÷5	Залежно від кількості джерел
Загальний обсяг курсової роботи	100	40-45
ДОДАТКИ	2÷4	Залежно від кількості додатків

В курсовій роботі студент повинен всебічно і глибоко розкрити зміст обраної теми, показати знання літературних джерел.

Зміст теоретичного розділу курсової роботи має відповідати сучасному розвитку економічної науки.

Висвітлення актуальних проблем маркетингової діяльності слід супроводжувати аналізом статистичних даних, прикладами з практики господарювання промислових підприємств.

Студент повинен показати вміння порівнювати різні підходи до вирішення тих чи інших проблем, самостійно робити висновки на основі вивченої літератури, зібраного та обробленого матеріалу.

Написання курсової роботи доцільно здійснювати на прикладі галузі чи окремого промислового підприємства, конкретної сфери діяльності, які обираються студентом самостійно.

Обсяг основного тексту курсової роботи (без списку використаних джерел та додатків) має бути в межах **40-45 сторінок** формату А4. Зміст курсової роботи повинен відповідати плану, який в свою чергу має відбивати сутність теми, що розглядається, її внутрішню структуру та логіку дослідження.

4. Вибір теми курсової роботи і складання плану

Першим етапом курсової роботи є вибір теми. Тема курсової роботи повинна бути актуальною і базуватися на аналізі конкретних матеріалів. Студенту надається право обирати на свій розсуд одну із запропонованих тем. Якщо студент має бажання обрати тему, якої не має в цьому додатку, він зобов'язаний звернутися до керівника або до завідувача кафедри та погодити вибір теми. Без погодження з кафедрою вільний вибір теми не дозволяється.

При виборі теми курсової роботи доцільно враховувати: професійну орієнтацію студента на певний напрямок економічної діяльності, особисті плани щодо поглибленого вивчення окремих актуальних питань курсу, можливість використання матеріалів підприємств та статистичних даних з обраного напрямку дослідження, наявність достатньої кількості літературних джерел, напрацювання близьких за змістом суміжних дисциплін.

Після ознайомлення з основними проблемами обраного напрямку, формується попередній план роботи, який може уточнюватися після глибокого вивчення літературних джерел та опрацювання зібраного матеріалу.

Зміст курсової роботи повинен охоплювати найбільш важливі питання теми, бути чітким і послідовним. Не слід перевантажувати його великою кількістю питань, оскільки це призводить до поверхневого викладення матеріалу. Приклад оформлення змісту курсової роботи наведено в додатку Г.

5. Підбір літератури, статистичної інформації та інших матеріалів

Навчальну та спеціальну літературу з питань курсової роботи студент підбирає самостійно, використовуючи для цього бібліотечний каталог. Консультацію з питань підбору літератури студент може отримати у викладачів кафедри чи у працівника бібліотеки. Література з маркетингу знаходиться в бібліотеці ЧДІЕУ під шифром 6.050.20, (Наукова бібліотека ЧНТУ, вул. Стрілецька, 1, кімната 103). Рекомендований кафедрою перелік літературних джерел міститься в кінці методичних вказівок.

Ознайомлення найкраще починати з підручників та навчальних посібників, де матеріал викладений послідовно та систематизовано, проте не можна обмежуватись лише підручником. Під час підбору літератури необхідно звернути увагу на періодичні видання та наукові статті, слід ознайомитися з нормативними актами (закони, постанови, положення тощо), що регулюють діяльність у маркетинговій сфері.

Особливу увагу слід звернути на публікації, наукові статті, що висвітлюють передовий зарубіжний та вітчизняний досвід. Доцільно опрацювати журнали "Маркетинг і реклама" (www.mir.com.ua), "Маркетинг в Україні" (www.uam.in.ua), М.А.ДЕ (www.made.com.ua), "Новый маркетинг" (<http://marketing.web-standart.net>), "Бізнес", "Економіка України", "Компаньон", "Контракти" та інші періодичні видання.

Слід звертати увагу на рік видання того чи іншого літературного джерела, користуватись необхідно лише новими виданнями та останніми редакціями нормативних актів. Це дасть змогу уникнути використання в роботі застарілих положень та ідей.

Велику інформаційну цінність має статистичний матеріал. Статистичну інформацію можна знайти в спеціальних виданнях Держкомстату України - "Статистичний щорічник України" та "Україна у цифрах", на електронному ресурсі Держкомстату України www.ukrstat.gov.ua, а також в інших періодичних виданнях.

Отримати першу оцінку кон'юнктури ринку, окремих сегментів, дозволить оцінка статистичних даних та використання ресурсів мережі Internet (пошукових систем). Доцільно відвідати сайти маркетингової тематики:

www.mm.com.ua – інтернет-видання про маркетинг;

www.marketing.spb.ru – енциклопедія з маркетингу;

<http://4p.net.ua> – проект про маркетинг і маркетингологів;

www.4p.ru – е-журнал з маркетингу;

www.marketingclub.org.ua – статті з маркетингу, форум маркетингологів;

www.marketing.vc – база маркетингової інформації;

www.uam.in.ua – Українська асоціація маркетингу;

www.marketing-ua.com – огляд та дослідження ринків, статті маркетингової тематики;

www.mami.org.ua – Міжнародні асоціація маркетингових ініціатив;

www.ReclMaster.com – портал про маркетинг і рекламу;

сайти дослідницьких компаній: (www.gfk.ua, www.umg.com.ua, www.acnielsen.com.ua, www.tns-global.com.ua, www.InMind.com.ua та спеціалізованих маркетингових підприємств і організацій.

УВАГА ! Курсова робота, що повністю запозичена із мережі Інтернет, яка не містить посилань на відповідні джерела, власних досліджень і розрахунків автора, не прив'язана до специфіки підприємства чи галузі, використовує застарілі дані, до захисту не допускається.

6. Структура та вимоги до змісту курсової роботи

Робота повинна мати чітку і логічну структуру, основними структурними частинами якої є: вступ, основна частина та висновки.

Титульна сторінка повинна містити (Додаток В):

- назву міністерства;
- найменування вищого навчального закладу;
- назву кафедри, де виконується курсова робота;
- прізвище, ім'я, по-батькові студента;
- тему курсової роботи;
- науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові керівника;
- місто та рік виконання роботи.

За титульним аркушем розміщують: завдання на курсову роботу, зміст, вступ, основну частину, висновки, список використаних джерел, додатки (при необхідності).

Вступ має бути коротким за формою (2-3 сторінки), але в ньому необхідно обґрунтувати актуальність теми, розкрити її значення. Слід зробити короткий огляд проблеми, що досліджується в літературних джерелах, описати світові тенденції розв'язання поставлених завдань, визначити питання що вимагають вирішення та вдосконалення, обрати методологію дослідження. Вступ має містити мету та завдання курсової роботи, визначати об'єкт і предмет дослідження.

Об'єкт – це процес, явище, проблемна ситуація, що обрана для дослідження. Предмет дослідження міститься в межах об'єкту, вони співвідносяться між собою як загальне і часткове. Тобто, в об'єкті виділяється частина, що і є предметом дослідження, яка визначає основну увагу студента.

Основну частину роботи слід розділити на 3 розділи. **Перший розділ** (2-3 питання) - теоретичні основи проблеми, що розглядається. Даний розділ передбачає глибоке і всебічне розкриття сутності проблеми, а також характеристику структури, можливих видів, завдань, функцій об'єктів і явищ, що

досліджуються. При написанні курсової роботи необхідно робити посилання на авторів і джерела, з яких запозичені матеріали або окремі результати. Посилання в тексті слід зазначати порядковим номером за списком джерела та номером конкретної сторінки, виділяючи їх квадратними дужками. Наприклад: "На думку Ф. Котлера [10, с. 255].....". Обсяг першої частини має бути у межах 20 - 25 % від загального обсягу основної частини роботи.

Другий розділ (2-3 питання) повинен містити аналіз існуючого стану об'єкту та предмету дослідження, аналіз практики роботи промислових підприємств та організацій, розкривати методи дослідження. Питання розділу повинні містити проаналізований статистичний матеріал, первинні дані, які збираються студентом самостійно. Доцільно розглянути динаміку процесів, виділити структурні частини, оцінити взаємозв'язки між явищами, окреслити основні існуючі проблеми (на промисловому підприємстві чи у галузі) та зробити висновки про фактичний стан речей. Обсяг другого розділу має бути у межах 35 - 40 % від загального обсягу основної частини роботи.

Третій розділ (2-3 питання) повинен містити перелік практичних заходів, націлених на вдосконалення маркетингової діяльності, напрями для підвищення ефективності діяльності, обґрунтування шляхів вирішення наявних проблем. Студент має обґрунтувати свої пропозиції за допомогою розрахунків – показати планове (прогнозне) збільшення обсягів продажу, прибутку, підвищення рентабельності бізнесу, ефективності окремих напрямів чи бізнес-одиниць. Враховуючи специфіку окремих тем, доцільно розробити маркетинговий план для вибраного товару (марки) чи організації в цілому.

Даний розділ має містити конкретні розробки студента, наприклад: анкета для опитування промислових споживачів, форми для збору даних, розроблений логотип, дизайн упаковки, розрахунок цін, розроблені рекламні звернення (образи + текст), варіанти слоганів, план рекламної кампанії і т. д. Обсяг третього розділу має бути у межах 35-40 % від загального обсягу основної частини роботи.

У висновках необхідно узагальнити результати дослідження, охарактеризувати практичні рекомендації, виходячи зі змісту роботи. Висновки мають бути стислими, але відображати виконання завдання курсової роботи, акцентувати увагу на найбільш важливих результатах та практичних пропозиціях.

Список використаних літературних джерел слід розміщувати в алфавітному порядку прізвищ перших авторів або у порядку появи посилань у тексті.

Якщо студент використовував матеріали і документи, які доцільно включити **в додатки**, то їх розміщують як продовження роботи після списку використаних джерел. За необхідністю до додатків включають допоміжний матеріал, необхідний для повноти сприйняття курсової роботи: великі таблиці цифрових даних, формули та процес розрахунків, ілюстрації, фотографії, інші матеріали допоміжного характеру.

7. Викладення матеріалу та оформлення курсової роботи

Приступаючи до написання курсової роботи слід уважно переглянути власноручні записи, зроблені в процесі вивчення літературних джерел та інших матеріалів. Записи слід систематизувати, ретельно проаналізувати та узагальнити і лише потім використовувати у підготовці тексту роботи.

Зібраний статистичний матеріал необхідно згрупувати, звести до таблиць, графіків, діаграм, зробити порівняльний аналіз.

Робота повинна бути надрукована на папері формату А4, сторінки обмежуються полями: ліве - не менше 30 мм, праве - не менше 10 мм, верхнє і нижнє - не менше 20 мм. Текст роботи повинен бути надрукований шрифтом Times New Roman Суг, розмір 14, міжрядковий інтервал - 1,5.

Заголовки структурних частин курсової роботи "ЗМІСТ", "ВСТУП", "РОЗДІЛИ", "ВИСНОВКИ", "СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ", "ДОДАТКИ" починають з нової сторінки і друкують великими літерами, симетрично до тексту.

Розділи роботи мають підрозділи (питання), які нумеруються в межах основної частини. Наприклад: 2.1. "Назва" - перший підрозділ другого розділу. Відстань між заголовком і текстом становить 2 інтервали. Підрозділи можна починати після закінчення попереднього на тій же сторінці.

Нумерація сторінок, розділів, підрозділів, таблиць, рисунків подають арабськими цифрами без знака № у правому верхньому кутку.

Таблиці. Оброблений цифровий матеріал, як правило оформлюється у вигляді таблиць. Кожна таблиця повинна мати назву, яку розміщують над таблицею і друкують симетрично до тексту.

Таблиці (за винятком поданих у додатках) нумерують послідовно в межах розділу. В правому верхньому куті над заголовком таблиці розміщують надпис "Таблиця" із зазначенням номеру, наприклад: "Таблиця 1.2" (друга таблиця першого розділу). Приклад побудови таблиці:

Таблиця _____
(номер)

(назва таблиці)

Головка таблиці					Заголовки стовпців	
					Підзаголовки стовпців	
	1	2	3	4	5	Нумерація стовпців
Боковик (заголовки рядків)						Рядки

Стовпці

За логікою побудови таблиці її логічний суб'єкт, або підмет (позначення тих предметів, які в ній характеризуються) розміщують у боковику, голівці чи в них обох, а не у пустографі; логічний предмет таблиці, або присудок (тобто дані, якими характеризується присудок) – у пустографі, а не в голівці чи боковику. Кожен заголовок над графою стосується всіх даних цього стовпця, кожен заголовок рядка в боковику – всіх даних цього рядка.

Заголовок кожного стовпця в голівці таблиці має бути по можливості коротким. Слід уникати повторів тематичного заголовка в заголовках стовпців, одиниці виміру зазначати у тематичному заголовку, виносити до узагальнюючих заголовків слова, що повторюються.

Боковик, як і головка, вимагає лаконічності. Повторювані слова тут також виносять в об'єднувальні рубрики; загальні для всіх заголовків боковика слова розміщують у заголовку над ними.

У пустографці повторювані елементи, які мають відношення до всієї таблиці, виносять в тематичний заголовок або в заголовок стовпця; однорідні числові дані розміщують так, щоб їх класи збігалися; неоднорідні - посередині стовпця.

Заголовки стовпців повинні починатися з великих літер, підзаголовки – з малих, якщо вони складають одне речення із заголовком, і з великих, якщо вони є самостійними.

На всі таблиці в роботі повинні бути посилання в тексті.

Таблиці необхідно подавати в роботі безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше, або на наступній сторінці, таким чином, щоб їх можна було читати без повороту переплетеного блоку курсової роботи або з поворотом за годинниковою стрілкою.

Таблицю з великою кількістю рядків можна переносити на інший аркуш. При перенесенні таблиці на інший аркуш (сторінку) назву вміщують тільки над її першою частиною.

Якщо цифрові або інші дані в якому-небудь рядку таблиці не подають, то в ньому ставлять прочерк.

Таблицю розміщують після першого згадування у тексті, якщо таблиця має велику кількість рядків, її переносять на іншу сторінку, зазначаючи "Продовження табл."

Формули та рівняння розташовують безпосередньо після тексту, в якому вони згадуються, посередині сторінки.

Вище і нижче кожної формули або рівняння повинно бути залишено не менше одного вільного рядка.

Формули і рівняння у курсовій роботі (за винятком формул і рівнянь, наведених у додатках) слід нумерувати порядковою нумерацією в межах розділу.

Номер формули або рівняння складається з номера розділу і порядкового номера формули або рівняння, відокремлених крапкою, наприклад, формула (1.3) - третя формула першого розділу.

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

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

Пояснення значення кожного символу та числового коефіцієнта слід давати з нового рядка. Перший рядок пояснення починають з абзацу словом "де" без двокрапки. Наприклад:

"Відомо, що оптимальну величину партії товару можна визначити за формулою:

$$EOQ = \sqrt{\frac{2 \cdot F \cdot D}{k \cdot r}}, \quad (1.1)$$

де D - річний обсяг закупівлі конкретного виду товару в натуральному вираженні, од.;

F - витрати споживача на обслуговування закупівлі однієї партії товару, грн.;

r - витрати, пов'язані зі зберіганням закуплених матеріальних ресурсів, % від вартості виробничих запасів;

k - ціна франко-склад покупця одиниці матеріальних ресурсів, грн."

Загальне правило пунктуації в тексті з формулами таке: формула входить у 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: у тексті перед формулою є узагальнююче слово; цього вимагає побудова тексту, що передує формулі.

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

Посилання на формули вказують порядковим номером формули в дужках, наприклад «... у формулі (3.2)».

Ілюстрації (креслення, рисунки, графіки, схеми, діаграми, фотознімки) слід розміщувати безпосередньо після тексту, де вони згадуються вперше, або на наступній сторінці. На всі ілюстрації мають бути посилання.

Якщо ілюстрації створені не автором, необхідно подати послання на джерело, дотримуватись вимог чинного законодавства про авторські права.

Ілюстрації можуть мати назву, яку розміщують під ілюстрацією. За необхідності під ілюстрацією розміщують пояснювальні дані (підрисунковий текст).

Ілюстрації слід нумерувати арабськими цифрами порядковою нумерацією в межах розділу, за винятком ілюстрацій, наведених у додатках.

Ілюстрація позначається словом "Рис. ___", яке разом з назвою ілюстрації розміщують після пояснювальних даних, наприклад, "Рис. 3.1. Схема розміщення". Номер ілюстрації складається з номера розділу і порядкового номера ілюстрації, відокремлених крапкою, наприклад, рисунок 3.2 - другий рисунок третього розділу.

Підпис під ілюстрацією звичайно має чотири основні елементи:

- найменування графічного сюжету, що позначається словом «Рис»;
- порядковий номер ілюстрації, який вказується без знака номера арабськими цифрами;
- тематичний заголовок ілюстрації, що містить текст із якомога стислою характеристикою зображеного.

Приклад

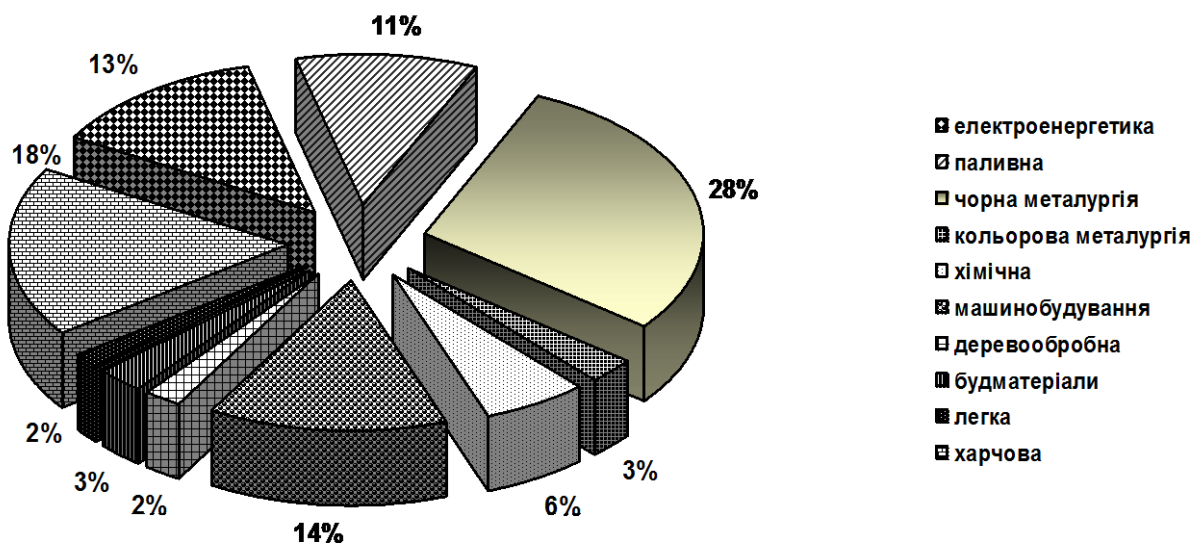


Рис. 2.3. Випуск продукції по галузях промисловості
(у % до загального обсягу)

Основними видами ілюстративного матеріалу в роботах є: схеми, діаграми та графіки.

Не варто оформлювати 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 у круглих дужках «(рис. 3.1)» або зворот типу: «...як це видно з рисунку 3.1» або «як це показано на рисунок 3.1».

Рисунок (діаграму, схему і т. ін.), як правило, слід виконувати на одній сторінці. Якість ілюстрацій повинна забезпечувати їх чітке відтворення.

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

На всі таблиці, рисунки, схеми у тексті необхідно наводити посилання, при цьому слова "таблиця" і "рисунок" в тексті пишуться скорочено - "рис." і "табл.", назви таблиць повинні відображати основний зміст числової інформації.

Список використаних джерел. Бібліографічний опис літературних (інформаційних) джерел складається за стандартом "Бібліографічний запис. Бібліографічний опис" (ДСТУ 7.1:2006). Цей стандарт застосовується при складанні будь-яких звітів про наукові дослідження, включаючи курсові, дипломні та дисертаційні роботи.

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

Бібліографічний опис складають безпосередньо за друкованим твором або виписують з каталогів і бібліографічних покажчиків повністю без пропусків будь-яких елементів, скорочення назв. Завдяки цьому можна уникнути повторних перевірок, вставок пропущених відомостей.

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

Як правило, перелік використаних джерел (список літератури) укладають у встановленій послідовності:

1. Закони України.
2. Інструкції та нормативні акти, Міністерств, інших установ та відомств.
3. Наукова, навчально-методична, спеціальна література, видана українською або російською мовами.
4. Наукова, навчально-методична, спеціальна література, видана іноземними мовами.
5. Наукова аналітична, статистична інформація, що розміщена в мережі Internet (наприклад, Закон про інноваційну діяльність в Україні /www.kiev.gov.ua

По кожному з перелічених підрозділів списку літератури першоджерела вміщуються у перелік в алфавітному порядку (згідно з українським або латинським - для іншомовних видань - алфавітом).

Приклад оформлення бібліографічного опису наведено у Додатку Д.

Додатки. Їх оформлюють як продовження роботи на наступних її сторінках або у вигляді окремої частини (книги), розміщуючи їх у порядку появи посилань у тексті курсової роботи.

Якщо додатки оформлюють на наступних сторінках роботи, кожний такий додаток повинен починатися з нової сторінки. Додаток повинен мати заголовок,

надрукований угорі малими літерами з першої великої симетрично відносно тексту сторінки. Посередині рядка над заголовком малими літерами з першої великої друкується слово "Додаток ___" і велика літера, що позначає додаток.

Додатки слід позначати послідовно великими літерами української абетки, за винятком літер Г, Є, І, Ї, Й, О, Ч, Ь, наприклад, додаток А, додаток Б і т.д. Один додаток позначається як додаток А.

При оформленні додатків окремою частиною (книгою) на титульному аркуші під назвою роботи друкують великими літерами слово "ДОДАТКИ".

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 додатку (літеру) і крапку, наприклад, А.2 - другий розділ додатка А; В.3.1 підрозділ 3.1 додатка В.

Ілюстрації, таблиці і формули, які 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.

Закінчену роботу студент подає на кафедру згідно з терміном, зазначеним у графіку.

8. Типові помилки студентів під час написання курсової роботи

Однією з розповсюджених помилок під час написання курсової роботи є неправильне розуміння методу теоретичного аналізу, коли вся робота зводиться до переписування сторінок з 2-3 джерел. Щоб робота не межувала з плагіатом, серйозні теоретичні положення слід давати з посиланням на джерело.

Однак існує ряд інших типових помилок:

- зміст роботи не відповідає плану курсової роботи або не розкриває тему повністю чи в її основній частині;
- сформульовані розділи (підрозділи) не розкривають реальну проблемну ситуацію, стан об'єкта;
- мета дослідження не пов'язана з проблемою, сформульована абстрактно і не відображає специфіки об'єкта і предмета дослідження;
- автор не виявив самостійності, робота має компілятивний характер або є плагіатом;
- не зроблено глибокого і всебічного аналізу сучасних офіційних і нормативних документів, нової спеціальної літератури (за останні п'ять років) з теми, що вивчається;
- аналітичний огляд вітчизняних і зарубіжних публікацій з теми роботи має форму анотованого списку і не розкриває проблему;
- не простежується позиція автора при аналізі фактичного матеріалу чи дискусійних питань;
- відсутні висновки до розділів курсової роботи;

- загальні висновки роботи не корелюються з характером визначених завдань дослідження;
 - у роботі відсутні посилання на першоджерела або вказані не ті, з яких запозичено матеріал;
 - бібліографічний опис джерел у списку використаної літератури наведено довільно, без дотримання вимог державного стандарту;
 - ілюстративний матеріал та додатки не мають безпосереднього смислового навантаження;
 - таблиці, діаграми, схеми, подані в тексті чи винесені в додатки, складені не на основі першоджерел, а запозичені з інших досліджень без належного оформлення посилань;
 - порушено вимоги щодо обсягу курсової роботи, допущено диспропорційність в обсязі окремих розділів;
 - робота оформлена з порушенням вимог, виконана неохайно, з помилками.
- Під час написання курсової роботи студентам слід бути більш уважними, щоб не допускати помилок, які можуть вплинути на їх оцінку.

9. Порядок подання курсової роботи на рецензію та її захист

Курсову роботу перевіряє викладач кафедри, за яким закріплений студент. За умови загальної позитивної оцінки робота допускається до захисту. Якщо робота написана з порушенням вимог, її повертають для доопрацювання.

Виконання курсової роботи здійснюється студентом самостійно в поза аудиторний час згідно з обраною темою в передбаченому обсязі.

На початку семестру викладач-керівник курсової роботи проводить вступне заняття, на якому визначає мету та задачі курсового проектування, її значення в підготовці майбутнього фахівця, знайомить з напрямками та тематикою курсових робіт, повідомляє про календарний план роботи і графік консультацій. Під час консультацій студент узгоджує (коригує) з керівником план роботи, задає запитання, подає частини роботи, що виконана, на рецензування. Викладач відповідає на запитання студента, робить зауваження по змісту та оформленню роботи, надає методичну допомогу.

Студенту необхідно ретельно враховувати всі зауваження керівника і своєчасно усувати всі вказані недоліки. Систематична праця над курсовою роботою є запорукою якісного її виконання та успішного захисту.

Оформлена належним чином курсова робота подається не пізніше ніж за 4 тижні до початку екзаменаційної сесії та попередньо реєструється на кафедрі із зазначенням дати надходження. Далі робота передається керівнику, який перевіряє її та приймає рішення про допуск до захисту.

Попередньо курсова робота може бути оцінена таким чином:

- робота допускається до захисту;

- робота допускається до захисту за умов усунення таких недоліків, як... (вказуються недоліки по змісту та оформленню);

- робота не допускається до захисту через те, що... (структура роботи не відповідає затвердженому плану; відсутня хоча б одна із структурних частин; викладений матеріал не відповідає змісту та темі роботи; спостерігається схожість з раніше виконаними курсовими роботами; відсутнє емпіричне дослідження чи розрахунки; робота виконана з відхиленням від затвердженої теми; тему розкрито недостатньо повно; оформлення роботи не відповідає вимогам).

Захист курсових робіт здійснюється за встановленим графіком перед комісією, призначеною кафедрою. Захист курсової роботи демонструє не тільки вміння студента самостійно виконувати дослідження, але й дає уявлення членам комісії про ступінь володіння студентом теоретичним матеріалом, про його вміння застосовувати одержані теоретичні знання під час виконання практичних завдань та про рівень підготовки майбутнього фахівця з маркетингу в цілому.

Під час доповіді студент називає тему і мету проведеного дослідження; підкреслює актуальність, наукову та практичну цінність теми; коротко передає суть роботи та її результати. Під час доповіді не слід повністю переказувати зміст усіх розділів і техніку проведення розрахунків. Основна увага повинна бути приділена практичній частині роботи, особистому внеску автора курсової роботи в дослідження, що проведене.

У кінці виступу необхідно зробити висновки і сформулювати конкретні пропозиції з подальшого розвитку завдань, що вирішувалися, а також доповісти про можливість практичного застосування результатів досліджень. Захист курсової роботи необхідно супроводжувати комп'ютерною презентацією, що підготовлена за допомогою програми MS Power Point. У презентації представляються основні результати роботи і роздруковуються відповідні слайди.

Доповідь повинна бути чіткою, логічно побудованою, емоційною. Тривалість доповіді не повинна перевищувати 10 хвилин.

Після виступу керівник, викладачі кафедри та студенти групи ставлять студенту запитання з теми дослідження. Студент повинен давати чіткі аргументовані відповіді на запитання і зауваження тих, хто бере участь у обговоренні, а також має дати додаткові пояснення по зауваженнях, що було зроблено.

10. Критерії оцінювання виконання та захисту курсових робіт

Оцінку «відмінно» – (100 - 90балів) – «А» отримує студент за курсову роботу, в якій всебічно та глибоко розкрито зміст обраної теми, чітко сформульовані та аргументовані висновки та пропозиції, присутні елементи наукового дослідження в теоретичному аспекті та певний практичний результат,

робота наповнена нормативними документами, статистичними та фактичними даними, виконана охайно та правильно відповідно до вимог.

Оцінку «добре» – (89 - 82 балів) – «В» отримує студент за курсову роботу, в якій виконані всі вищезазначені вимоги, але є деякі недоліки стилістичного чи методичного характеру, недостатньо аргументовані висновки та пропозиції. Ця робота має бути виконана правильно й акуратно.

Оцінку «добре» – (81 - 75 балів) – «С» отримує студент за курсову роботу, в якій недостатньо розкриті підсумки дослідження у висновках та неповно аргументовані рекомендації, поряд з наявністю нормативних та статистичних даних частково використані фактичні дані, присутні недоліки щодо оформлення курсової роботи.

Оцінку «задовільно» – (74 - 66 балів) – «D» отримує студент у якого робота містить недостатньо елементів наукового дослідження, теоретичні питання розкриті неповно, висновки та пропозиції недостатньо обґрунтовані, не містять теоретичної і практичної цінності, здійснено неповний аналіз фактичного стану проблеми, яка досліджується на прикладах конкретного підприємства, оформлення неохайне.

Оцінку «задовільно» – (65 - 60 балів) – «E» отримує студент у якого робота містить недостатньо елементів наукового дослідження, теоретичні питання розкриті неповно, висновки та пропозиції недостатньо обґрунтовані, не містять теоретичної і практичної цінності, не здійснено аналіз фактичного стану проблеми, яка досліджується на прикладах конкретного підприємства, оформлення неохайне.

Оцінку «незадовільно» – (59 - 35 балів) – «FX» отримує студент за роботу, в якій зміст курсової роботи неповністю розкриває зміст її назви, відсутній логічний зв'язок між частинами роботи, частково здійснено маркетинговий аналіз та оцінка діяльності об'єкта дослідження, висновки та пропозиції потребують корекції, недостатньо посилань на літературні джерела, оформлення не відповідає встановленим вимогам.

Оцінку «незадовільно» – (34 - 1 балів) – «F» отримує студент за роботу, в якій зміст курсової роботи не відповідає плану, не розкриває сутність обраної теми, її внутрішню структуру та логіку дослідження, відсутні елементи наукового дослідження в теоретичному аспекті та практичний результат, не здійснено аналіз фактичного стану проблеми, яка досліджується на прикладах конкретного підприємства, немає висновків та пропозицій, присутні недоліки стилістичного та методичного характеру, відсутні матеріали літературних джерел, оформлення неохайне.

Студент, який отримав незадовільну оцінку, не допускається до екзамену.

Цілісна (завершена) курсова робота оцінюється за 100-бальною системою за наступними критеріями:

Таблиця 10.1

Критерії оцінювання курсової роботи

Критерії оцінювання	Бали
Ступінь розкриття теоретичних аспектів проблеми, обраної для дослідження	60 балів
Відповідність побудови роботи поставленим меті і завданням	
Логічний взаємозв'язок теоретичного матеріалу	
Наочність та якість ілюстративного матеріалу	
Аналіз вітчизняних та зарубіжних джерел	
Повнота і відповідність аналітично-розрахункової частини напряму дослідження	
Обґрунтованість висновків та пропозицій	
Ступінь самостійності проведеного дослідження, самостійність суджень	
Використання в роботі сучасних методів дослідження та сучасних інформаційних технологій	
Відповідність обсягу та оформлення роботи встановленим вимогам	
Наявність у додатках (якщо вони є) до роботи самостійно складених документів	
Посилання на використані джерела	
Правильність оформлення списку використаних джерел	
Вміння чітко, зрозуміло стисло викладати та презентувати основні засади проведеного дослідження	40 балів
Повнота, глибина, обґрунтованість відповідей на питання при захисті роботи	
Загальна сума балів	100

Переведення даних 100 – бальної шкали оцінювання в 5-ти бальну шкалу та шкалу за системою ECTS здійснюється в такому порядку.

Таблиця 10.2

Шкала оцінювання успішності студентів

Оцінка за шкалою, що використовується в ЧНТУ	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS
100 - 90	Відмінно	A
89 - 82	Добре	B
81 - 75		C
74 - 66		D
65 - 60	Задовільно	E
59 - 35	Незадовільно з можливістю повторного складання	FX
34 - 1	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	F

11. Тематика курсових робіт

1. Удосконалення процесу товаропостачання на промисловому ринку (на прикладі...).
2. Удосконалення процесу закупівлі промислових товарів для потреб підприємства (на прикладі...).
3. Використання лізингу на промисловому підприємстві (на прикладі...).
4. Сегментування на промисловому ринку (на прикладі...).
5. Оцінювання привабливості ринкового сегмента на промисловому ринку (на прикладі...).
6. Маркетингова інформаційна система та ефективність її використання в діяльності підприємства (на прикладі...).
7. Процес маркетингових досліджень та використання їх результатів на промисловому підприємстві (на прикладі...).
8. Особливості формування попиту на промислові товари (на прикладі...).
9. Маркетингова товарна політика промислового підприємства (на прикладі...).
10. Формування оптимального асортименту та управління ним на промисловому підприємстві (на прикладі...).
11. Сервіс у системі товарної політики промислового підприємства (на прикладі...).
12. Ефективність створення і освоєння нових товарів виробничого призначення (на прикладі...).
13. Планування нової продукції на промисловому підприємстві та способи її вдосконалення (на прикладі...).
14. Управління якістю на промисловому підприємстві (на прикладі...).
15. Оцінювання конкурентоспроможності товарів виробничого призначення (на прикладі...).
16. Стандартизація і сертифікація в системі забезпечення якості та конкурентоспроможності промислового підприємства (на прикладі...).
17. Ціноутворення на промисловому підприємстві та удосконалення управління ним (на прикладі...).
18. Цінова стратегія, її види та реалізація промисловими підприємствами (на прикладі...).
19. Формування каналу розподілу товарів виробничого призначення (на прикладі...).
20. Вибір оптимального каналу розподілу на промисловий товар (на прикладі...).
21. Система організації збуту товарів виробничого призначення та підвищення її ефективності (на прикладі...).
22. Удосконалення матеріально-технічного постачання в системі маркетингової діяльності промислового підприємства (на прикладі...).
23. Планування матеріально-технічного постачання на промисловому підприємстві (на прикладі...).

24. Логістика в системі маркетингової діяльності промислового підприємства (на прикладі...).
25. Удосконалення організації складського господарства на промисловому підприємстві (на прикладі...).
26. Формування комплексу маркетингових комунікацій та ефективність його застосування на промисловому підприємстві (на прикладі...).
27. Особливості засобів стимулювання збуту на промисловому підприємстві та підвищення їх ефективності (на прикладі...).
28. Особистий продаж у системі комунікаційної діяльності промислового підприємства (на прикладі...).
29. Управління маркетингом на промисловому підприємстві (на прикладі...).
30. Розробка і реалізація маркетингових програм щодо створення та освоєння нових засобів виробництва (на прикладі...).
31. Маркетингове стратегічне планування на промисловому підприємстві (на прикладі...).
32. Формування оптимального рекламного бюджету на промисловому ринку (на прикладі...).
33. Прогнозування попиту на ТВП та визначення місткості ринку (на прикладі...).
34. Конкуренція на сучасному ринку промислової продукції та її дослідження (на прикладі...).
35. Кон'юнктура ринку та її вплив на маркетингову діяльність промислових підприємств (на прикладі...).
36. Прогнозні дослідження збуту промислового підприємства (на прикладі...).
37. Управління інноваціями у маркетинговій товарній політиці промислового підприємства (на прикладі...).
38. Управління посередницькою діяльністю в каналах розподілу (на прикладі...).
39. Удосконалення організаційної структури і функцій відділу збуту (на прикладі...).
40. Основні напрямки економії матеріалів на промисловому підприємстві (на прикладі...).
41. Впровадження концепції маркетингу в діяльність промислових підприємств України (на прикладі...).
42. Мотиви покупців товарів промислового призначення в сучасних умовах (на прикладі...).
43. Планування та реалізація бюджету маркетингової діяльності на промисловому підприємстві (на прикладі...).
44. Зміст роботи по збуту продукції та її вплив на фінансовий стан підприємства (на прикладі...).
45. Управління збутовими запасами готової продукції з урахуванням кон'юнктури ринку (на прикладі...).

Рекомендована література

Базова

1. Борисенко М. А. Промисловий маркетинг [Текст] : навч. посіб. / Борисенко М. А., Гронь О. В., Щетинін В. М. ; Харк. нац. екон. ун-т. - Х. : ХНЕУ, 2010. - 291 с.
2. Васюткіна Н. В. Маркетинг промислового підприємства [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Васюткіна Н. В. ; Європ. ун-т. - К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2011. – 437 с.
3. Зозулєв А. В. Промышленный маркетинг : рыночная стратегия [Текст]: учеб. пособие / А. В. Зозулєв. - К. : ЦУЛ, 2010. - 576 с.
4. Корж М. В. Промисловий маркетинг [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / М. В. Корж ; Донбас. держ. машинобуд. акад. - Краматорськ : ДДМА, 2011. - 320 с.
5. Крикавський Є. В. Промисловий маркетинг [Текст] : підручник для студ. екон. спец. / Є. В. Крикавський, Н І. Чухрай. Національний ун-т "Львівська політехніка". - 2-ге вид. - Л. : Видавництво Національного ун-ту "Львівська політехніка", 2004. - 472 с.
6. Максимова Т. С. Промисловий маркетинг [Текст] : навч. посіб. / Т. С. Максимова, І. В. Харченко, В. В. Аронова ; Східноукр. нац. ун-т ім. Володимира Даля. - Луганськ : СНУ ім. В. Даля, 2012. - 228 с.
7. Нечаєв В. П. Промисловий маркетинг [Текст]: навч.-метод. посібник для самостійного вивчення дисципліни / В. П. Нечаєв. - Кривий Ріг : МІНЕРАЛ, 2009. - 185 с.
8. Оснач О. Ф. Промисловий маркетинг / О. Ф. Оснач, В. П. Пилипчук, Л. П. Коваленко. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 364 с.
9. Петрович І. М. Організування промислового виробництва [Текст]: підручник / І. М. Петрович. - К. : Знання, 2009. - 328 с.
10. Пилипчук В. П. Промисловий маркетинг [Текст]: навчальний посібник / В. П. Пилипчук, О. Ф. Оснач, Л. П. Коваленко. - К. : Центр навчальної літератури, 2005. - 264 с.
11. Пилипчук В. П. Промисловий маркетинг [Текст]: підручник [для студ. вищ. навч. закл.] / В. П. Пилипчук, О. Ф. Оснач, Л. П. Коваленко ; Мін-во освіти і науки України. - К. : ЦУЛ, 2009. - 364 с.
12. Погріщук, Б. В. Промисловий маркетинг [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Б. В. Погріщук, О. М. Ціхановська, Т. В. Янчук ; Терноп. нац. екон. ун-т, Вінниц. ін-т економіки. - Т. : Крок, 2010. - 328 с.
13. Промисловий маркетинг [Текст]: підручник / [за ред. д-ра екон. наук, професора О. О. Шубіна] ; [в 2-ох томах]. - К. : ВД "Студцентр". -2011. - Т. 1. - 528с.
14. Промисловий маркетинг : Теорія та господарські ситуації [Текст] : підручник / [За ред. А. О. Старостіної]. - К. : В-во "Іван Федоров", 2009. -270 с.

15. Старостіна А. О. Промисловий маркетинг : Теорія, світовий досвід, українська практика [Текст] : підручник / А. О. Старостіна, А. О. Длігач, В. А. Кравченко ; [за ред. А. О. Старостіної]. - К : Знання, 2005. - 764 с.
16. Ткаченко Л. В. Промисловий маркетинг [Текст] : зб. завдань для практ. занять та самот. роботи / Л. В. Ткаченко ; Дніпропетр. ун-т ім. Альфреда Нобеля. - Д. : [б. в.], 2012. - 92 с
17. Philip Kotler, Gary Armstrong Principles of Marketing 15th Edition: Published by Prentice Hall, 2013. - 720 pages

Додаткова

1. Бойчук І. В. Практика застосування маркетингу в діяльності вітчизняних промислових підприємств [Текст] // І. В. Бойчук ; Вісник ЛКА ; Серія економічна, випуск 22. - Львів : Вид-во Львівської Комерційної Академії, 2006. - С. 80-85.
2. Вачевський М. В. Промисловий маркетинг : Основи теорії і практики [Текст]: навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. / М. В. Вачевський, В. Г. Скотний, О. М. Вачевський. - К. : Центр навчальної літератури, 2004. - 256 с.
3. Витковская Н. С. Типи клієнтів компанії на промисловому ринку [Текст] // Н. С. Витковская, А. В. Зозулев. Журнал "Маркетинг и реклама", № 5 (165), май, 2010. - С. 66-69.
4. Гаркавенко С. С. Маркетинг [Текст]: підручник / Світлана Степанівна Гаркавенко. 5-те вид., доповн. - Київ : Лібра, 2007. - 717с.
5. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. / І. З. Должанський, Т. О. Загорна - К.: центр навч. літ., 2006.- 384 с.
6. Драбаніч, Анна Вікторівна. Маркетинг [Текст] : навч. посіб. [для студентів екон. спец.] / А. В. Драбаніч ; Вінниц. фінанс.-екон. ун-т. - Вінниця : ВФЕУ, 2014. - 195 с.
7. Зозульов А. В. Промисловий маркетинг : стратегічний аспект [Текст] / А. В. Зозульов. - Харків : Студцентр, 2005. - 238 с.
8. Каніщенко О. Л. Міжнародний маркетинг у діяльності українських підприємств. - К.: Знання, 2007. - 446 с.
9. Ковалев А. И. Промышленный маркетинг (Часть 1) [Текст] / А. И. Ковалев. - М. : ООО Фирма "Благовест-В", 2002. - 304 с.
10. Компанієць Т. І. Маркетинг промислових підприємств як об'єкт інформаційного управління [Текст] // Т. І. Компанієць ; Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу "Економіка та управління підприємствами", № 3(11) 2010. - С. 54-58.
11. Колодій Г. С. Врахування особливостей маркетингової діяльності при розробці маркетингових програм промислових підприємств [Текст] // Г. С. Колодій ; Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. - 2011, № 1 (4). - С. 173-177.

- 12.Крилова Г. Д. Маркетинг / Г. Д. Крылова, М. И. Соколова. – М.: Магистр, 2009. – 493 с.
- 13.Кулибанова В. В. Развитие сервиса предприятия-изготовителя сложной техники на основе маркетинговой концепции [Текст] : [монография] / В. В. Кулибанова. - СПб. : 2006. - 188 с.
- 14.Кунявский М. Е. Управление маркетингом промышленного предприятия [Текст] / М. Е. Кунявский, И. М. Кублин, К. О. Распоров. - М. : Международные отношения, 2004. - 370 с.
- 15.МаксимоваТ.С. Комплекс маркетингу промислового підприємства (діагностика стану і прогнозування) [Текст] : монографія / Т. С. Максимова, О. Є. Шапран ; Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля. - Луганськ : [Вид-во СНУ], 2010. - 248 с.
- 16.Маркетинг [Текст]: підручник / В.Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко, М.А. Окландер 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.
- 17.Маркетинг [Текст]: підручник / В. Руделіус, О. М. Азарян, Н. О. Бабенко [та ін.]; ред.-упор. О. І. Сидоренко, Л. С. Макарова. – 3-тє вид. – К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент освіти в Україні», 2008. – 648 с.
- 18.Маркетинг [Текст]: підручник /За ред. проф. Е.М.Забарної, Т.О.Окландер. для студентів економічних спеціальностей з Грифом МОНМСУ. – Одеса: Наука і техніка, 2012. – 181с.
- 19.Маркетинговий аналіз: Навч. посіб. – К.: Академвидав, 2007. – 216 с.
- 20.Минетт С. Промышленный маркетинг : принципиально новый подход к решению маркетинговых задач [Текст] / Стив Минетт ; [пер. с англ.]. - М. : Издательскийдом "Вильяме", 2003. - 208 с.
- 21.Никифоров А. Є. Промислова політика [Текст]: навч. посібник / А. Є. Никифоров. - К. : КНЕУ, 2002. - 306 с.
- 22.Ніколайчук В. Є. Промисловий маркетинг [Текст] / В. Є. Ніколайчук, М. И. Белявцев. - Донецк : ООО ПКФ "БАО", 2004. - 384 с.
- 23.Новицкий В. Е. Внешнеэкономическая деятельность и международный маркетинг. – К.: Либра, 2007. .- 314 с.
- 24.Новітній маркетинг: Навч. посіб. / Є. В. Савельєв, О. С. Братко, М. Я. Матвіїв та ін. – Тернопіль: Економічна думка, 2005. – 296 с.
- 25.Основи маркетингу: Навч. посіб. / Чоботар С. І., Шевчик М. Г., Рябчик І. В. та ін. – К.: Наш час, 2004. – 240 с.
- 26.Островський П.І. Аграрний маркетинг: навч. посіб. / П. І. Островський - К.: Центр навч. літ., 2006.- 224 с.
- 27.Павленко А. Ф. Маркетинг [Текст]: підручник / А. Ф. Павленко, І. Л. Решетнікова, А. В. Войчак, Н. В. Куденко, О. О. Беляєв, Т. Є. Оболенська; ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. В.Гетьмана". - К., 2008. - 600 с

- 28.Петропавловська С. Є. Промисловий маркетинг [Текст] : курс лекцій / С. Є. Петропавловська, О. С. Борисенко ; Національний авіаційний ун-т. - К. : НАУ-друк, 2009. - 96 с.
- 29.Пелішенко В. П. Маркетинговий менеджмент: навч.посіб. / В. П. Пелішенко. - К.: Центр навч. літ., 2003.- 200 с.
- 30.Полторах В. А. Маркетингові дослідження: навч. посіб. / В. А. Полторах - К.: Центр навч. літ., 2003. – 387 с.
- 31.Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов: Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 452 с.
- 32.Промисловий маркетинг [Текст]: навч. посібник / Мін. освіти і науки України ; ДонДЕУекон. і торгівлі ім. М. І. Туган-Барановського ; [під ред. О.О. Шубіна]. - К. : Студцентр, 2002. - 432 с.
- 33.Салига С.Я., Каланджи /А. Формування стратегічного маркетингу на промислових підприємствах [Текст] / Гуманітарний ун-т "Запорізький ін-т держ. та муніципального управління". — Запоріжжя: ГУ "ЗІДМУ", 2007. — 148с.
- 34.Семенова Т. В., Олейнікова С. С., Коняхіна Т. В. Міжнародний маркетинг: Практикум. – Донецьк: ДонДУУ, 2006. – 193 с.
- 35.Скибінський С. Маркетинг / С. Скибінський. - Львів: УКРСПЛКА, 2005. – 425 с.
- 36.Телетов О. С. Маркетинг у промисловості [Текст]: підручник / О. С. Телетов ; Мін. освіти і науки України ; Сум. держ. ун-т. - Київ : ПУЛ, 2004. - 248с.
- 37.Телетов О. С. Маркетинг продукції виробничо-технічного призначення [Текст]: О. С. Телетов. - Суми : Вид-во Сумського державного університету, 2002. - 231 с.
- 38.Черномаз П. О. Міжнародний маркетинг: Навч. посіб. – К.: Академвидав, 2010. – 272 .
- 39.Backhaus K., Büschken J., Voeth M. Internationales Marketing. – Stuttgart: Poeschel, 2007. – 186 с.
- 40.Berekoven L. Internationales Marketing. – Herne: Verlag Neue Wirtschafts-Briefe, 2003. – 317 с.
- 41.Lettav H. G. Grndwissen Marketing.-Munchen: Wilhelm heyne Velgrad, - 2005.- 278 с.
- 42.Philip Kotler, Gary Armstrong, Peggy Cunninham. Principles of marketing. Ontario: Prenticc Hail Canada, 1999. - 680 с.
- 43.Stanislaw Malarski/ Instrumenty prawne marketingu: krakow Wydawnicwo profesjonalney Skoly Baznesu,1996.-278 с.

Додатки

Додаток А – Зразок заяви про ухвалення теми курсової роботи та призначення керівника

Завідувачу кафедри маркетингу
PR–технологій та логістики

студента __ курсу, групи _____
факультету _____

_____ форми навчання

(П.І.Б. студента)

Заява

Прошу Вас ухвалити тему курсової роботи з дисципліни «Маркетинг
промислового підприємства» _____

(назва теми)

та призначити керівника _____

(П.І.Б., вчене звання та посада керівника)

Дата

Підпис студента

**Додаток Б – Зразок орієнтованого календарного плану підготовки
курсової роботи**

Орієнтований календарний план підготовки курсової роботи

№ з/п	Найменування робіт	Строки виконання	Відмітка про виконання
1	Вибір об'єкту дослідження		
2	Визначення актуальності тематики дослідження, мети та завдань курсової роботи		
3	Вивчення літератури за темою роботи		
4	Збір та аналіз фактичного матеріалу		
5	Написання розділів курсової роботи		
6	Формулювання висновків		
7	Оформлення курсової роботи		
8	Подання курсової роботи керівнику на перевірку		
9	Доопрацювання курсової роботи студентом (у разі потреби)		
10	Подання курсової роботи для одержання дозволу на її захист		

Студент _____ курсу _____ групи _____
(підпис, П., І., Б. студента)

Керівник _____
(підпис, П.І.Б., вчене звання та посада керівника)

Додаток В – Зразок оформлення титульної сторінки курсової роботи

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІГІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ**

ФАКУЛЬТЕТ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ, ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ І ТУРИЗМУ

Кафедра маркетингу PR–технологій та логістики

Прізвище, ім'я та по-батькові студента

КУРСОВА РОБОТА

з дисципліни: «Маркетинг промислового підприємства»

на тему : « _____ »

Курс ____ Група _____

Науковий керівник:

Робота подана на кафедру

« ____ » _____ 20__ р.

Робота допущена до захисту

_____ Науковий керівник

« ____ » _____ 20__ р.

Робота захищена з

оцінкою _____

« ____ » _____ 20__ р.

_____ Голова комісії
_____ Член комісії

Чернігів 20__ р.

Додаток Г – Зразок оформлення змісту курсової роботи

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МАРКЕТИНОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	5
1.1 Сутність, завдання та функції маркетингу промислового підприємства	5
1.2 Ринок промислових товарів та особливості маркетингової діяльності	9
1.3 Маркетингове управління та планування на промислових підприємствах	12
Висновки за розділом 1	
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	15
2.1 Техніко-економічна характеристика та аналіз підприємства	15
2.2 Оцінка маркетингового середовища функціонування підприємства ..	20
2.3 Аналіз управління маркетинговим комплексом підприємства	25
Висновки за розділом 2	29
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ....	30
Висновки за розділом 3	39
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	42
ДОДАТКИ	

Додаток Д – Приклади оформлення бібліографічного опису у списку використаних джерел, який наводять у курсовій роботі

Характеристика джерела	Приклад оформлення
Книги: Один автор	<p>1. Василій Великий. Гомілії / Василій Великий ; [пер. з давньогрец. Л. Звонська]. – Львів : Свічадо, 2006. – 307 с. – (Джерела християнського Сходу. Золотий вік патристики IV-V ст. ; № 14).</p> <p>2. Коренівський Д. Г. Дестабілізуючий ефект параметричного білого шуму в неперервних та дискретних динамічних системах / Коренівський Д. Г. – К. : Ін-т математики, 2006. – 111 с. – (Математика та її застосування) (Праці / Ін-т математики НАН України ; т. 59).</p> <p>3. Матюх Н. Д. Що дорожче срібла-золота / Наталія Дмитрівна Матюх. – К. : Асамблея діл. кіл : Ін-т соц. іміджмейкінгу, 2006. – 311 с. – (Ювеліри України ; т. 1).</p> <p>4. Шкляр В. Елементал : [роман] / Василь Шкляр. – Львів : Кальварія, 2005. – 196, [1] с. – (Першотвір).</p>
Два автори	<p>1. Матяш І. Б. Діяльність Надзвичайної дипломатичної місії УНР в Угорщині : історія, спогади, арх. док. / І. Матяш, Ю. Мушка. – К. : Києво-Могилян. акад., 2005. – 397, [1] с. – (Бібліотека наукового щорічника «Україна дипломатична» ; вип. 1).</p> <p>2. Ромовська З. В. Сімейне законодавство України / З. В. Ромовська, Ю. В. Черняк. – К.: Прецедент, 2006. – 93 с. – (Юридична бібліотека. Бібліотека адвоката) (Матеріали до складання кваліфікаційних іспитів для отримання Свідоцтва про право на заняття адвокатською діяльністю; вип. 11).</p> <p>3. Суберляк О. В. Технологія переробки полімерних та композиційних матеріалів : підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / О. В. Суберляк, П. І. Баштанник. – Львів : Растр-7, 2007. – 375 с.</p>
Три автори	<p>1. Акофф Р. Л. Идеализированное проектирование: как предотвратить завтрашний кризис сегодня. Создание будущего организации / Акофф Р. Л., Магидсон Д., Эддисон Г. Д. ; пер. с англ. Ф. П. Тарасенко. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. – ХЛП, 265 с.</p>
Чотири автори	<p>1. Методика нормування ресурсів для виробництва продукції рослинництва / [Вітвіцький В. В., Кисляченко М. Ф., Лобастов І. В., Нечипорук А. А.]. – К. : НДІ «Укragenпромпродуктивність», 2006. – 106 с. – (Бібліотека спеціаліста АПК. Економічні нормативи).</p> <p>2. Механізація переробної галузі агропромислового комплексу : [підруч. для учнів проф.-техн. навч. закл.] / О. В. Гвоздев, Ф. Ю. Ялпачик, Ю. П. Рогач, М. М. Сердюк. – К.: Вища освіта, 2006. – 478, [1] с. – (ПТО: Професійно-технічна освіта).</p>
П'ять і більше авторів	<p>1. Психология менеджмента / [Власов П. К., Липницький А. В., Луцихина И. М. и др.]; под ред. Г. С. Никифорова. – [3-е изд.]. – Х. : Гуманитар. центр, 2007. – 510с.</p> <p>2. Формування здорового способу життя молоді : навч.-метод. посіб. для працівників соц. служб для сім'ї, дітей та молоді / [Т. В. Бондар, О. Г. Карпенко, Д. М. Дикова-Фаворська та ін.]. – К. : Укр. ін-т соц. дослідж., 2005. – 115 с. – (Серія «Формування здорового способу життя молоді»: у 14 кн., кн. 13).</p>

Без автора	<ol style="list-style-type: none"> 1. Історія Свято-Михайлівського Золотоверхого монастиря / [авт. тексту В. Клос]. – К. : Грані-Т, 2007. – 119 с. – (Грані світу). 2. Воскресіння мертвих : українська барокова драма : антологія / [упорядкув., ст., пер. і прим. В. О. Шевчук]. – К. : Грамота, 2007. – 638, [1] с. 3. Тіло чи особистість? Жіноча тілесність у вибраній малій українській прозі та графіці кінця ХІХ – початку ХХ століття : [антологія / упоряд.: Л. Таран, О. Лагутенко]. – К. : Грані-Т, 2007. – 190, [1] с. 4. Проблеми типологічної та квантитативної лексикології [зб.наук.праць / наук. ред. Каліущенко В. та ін.]. – Чернівці: Рута, 2007. – 310 с.
Багатотомний документ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Історія Національної академії наук України, 1941-1945 / [упоряд. Л. М. Яременко та ін.]. – К. : Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, 2007 – (Джерела з історії науки в Україні). Ч. 2: Додатки – 2007. – 573, [1] с. 2. Межгосударственные стандарты : каталог в 6 т. / [сост. Ковалева И. В., Рубцова Е.Ю. ; ред. Иванов В. Л.]. – Львов : НТЦ «Леонорм-Стандарт», 2005. – (Серия «Нормативная база предприятия»). Т. 1 . – 2005. – 277 с. 3. Дарова А. Т. Неисповедимы пути Господни... : (Дочь врага народа): трилогия / А. Дарова. – Одесса : Астропринт, 2006. – (Сочинения: в 8 кн. /А. Дарова ; кн. 4). 4. Кучерявенко Н. П. Курс налогового права : Особенная часть : в 6 т. / Н. П. Кучерявенко. – Х.: Право, 2002 – Т. 4: Косвенные налоги. – 2007. – 534 с. 5. Реабілітовані історією. Житомирська область: [у 7 т.]. – Житомир : Полісся, 2006.– (Науково-документальна серія книг «Реабілітовані історією»: у 27 т. / голов, редкол.: Тронько П. Т. (голова) [та ін.]). Кн. 1 / [обл. редкол.: Синявська І. М. (голова) та ін.]. – 2006. – 721, [2] с. 6. Бондаренко В. Г. Теорія ймовірностей і математична статистика. Ч. 1 / В. Г. Бондаренко, І. Ю. Канівська, С. М. Парамонова. – К. : НТУУ «КПІ», 2006. – 125 с.
Матеріали конференцій, з'їздів	<ol style="list-style-type: none"> 1. Економіка, менеджмент, освіта в системі реформування агропромислового комплексу: матеріали Всеукр. конф. молодих учених-аграрників [«Молодь України і аграрна реформа»], (Харків, 11-13 жовт. 2000 р.) / М-во аграр. політики, Харк. держ. аграр. ун-т ім. В. В. Докучаєва. – Х. : Харк. держ. аграр. ун-т ім. В. В. Докучаєва, 2000. – 167 с. 2. Кібернетика в сучасних економічних процесах : зб. текстів виступів на республік. міжвуз. наук.-практ. конф. / Держкомстат України, Ін-т статистики, обліку та аудиту. – К. : ІСОА, 2002. – 147 с. 3. Матеріали ІХ з'їзду Асоціації українських банків, 30 червня 2000 р. інформ. бюл. – К.: Асоц. укр. банків, 2000. – 117 с. – (Спецвип. : 10 років АУБ). 4. Оцінка й обґрунтування продовження ресурсу елементів конструкцій : праці конф., 6-9 черв. 2000 р., Київ. Т. 2 / відп. ред. В. Т. Трощенко. – К.: НАН України, Ін-т пробл. міцності, 2000. – С. 559–956, ХІІІ, [2] с. – (Ресурс 2000). 5. Проблеми обчислювальної механіки і міцності конструкцій : зб. наук, праць /наук. ред. В. І. Моссаковський. – Дніпропетровськ : Навч. кн., 1999. – 215 с. 6. Ризикологія в економіці та підприємстві : зб. наук, праць за матеріалами міжнар. наук.-практ. конф., 27-28 берез. 2001 р. / М-во освіти і науки України, Держ податк. адмін. України [та ін.]. – К. : КНЕУ : Акад. ДПС України, 2001. – 452 с.

Препринти	<p>1. Шиляев Б. А. Расчеты параметров радиационного повреждения материалов нейтронами источника ННЦ ХФТИ/ANL USA с подкритической сборкой, управляемой ускорителем электронов / Шиляев Б. А., Воеводин В. Н. – Х. : ННЦ ХФТИ, 2006. – 19 с. – (Препринт / НАН Украины, Нац. науч. центр «Харьк. физ.-техн. ин-т»; ХФТИ 2006-4).</p> <p>2. Панасюк М. І. Про точність визначення активності твердих радіоактивних відходів гамма-методами / Панасюк М. І., Скорбун А. Д., Сплошной Б. М. – Чорнобиль : Ін-т пробл. безпеки АЕС НАН України, 2006. – 7, [1] с. – (Препринт / НАН України, Ін-т пробл. безпеки АЕС; 06-1).</p>
Депоновані наукові праці	<p>1. Социологическое исследование малых групп населения / В. И. Иванов [и др.]; М-во образования Рос. Федерации, Финансовая академия. – М., 2002. – 110 с. – Деп. в ВИНТИ 13.06.02, № 145432.</p> <p>2. Разумовский В. А. Управление маркетинговыми исследованиями в регионе / В. А. Разумовский, Д. А. Андреев. – М., 2002. – 210 с. – Деп. в ИНИОН Рос. акад. наук 15.02.02, № 139876.</p>
Словники	<p>1. Географія : словник-довідник / [авт.-уклад. Ципін В. П.]. – Х. : Халімон, 2006. – 175, [1] с.</p> <p>2. Тимошенко З. І. Болонський процес в дії : словник-довідник основ. термінів і понять з орг. навч. процесу у вищ. навч. закл. / З. І. Тимошенко, О. І. Тимошенко. – К. : Європ. ун-т, 2007. – 57 с.</p> <p>3. Українсько-німецький тематичний словник / [уклад. Н. Яцко та ін.]. – К. : Карпенко, 2007. – 219 с.</p> <p>4. Європейський Союз : словник-довідник / [ред.-упоряд. М. Марченко]. – 2-ге вид., оновл. – К. : К.І.С., 2006. – 138 с.</p>
Атласи	<p>1. Україна : екол.-геогр. атлас: присвяч. всесвіт. дню науки в ім'я миру та розвитку згідно з рішенням 31 сесії ген. конф. ЮНЕСКО / [наук. редкол.: С. С. Куруленко та ін.; Рада по вивч. продукт. сил України НАН України [та ін.]. – К. : Варта, 2006. – 217, [1] с.</p> <p>2. Анатомія пам'яті : атлас схем і рисунків провідних шляхів і структур нервової системи, що беруть участь у процесах пам'яті: посіб. для студ. та лікарів / О. Л. Дроздов, Л. А. Дзяк, В. О. Козлов, В. Д. Маковецький. – 2-ге вид., розшир. та доповн. – Дніпропетровськ : Пороги, 2005. – 218 с.</p> <p>3. Куерда Х. Атлас ботаніки / Хосе Куерда ; [пер. з ісп. В. Й. Шовкун]. – Х. : Ранок, 2005. – 96 с.</p>
Законодавчі та нормативні документи	<p>1. Кримінально-процесуальний кодекс України : за станом на 1 груд. 2005 р. / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – К. : Парлам. вид-во, 2006. – 207 с. – (Бібліотека офіційних видань).</p> <p>2. Медична статистика : зб. нормат. док. / упоряд. та голов. ред. В. М. Заболотько. – К.: МНІАЦ мед. статистики : Медінформ, 2006. – 459 с. – (Нормативні директивні правові документи).</p> <p>3. Експлуатація, порядок і терміни перевірки запобіжних пристроїв посудин, апаратів і трубопроводів теплових електростанцій : СОУ-Н ЕЕ 39.501:2007. – Офіц. вид. – К.: ГРІФРЕ : М-во палива та енергетики України, 2007. – VI, 74 с. – (Нормативний документ Мінпаливенерго України. Інструкція).</p>
Стандарти	<p>1. Графічні символи, що їх використовують на устаткуванні. Показчик та огляд (ISO 7000:2004, IDT) : ДСТУ ISO 7000:2004. – [Чинний від 2006-01-01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2006. – IV, 231 с. – (Національний стандарт України).</p>

	<p>2. Якість води. Словник термінів : ДСТУ ISO 6107-1:2004 – ДСТУ ISO 6107-9:2004. – [Чинний від 2005-04-01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2006. – 181 с. – (Національні стандарти України).</p> <p>3. Вимоги щодо безпечності контрольно-вимірювального та лабораторного електричного устаткування. Частина 2-020. Додаткові вимоги до лабораторних центрифуг (EN 61010-2-020:1994, IDT) : ДСТУ EN 61010-2- 020:2005. – [Чинний від 2007-01-01]. – К.: Держспоживстандарт України, 2007. – IV, 18 с. – (Національний стандарт України).</p>
Каталоги	<p>1. Межгосударственные стандарты : каталог : в 6 т. / [сост. Ковалева И. В., Павлюкова В. А. ; ред. Иванов В. Л.]. – Львов : НТЦ «Леонорм-стандарт», 2006– .– (Серия «Нормативная база предприятия»).</p> <p>Т. 5. – 2007. – 264 с. Т. 6. – 2007. – 277 с.</p> <p>2. Пам'ятки історії та мистецтва Львівської області : каталог-довідник/ [авт.-упоряд. М. Зобків та ін.]. – Львів : Новий час, 2003. – 160 с.</p> <p>3. Університетська книга : осінь, 2003 : [каталог]. – [Суми : Унів. кн., 2003]. – 11 с.</p> <p>4. Горницкая И. П. Каталог растений для работ по фитодизайну/ Горницкая И. П., Ткачук Л. П. – Донецк : Лебедь, 2005. – 228 с.</p>
Бібліографічні показники	<p>1. Куц О. С. Бібліографічний показчик та анотації кандидатських дисертацій, захищених у спеціалізованій вченій раді Львівського державного університету фізичної культури у 2006 році/ О. Куц, О Вацеба. – Львів : Укр. технології, 2007. – 74 с.</p> <p>2. Систематизований показчик матеріалів з кримінального права, опублікованих у Віснику Конституційного Суду України за 1997 – 2005 роки / [уклад. Кириць Б. О., Потлань О. С.]. – Львів : Львів. держ. ун-т внутр. справ, 2006. – 11 с. – (Серія: Бібліографічні довідники ; вип. 2).</p>
Дисертації	<p>1. Петров П. П. Активність молодих зірок сонячної маси: дис. ... доктора фіз.-мат. наук : 01.03.02 / Петров Петро Петрович. – К., 2005. – 276 с.</p>
Автореферати дисертацій	<p>1. Новосад І. Я. Технологічне забезпечення виготовлення секцій робочих органів гнучких гвинтових конвеєрів : автореф. дис. на здобуття наук, ступеня канд. техн. наук : спец. 05.02.08 «Технологія машинобудування» / І. Я. Новосад. – Тернопіль, 2007. – 20, [1]с.</p> <p>2. Нгуен Ші Данг. Моделювання і прогнозування макроекономічних показників в системі підтримки прийняття рішень управління державними фінансами : автореф. дис. на здобуття наук, ступеня канд. техн. наук : спец. 05.13.06 «Автоматиз. системи упр. та прогрес. інформ. технології» / Нгуен Ші Данг. – К., 2007. – 20 с.</p>
Авторські свідоцтва	<p>1. А. с. 1007970 СССР, МКИЗ В 25 J 15/00. Устройство для захвата неориентированных деталей типа валов / В. С. Ваулин, В. Г. Кемайкин (СССР). – № 3360585/25-08 ; заявл. 23.11.81 ; опубл. 30.03.83, Бюл. № 12.</p>
Патенти	<p>Пат. 2187888 Российская Федерация, МПК7 Н 04 В 1/38, Н 04 J 13/00. Приемопередающее устройство / Чугаева В. И. ; заявитель и патентообладатель Воронеж. науч.-исслед. ин-т связи. – № 2000131736/09 ; заявл. 18.12.00 ; опубл. 20.08.02, Бюл. № 23 (II ч.).</p>
Частина книги, періодичного, продовжу-	<p>1. Козіна Ж. Л. Теоретичні основи і результати практичного застосування системного аналізу в наукових дослідженнях в області спортивних ігор / Ж. Л. Козіна // Теорія та методика фізичного виховання. – 2007. – № 6. – С. 15–18, 35–38.</p>

ваного видання	<p>2. Гранчак Т. Інформаційно-аналітичні структури бібліотек в умовах демократичних перетворень / Тетяна Гранчак, Валерій Горовий // Бібліотечний вісник. – 2006. – № 6. – С. 14–17.</p> <p>3. Валькман Ю. Р. Моделирование НЕ-факторов – основа интеллектуализации компьютерных технологий / Ю. Р. Валькман, В. С. Быков, А. Ю. Рыхальский // Системні дослідження та інформаційні технології. – 2007. – № 1. – С. 39–61.</p> <p>4. Ма Шуїн. Проблеми психологічної підготовки в системі фізкультурної освіти / Ма Шуїн // Теорія та методика фізичного виховання. – 2007. – № 5. – С. 12–14.</p> <p>5. Регіональні особливості смертності населення України / Л. А. Чепелевська, Р. О. Моїсєнко, Г. І. Баторшина [та ін.] // Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України. – 2007. – № 1. – С. 25–29.</p> <p>6. Валова І. Нові принципи угоди Базель II / І. Валова ; пер. з англ. Н. М. Середи // Банки та банківські системи. – 2007. – Т. 2, № 2. – С. 13–20.</p> <p>7. Зеров М. Поетична діяльність Куліша // Українське письменство ХІХ ст. Від Куліша до Винниченка : (нариси з новітнього укр. письменства) : статті / Микола Зеров. – Дрогобич, 2007. – С. 245–291.</p> <p>8. Третьяк В. В. Возможности использования баз знаний для проектирования технологии взрывной штамповки / В. В. Третьяк, С. А. Стадник, Н. В. Калайтан // Современное состояние использования импульсных источников энергии в промышленности : междунар. науч.-техн. конф., 3-5 окт. 2007 г. : тезисы докл. – Х., 2007. – С. 33.</p> <p>9. Чорний Д. Міське самоврядування: тягарі проблем, принади цивілізації / Д. М. Чорний // По лівий бік Дніпра: проблеми модернізації міст України : (кінець ХІХ – початок ХХ ст. / Д. М. Чорний. – Х., 2007. – Розд. 3. – С. 137–202.</p>
Електронні ресурси	<p>1. Богомольний Б. Р. Медицина екстремальних ситуацій [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. мед. вузів III – IV рівнів акредитації / Б. Р. Богомольний, В. В. Кононенко, П. М. Чуєв. – 80 Min/700 MB. – Одеса : Одес. мед. ун-т, 2003. – (Бібліотека студента-медика) – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM) ; 12 см. – Систем. вимоги: Pentium ; 32 Mb RAM ; Windows 95, 98, 2000, XP ; MS Word 97-2000. – Назва з контейнера.</p> <p>2. Розподіл населення найбільш численних національностей за статтю та віком, шлюбним станом, мовними ознаками та рівнем освіти [Електронний ресурс] : за даними Всеукр. перепису населення 2001 р. / Держ. ком. статистики України ; ред. О. Г. Осауленко. – К. : CD - вид-во "Інфодиск", 2004. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM) : кольор. ; 12 см. – (Всеукр. перепис населення, 2001). – Систем. вимоги: Pentium-266 ; 32 Mb RAM ; CD-ROM Windows 98/2000/NT/XP. – Назва з титул. екрану.</p> <p>3. Бібліотека і доступність інформації у сучасному світі: електронні ресурси в науці, культурі та освіті: (підсумки 10-ї Міжнар. конф. «Крим-2003») [Електронний ресурс] / Л. Й. Костенко, А. О. Чекмарьов, А. Г. Бровкін, І. А. Павлуша // Бібліотечний вісник – 2003. – № 4. – С. 43. – Режим доступу до журн. : http://www.nbuv.gov.ua/articles/2003/03klinko.htm.</p>