

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

МАРКЕТИНГ

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
соціальної економіки та ринкових відносин
Протокол № 6
від 20 січня 2015 р.

Маркетинг. Методичні рекомендації до виконання курсової роботи для студентів галузі знань 0305 – Економіка та підприємництво, напряму підготовки 6.030507 – Маркетинг / Укл. Жидок В. В., Забаштанська Т. В., Забаштанський М. М., – Чернігів: ЧНТУ, 2015. – 34 с.

Укладачі: ЖИДОК ВІКТОРІЯ ВІКТОРІВНА, кандидат економічних наук
ЗАБАШТАНСЬКА ТЕТЯНА ВОЛОДИМИРІВНА, кандидат економічних наук
ЗАБАШТАНСЬКИЙ МАКСИМ МИКОЛАЙОВИЧ, кандидат економічних наук, доцент

Відповідальний за випуск: ЖИДОК ВІКТОРІЯ ВІКТОРІВНА, завідувач кафедри соціальної економіки та ринкових відносин, кандидат економічних наук
Навчально-наукового інституту управління та адміністрування
Чернігівського національного технологічного університету

Рецензент: РОГОВИЙ Андрій Віталійович, кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансової діяльності суб'єктів господарювання і державних установ Навчально-наукового інституту економіки Чернігівського національного технологічного університету

ВСТУП

За сучасних умов запорукою успіху будь-якого підприємства на ринку є вміння знайти і задовольнити потреби споживачів. Такий підхід до діяльності підприємства відображає сутність маркетингу як філософії бізнесу і передбачає орієнтацію її діяльності на задоволення потреб споживачів як єдину можливість досягнення цілей, пов'язаних із отриманням прибутку, проникненням на нові ринки, розвитком підприємства. Крім того, маркетинг – це вид діяльності, функція менеджменту, що спрямовані на інформаційне забезпечення прийняття управлінських рішень та конкретні дії щодо розробки товару, ціноутворення, розподілу та просування товарів.

Таким чином, для того, щоб забезпечити успішну діяльність підприємства в умовах ринкової економіки сучасні фахівці-економісти повинні знати сутність та зміст маркетингу, його основні функції та концепції, вміти застосовувати принципи маркетингу в своїй практичній діяльності. В цьому зв'язку курс набуває теоретичного і практичного значення, а його всебічне вивчення складає базову основу підготовки фахівців з маркетингу.

Однією з форм всебічного вивчення дисципліни «Маркетинг» 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.

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.

1 ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1 Мета та завдання курсової роботи

Курсова робота з дисципліни «Маркетинг» – це самостійна науково-дослідна робота, виконана студентом на завершальному етапі вивчення даного курсу. Робота має бути підсумком критичного огляду наукових доробок, економічного аналізу літературних та практичних матеріалів, ілюстрована відповідними схемами, графіками, таблицями, діаграмами.

Мета написання курсової роботи – подальша систематизація, засвоєння і поглиблення теоретичних знань, формування вмій і навичок проведення самостійних досліджень з обраної галузі маркетингу, а також застосування одержаних знань та вмій для вирішення конкретної практичної задачі.

Для досягнення цієї мети у роботі вирішуються такі завдання:

- систематизувати та поглибити теоретичні знання у контексті вирішення практичних завдань з маркетингу, набути навичок самостійного, творчого використання цих знань у науковій роботі;

- дослідити процеси та отримати навички при вирішенні конкретних задач з маркетингу на перспективу;

- встановити внутрішні і зовнішні зв'язки між явищами та процесами, які є суттєвими для вирішення конкретного практичного завдання;

- обґрунтувати шляхи і засоби вдосконалення комплексу маркетингу на практиці, використовуючи методи наукових досліджень та виконуючи економічні розрахунки;

- узагальнити та сформулювати висновки, рекомендації і пропозиції за результатами проведеного дослідження.

Виконання курсової роботи дає можливість студенту навчитися самостійно працювати з різними інформаційними джерелами, реферувати матеріали періодичної літератури, глибше вивчати основні проблеми маркетингових досліджень і на підставі цього робити самостійні теоретичні і практичні висновки та прогнози.

При написанні письмової роботи необхідно враховувати такі загальні вимоги:

- відповідність орфографічним та граматичним правилам;

- відповідність вимогам до оформлення текстової документації;

- послідовність та простота викладення матеріалу роботи;

- дотримання єдності та відповідності використовуваної термінології загальноновизнаним у науковій літературі та встановленим стандартним вимогам.

1.2 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 виконується на основі поглибленого вивчення та творчого критичного осмислення спеціальної вітчизняної та зарубіжної літератури, чинного законодавства України та міжнародних законодавчих актів, передового досвіду з вирішення обраної проблеми, у тому числі закордонного, а також результатів даних, отриманих студентом під час власних досліджень реального об'єкта з метою вирішення визначених професійних задач. Особливу увагу слід звернути на періодичні видання: газети, журнали, де можна знайти останні результати досліджень спеціалістів в галузі маркетингу.

2 ОСНОВНІ ВИМОГИ ДО СТРУКТУРИ ТА ЗМІСТУ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Рекомендована структура курсової роботи:

- титульна сторінка;
- зміст;
- вступ;
- основна частина;
- висновки;
- список використаних джерел;
- додатки.

2.1 Титульна сторінка курсової роботи

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.

2.2 Зміст

Зміст розміщують після титульного аркуша, починаючи з нової сторінки. Зміст містить: вступ; послідовно перелічені назви всіх розділів та підрозділів (пунктів) основної частини, висновки до них та загальні висновки; список використаних джерел; назви додатків та справа напроти кожного структурного

елемента номери сторінок, на яких зазначено початок матеріалу. Приклад наведено у Додатку Г.

2.3 Вступ

Вступ розкриває сутність і стан наукової проблеми та її значущість, обґрунтування необхідності проведення дослідження. Далі подають загальну характеристику курсової роботи в рекомендованій нижче послідовності:

- актуальність;
- об'єкт дослідження;
- предмет дослідження;
- мета;
- завдання;
- структура та обсяг курсової роботи.

Актуальність теми (обґрунтування доцільності роботи). Формулювання студентом актуальності свідчить, наскільки правильно він оцінює обрану тематику з точки зору своєчасності та соціальної значущості, характеризує його наукову зрілість та професійну підготовку.

Об'єкт дослідження – це частина реальної дійсності, яка підлягає дослідженню, тобто процес або явище, що породжує проблемну ситуацію, і обране для вивчення.

Предмет дослідження міститься в межах об'єкта і конкретизує, що саме в об'єкті буде вивчатися.

Об'єкт і предмет дослідження як категорії наукового процесу співвідносяться між собою як загальне і часткове. В об'єкті виділяється та його частина, яка є предметом дослідження. Саме на нього спрямована основна увага автора курсової роботи, оскільки предмет дослідження визначає тему роботи, що зазначається на титульному аркуші, як її назва.

Метою курсової роботи є дослідження проблем, визначених обраною тематикою, а також напрямів і засобів їх вирішення. Мету роботи слід формулювати стисло та конкретно. Вона повинна витікати з обґрунтування актуальності теми. Таким чином, мета курсової роботи полягає у встановленні, виявленні наукових фактів, формулюванні закономірностей, обґрунтуванні найбільш ефективних шляхів дослідження.

Завдання курсової роботи – це послідовні етапи дослідницької роботи, спрямовані на досягнення поставленої мети. Завдання повинні розкривати, конкретизувати мету дослідження і відповідати обраній тематиці. Для формулювання завдань використовують такі терміни: «проаналізувати», «розкрити», «виявити», «дослідити», «встановити», «з'ясувати», «визначити», «обґрунтувати», «окреслити» тощо.

Структура та обсяг курсової роботи визначаються специфікою предмету дослідження, логікою розкриття проблеми, а також метою і завданнями дослідження. Перераховуються усі складові курсової роботи, а щодо списку літератури, зазначають кількість використаних джерел.

Обсяг вступу повинен складати 2-3 сторінки.

2.4 Перший розділ

У першому розділі курсової роботи обґрунтовується теоретична база обраної проблематики, подається огляд літературних джерел, нових розробок шляхом узагальнення світового та вітчизняного досвіду, залучення результатів наукових досягнень провідних вчених, іншої інформації, пов'язаної з темою.

Розділ розробляється на засадах вивчення спеціальної літератури, нормативно-законодавчої документації та офіційної статистичної інформації.

Огляд джерел інформації для першого розділу курсової роботи включає такі їх види:

- законодавчі і нормативні акти;
- підручники та навчальні посібники;
- монографії і науково-публіцистичні статті в друкованих засобах масової інформації тощо.

Використання літературних та нормативних джерел в роботі та наведення цитат з них супроводжується обов'язковим посиланням на відповідне джерело.

Результатом першого розділу повинна бути певна теоретична концепція предмету дослідження, модель пошуку механізмів розв'язання задачі, поставленої у курсовій роботі. Ця модель повинна мати наскрізний характер, тобто щоб її алгоритм можна було б використовувати для аналізу відповідної інформації в другому розділі та обґрунтування рекомендацій та пропозицій у третьому розділі.

В кінці першого розділу необхідно сформулювати висновки щодо теоретичного аспекту досліджуваної проблеми.

Обсяг розділу повинен складати 12-15 сторінок.

2.5 Другий розділ

Другий розділ курсової роботи має поєднати набуті теоретичні знання та вміння використовувати певний методичний інструментарій, і носить аналітично-дослідницький характер.

Розділ необхідно розпочинати з характеристики об'єкту дослідження. Представлення об'єкта дослідження можна зробити наступним чином: «Об'єктом дослідження обрано... (повна назва організації)». Далі слід навести стисло характеристику об'єкту дослідження: форма власності, організаційно-правова форма, галузева належність, коли і ким заснована, місцезнаходження, основні економічні показники тощо.

Для написання другого розділу використовується статистична та фінансова звітність, дані його управлінського обліку, які не складають комерційної таємниці, довідкові, інструктивні та інші матеріали, якими користуються в своїй роботі планово-економічні, фінансові та маркетингові служби підприємства.

Економічна інформація, яка буде використана для досліджень, повинна бути оброблена, приведена у порівняний вигляд і оформлена у вигляді відповідних таблиць, графіків, діаграм. Для обробки економічної інформації застосовують персональний комп'ютер з використанням пакету EXCEL.

Другий розділ повинен містити дослідницьку частину, яка базується на проведенні комплексних досліджень предмету та об'єкту дослідження, їх стану у різні періоди часу. При цьому важливою умовою є дослідження факторів, що визначають стан предмету та об'єкту дослідження.

При написанні другого розділу студент повинен продемонструвати вміння самостійно проводити наукові дослідження, застосовувати сучасні економіко-математичні методи та інші методи наукового пізнання, надавати наукову характеристику новим явищам, а також використовувати нові знання для конкретних прикладних рішень. Результати досліджень мають бути використані у третьому розділі для обґрунтування конкретних пропозицій та рекомендацій.

В кінці другого розділу необхідно сформулювати висновки щодо аналітичного аспекту досліджуваної проблеми.

Обсяг розділу повинен складати 10-12 сторінок.

2.6 Третій розділ

Третій розділ курсової роботи виконується на базі теоретичного узагальнення і аналізу діяльності об'єкту дослідження. В ньому обґрунтовуються нові підходи до вирішення поставлених завдань, теоретичні та практичні пропозиції, а також організаційні заходи щодо усунення виявлених недоліків, удосконалення діяльності відповідного підрозділу підприємства (організації, установи).

Матеріал у третьому розділі розміщується у наступній послідовності:

- обґрунтування пропозицій (їх змісту, очікуваних наслідків), відповідно до встановленої мети та цілей дослідження з посиланням на перший та другий розділи;

- характеристика передумов практичного впровадження пропозицій.

При написанні даного розділу можна використовувати наступні формулювання:

- «Як свідчить аналіз, проведений у п. 2.3, у ... існує такий істотний недолік, як ... Для успішного подальшого розвитку... можна запропонувати...»;

- «З метою... можна запровадити...».

Пропозиції можуть бути найсміливіші, з найсучаснішого досвіду відомих у світі компаній, але якщо ця пропозиція зараз нездійсненна для об'єкта дослідження, треба обов'язково це пояснити (відсутність коштів, недосконалість законодавства, невідповідність кадрів, інфляція, політична та економічна нестабільність тощо), тобто студент повинен продемонструвати теоретичні знання, реалізм мислення та знання проблем об'єкту дослідження.

Для якісного виконання третього розділу доцільно застосування сучасних комп'ютерних технологій.

В кінці третього розділу необхідно сформулювати висновки щодо практичного впровадження пропозицій.

Обсяг розділу повинен складати 6-8 сторінок.

2.7 Загальні висновки

Завершальним етапом написання курсової роботи є оформлення загальних висновків, де стисло викладаються підсумки проведеного дослідження. Саме тут коротко наводяться найбільш важливі теоретичні положення, оцінку результатів дослідження з точки зору відповідності меті курсової роботи та поставлених у вступі завдань, а також пропозиції щодо удосконалення досліджуваного напрямку діяльності підприємства, які було детально обґрунтовано в третьому розділі. У висновках і пропозиціях необхідно подати практичну цінність роботи, її ефективність, науково-господарську, соціальну цінність, також відобразити особистий вклад автора курсової роботи в розв'язання досліджуваної задачі. У висновках не можуть з'явитися пропозиції, які не було розглянуто у третьому розділі. Висновки повинні бути короткими, чіткими і стосуватися безпосередньо діяльності досліджуваного об'єкта.

Обсяг загальних висновків – 2-3 сторінки.

2.8 Список використаних джерел

Список використаних джерел – елемент бібліографічного апарату, котрий містить бібліографічні описи використаних джерел і розміщується після загальних висновків. Такий список – одна з суттєвих частин курсової роботи, що віддзеркалює самостійну творчу працю її автора і демонструє ступінь фундаментальності проведеного дослідження. У списку всі джерела розміщують в алфавітному порядку в такій послідовності: офіційні документи Президента України, Верховної Ради, Кабінету Міністрів, інші джерела.

Для написання курсової бажано використати не менше 20-25 джерел літератури.

Приклад оформлення списку використаних джерел наведений у Додатку Д.

2.9 Додатки

Матеріали додатків не зараховуються в загальний обсяг роботи і не обмежуються кількістю. Їх відбір повинен здійснюватися, виходячи із забезпечення найбільш повного розкриття і обґрунтування проведених досліджень.

У разі потреби до додатків доцільно включити допоміжний матеріал, який:

- є необхідним для повноти подання матеріалу, але включення його в основну частину роботи може змінити впорядкованість та логічне уявлення про роботу;

- не може бути послідовно розміщений в основній частині роботи через більший об'єм або спосіб відтворення.

У додатках можуть міститися:

- інформаційні матеріали, що становлять базу аналітичних досліджень згідно з обраною темою;

- рекламні матеріали (каталоги, буклети, проспекти);
- додаткові ілюстрації або таблиці;
- інструкції та методики, які були використані в процесі виконання курсової роботи;
- документи, протоколи, акти.

Додатки у курсовій роботі подаються у вигляді текстів, таблиць, рисунків, діаграм, фотографій.

3 ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

3.1 Загальні вимоги

Курсову роботу слід викладати літературною мовою, використовуючи науковий стиль, друкувати машинописним способом на одному боці аркуша білого паперу – формату А4. Обсяг курсової роботи – 35-40 друкованих сторінок.

Курсову роботу друкують:

- через 1,5 інтервали;
- шрифт текстового редактора Word – Times New Roman – 14 кегль;
- поля: ліве – 30мм, верхнє та нижнє – 20 мм, праве – 10 мм.

Текст основної частини курсової роботи поділяють на розділи. Заголовки структурних частин курсової роботи «ЗМІСТ», «ВСТУП», «РОЗДІЛ», «ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ» друкують великими літерами симетрично до тексту та крапку в кінці не ставлять. Якщо заголовок складається з двох або більше речень, то його розділяють крапкою. Заголовки підрозділів друкують маленькими літерами (крім першої великої). Відстань між заголовком та текстом повинна дорівнювати 2-3 інтервали.

Кожну структурну частину курсової роботи треба починати з нової сторінки.

До загального обсягу курсової роботи не входять додатки, список використаних джерел, таблиці, рисунки, які повністю займають площу сторінки.

3.2 Нумерація

Нумерацію сторінок розділів та підрозділів, рисунків, таблиць, формул подають арабськими цифрами без знака №.

Першою сторінкою письмової роботи є титульний аркуш, який включають до загальної нумерації. На титульному аркуші номер сторінки не ставлять, на наступних сторінках номер проставляють у правому нижньому куті сторінки без крапки в кінці.

Такі структурні частини, як зміст, вступ, висновки, список використаних джерел, не мають порядкового номера. Звертаємо увагу на те, що всі аркуші, на яких розміщені згадані структурні частини, нумерують звичайно. Не нумерують лише їх заголовки, тобто не можна друкувати «1 ВСТУП» або «6 ВИСНОВКИ».

Розділи роботи повинні мати порядкову нумерацію в межах викладення основної частини та позначаються арабськими цифрами без крапки, наприклад, 1,2,3 і т.д. Потім у тому самому рядку йде заголовок розділу.

Підрозділи повинні мати підпорядковану нумерацію у межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу та порядкового номера підрозділу, розділених крапкою. Після номера підрозділу крапку не ставлять, наприклад, «1.1», «1.2» і т.д. Потім йде заголовок підрозділу.

Нумерація сторінок, розділів, підрозділів, пунктів і підпунктів, рисунків, таблиць подається арабськими цифрами, додатків – великими українськими літерами або цифрами.

Переліки за необхідності можуть бути наведені всередині підрозділів. Перед переліком ставиться двокрапка. Перед кожною позицією переліку слід ставити букву українського алфавіту з дужкою або, не пронумеровуючи, – дефіс (перший рівень деталізації). Для подальшої деталізації переліку слід використовувати арабські цифри з дужкою (другий рівень деталізації).

Приклад

«Для визначення сутності товарного ринку виділяють основні маркетингові поняття, які з ним пов'язані:

- а) нужда;
- б) потреба;

1) потреби, пов'язані з певними зобов'язаннями кожної людини в родині, особистому житті;

2) потреби, продиктовані суспільними умовами проживання людей, що передбачають підпорядкування законам, підзаконним актам і прийнятим правилам;

3) потреби, що виникають внаслідок залучення людей до діяльності у великих колективах – виробничих (завод, фірма, майстерня, цех, бригада, робоча ділянка) і невиробничих (театр, спортивна організація, наукова і конструкторська установа, кафедра, профспілка, мерія та ін.);

- в) попит;
- г) товар;
- д) обмін;
- е) угода.»

Перелік першого рівня деталізації друкують малими літерами з абзацного відступу, другого рівня – з відступом відносно розміщення переліку першого рівня.

Ілюстрації і таблиці, які розміщені на окремих сторінках письмової роботи, включають до загальної нумерації сторінок.

Ілюстрації позначають словом «Рисунок» і нумерують арабськими цифрами послідовно в межах розділу, за винятком ілюстрацій, поданих у додатках.

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

Приклад

Рисунок 1.2 (другий рисунок першого розділу).

Номер ілюстрації, її назва і пояснювальні підписи розміщують послідовно під ілюстрацією. Якщо в роботі подано одну ілюстрацію, то її нумерують за загальними правилами.

Таблиці нумеруються арабськими цифрами порядковою нумерацією у межах розділу, за винятком таблиць, які подаються у додатках. Номер таблиці складається з номера розділу та порядкового номера таблиці, відокремлених крапкою.

Приклад

Таблиця 1.2 (друга таблиця першого розділу).

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

При перенесенні частини таблиці на іншу сторінку слово «Таблиця» і номер її вказують один раз справа над першою частиною таблиці, над іншими частинами пишуть слова «Продовження таблиці» і вказують номер таблиці, наприклад: «Продовження таблиці 1.2».

Формули та рівняння в роботі (за винятком формул та рівнянь, наведених у додатках) слід нумерувати порядковою нумерацією у межах розділу. Нумерувати слід лише ті формули, на які є посилання у тексті.

Номер формули (рівняння) складається з номера розділу та порядкового номера формули (рівняння), розділених крапкою, наприклад, формула (1.3) – третя формула першого розділу. Номер формули (рівняння) вказують на рівні формули або рівняння.

Порядкові номери позначають арабськими цифрами в круглих дужках біля правого поля сторінки без крапок від формули до її номера. Якщо формула знаходиться у рамці, то номер такої формули записують зовні рамки з правого боку напроти основного ряду формули. Номер формули-дробу подають на рівні основної горизонтальної риски формули.

3.3 Оформлення таблиць

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

Кожна таблиця повинна мати назву, яку розміщують після її номера. Назву і слово «Таблиця» починають з великої літери. Назву не підкреслюють. Після назви таблиці повинен бути залишений один вільний рядок.

Нижче наведений приклад оформлення таблиці.

Приклад

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.

3.4 Оформлення формул

При використанні формул необхідно дотримуватися певних техніко-орфографічних правил.

Формули та рівняння розміщуються безпосередньо після тексту, в якому вони згадуються, посередині сторінки, виділяючи з тексту вільними рядками (вище і нижче кожної формули потрібно залишити не менше одного вільного рядка). Якщо рівняння не вміщається в один рядок, його слід перенести після знака рівності (=) або після знаків (+), мінус (-), множення (x) і ділення (:).

Найбільші, а також довгі і громіздкі формули, котрі мають у складі знаки суми, добутку, диференціювання, інтегрування, розміщують на окремих рядках. Це стосується також і всіх нумерованих формул.

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

Значення кожного символу і числового коефіцієнта треба подавати з нового рядка. Перший рядок пояснення починають зі слова «де» без двокрапки.

Приклад

«Відомо, що

$$Z = \frac{M_1 - M_2}{(Q_1^2 - Q_2^2)} \quad (1.3)$$

де, M_1, M_2 – математичне очікування;

Q_1, Q_2 – середньоквадратичне відхилення [...]».

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: а) у тексті перед формулою є узагальнююче слово; б) 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)».

3.5 Оформлення ілюстрацій

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

Ілюстрації необхідно подавати в роботі безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше, або на наступній сторінці. Назви ілюстрацій розміщують після їхніх номерів.

Підпис під ілюстрацією звичайно має чотири основні елементи:

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

Приклад

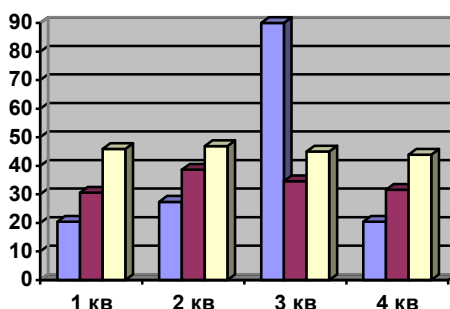


Рисунок 3.1 – Діаграма продажу товарів за регіонами

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 «(рисунок 3.1)» або зворот типу: «...як це видно з рисунку 3.1» або «як це показано на рисунку 3.1».

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

На всі ілюстрації повинні бути посилання в роботі.

3.6 Правила цитування та посилання на використані джерела

При написанні курсової роботи повинні бути посилання на джерела, матеріали або окремі результати, які наводяться в роботі, або на ідеї і висновки, вивченню яких присвячене дослідження. Такі посилання дають змогу відшукати документи і перевірити достовірність відомостей про цитування документів, дають необхідну інформацію щодо нього, допомагають з'ясувати його зміст, мову тексту, обсяг. Посилатися слід на останнє видання публікації. На більш ранні видання можна посилатися лише в тих випадках, коли в них наявний матеріал, який не включено до останнього видання.

Посилання в тексті роботи на джерела слід зазначати порядковим номером за переліком посилань, виділеним двома квадратними дужками, наприклад, «...у працях [1-7]...», «...як визначено автором у роботі [10]...».

Якщо 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 дано посилання в курсовій роботі. Наприклад: «...В. Тарасевич підкреслює [25, с. 68], що ...»

Для підтвердження власних аргументів посиланням на авторське джерело або для критичного аналізу того чи іншого друкованого твору слід наводити цитати. Звертатися до них доцільно тільки у тих випадках, коли цитата дійсно містить потрібну аргументацію. Слід пам'ятати, що цитування – це не засіб для захисту авторитетною думкою власного тексту або аргументованого переконання опонентів. Цитата повинна бути лише засобом розвитку власних міркувань за допомогою раніше висунутих іншими авторами правильних або неправильних (на думку автора даної праці) ідей. Науковий етикет вимагає точно відтворювати цитований текст, оскільки найменше скорочення наведеного витягу може спотворити зміст, закладений автором.

Загальні вимоги до цитування такі:

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

б) цитування повинно бути повним, без довільного скорочення авторського тексту і 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, у кінці). 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 виявляти ставлення автора письмової роботи до окремих слів або думок з цитованого тексту, то після них у круглих дужках ставлять знак оклику або знак питання.

3.7 Оформлення списку використаних джерел

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

Бібліографічний опис складають безпосередньо після тексту роботи та виписують з каталогів бібліографічних покажчиків повністю без пропусків будь-яких елементів, скорочення назв. Завдяки цьому можна уникнути повторних перевірок, вставок пропущених відомостей.

Джерела потрібно розмішувати в алфавітному порядку прізвищ перших авторів або заголовків. Приклад оформлення бібліографічного опису наведено у Додатку Д.

3.8 Оформлення додатків

Додатки оформляють як продовження курсової роботи на наступних її сторінках, розміщуючи їх у порядку появи посилань у тексті. Кожний такий додаток повинен починатися з нової сторінки. Посередині рядка над заголовком малими літерами з першої великої друкується слово «Додаток» і велика літера української абетки, що позначає додаток, за винятком літер Г, З, Є, І, Ї, Й, О, Ч, Ь. Наприклад, додаток А, додаток Б і т.д. Один додаток позначається як додаток А. Додаток повинен мати заголовок, надрукований угорі малими літерами з першої великої симетрично тексту сторінки.

4 ТИПОВІ ПОМИЛКИ СТУДЕНТІВ ПІД ЧАС НАПИСАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Під час написання курсової роботи студентам слід бути більш уважними, щоб не допускати помилок, які можуть вплинути на їх оцінку.

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 дослідження не відповідає плану курсової роботи або поверхово розкриває тему;
- розроблені автором розділи (підрозділи) не відображають реальну проблемну ситуацію, стан об'єкта або предмета;
- мета дослідження не пов'язана з проблемою, сформульована абстрактно і не відображає специфіки об'єкта і предмета дослідження;
- поставлені у вступі завдання не до кінця або взагалі не розкриті та не відповідають проблематиці дослідження;
- не проведено глибокого, всебічного аналізу чинних офіційних і нормативних документів, а також сучасної спеціалізованої літератури за темою дослідження;
- аналітичний огляд вітчизняних і зарубіжних публікацій з теми роботи має форму анотованого списку і не відображає рівень дослідження проблеми;
- кінцевий результат не відповідає меті дослідження, а висновки – поставленим завданням;
- висновки та пропозиції не пов'язані з основною частиною курсової роботи;
- у роботі немає посилань або зазначені не ті, з яких використано матеріал;
- бібліографічний опис джерел у списку використаних джерел наведено в довільній формі, без дотримання вимог;
- обсяг та оформлення роботи не відповідають вимогам;
- робота виконана неохайно й містить багато помилок.

5 ПОРЯДОК ПОДАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ НА РЕЦЕНЗІЮ ТА ЇЇ ЗАХИСТ

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.

6 КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВИКОНАННЯ ТА ЗАХИСТУ КУРСОВИХ РОБІТ

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

Таблиця 6.1 – 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 напрямку 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	40 балів
Вміння чітко, зрозуміло стисло викладати та презентувати основні засади проведеного дослідження	
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 6.2 – 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	Задовільно	D
65 - 60		E
59 - 35	Незадовільно з можливістю повторного складання	FX
34 - 1	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	F

Оцінку «відмінно» – (100 - 90 балів) – «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.

7 ТЕМАТИКА КУРСОВИХ РОБІТ

1. Дослідження ролі маркетингу в господарській діяльності підприємства (на прикладі...).
2. Організація маркетингової діяльності на підприємстві (на прикладі...).
3. Розробка плану маркетингової діяльності підприємства (на прикладі...).
4. Формування попиту на товари і послуги в процесі маркетингової діяльності підприємства (на прикладі...).
5. Дослідження товарно-асортиментної політики підприємства (на прикладі...).
6. Оптимізація асортименту товарів та послуг підприємства (на прикладі...).
7. Дослідження життєвого циклу товару підприємства (на прикладі...).
8. Розроблення маркетингової стратегії створення і просування нового товару на ринку (на прикладі...).
9. Роль позиціонування товару в забезпеченні ефективної маркетингової діяльності підприємства (на прикладі...).
10. Роль концепції маркетингу в управлінні конкурентоспроможністю товарів підприємства (на прикладі...).
11. Дослідження впливу методів ціноутворення на конкурентоспроможність підприємства (на прикладі...).
12. Формування збутової політики товаровиробника та засоби її реалізації (на прикладі...).
13. Система оптової торгівлі та її роль у маркетинговій діяльності підприємства (на прикладі...).
14. Організація заходів по стимулюванню збуту в процесі маркетингової діяльності підприємства (на прикладі...).
15. Формування комунікаційної політики в процесі маркетингової діяльності підприємства (на прикладі...).
16. Дослідження та аналіз методів просування товарів, що використовуються в роздрібній торгівлі (на прикладі...).
17. Організація рекламної діяльності на підприємстві (на прикладі...).
18. Формування іміджу підприємства, як фактору конкурентоспроможності (на прикладі...).
19. Планування рекламної кампанії на підприємстві та аналіз її ефективності (на прикладі...).
20. Організація рекламної діяльності підприємства (на прикладі...).
21. Дослідження особливостей організації маркетингу послуг підприємства (на прикладі...).
22. Організація маркетингової діяльності в комерційному банку (на прикладі...).
23. Організація маркетингової служби на підприємстві (сфери послуг, сфери готельного бізнесу, сфери охорони здоров'я тощо) (на прикладі...).
24. Організація маркетингової діяльності в туристичному бізнесі (на прикладі...).

25. Організація маркетингової діяльності торгового підприємства (на прикладі...).
26. Організація маркетингової діяльності промислового підприємства (на прикладі...).
27. Організація маркетингової діяльності державної установи (на прикладі...).
28. Організація маркетингу в сфері освітніх послуг (на прикладі...).
29. Організація маркетингової діяльності сільськогосподарського підприємства (на прикладі...).
30. Організація маркетингової діяльності малого підприємства (на прикладі...).

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Авдокушин Е. Ф. Маркетинг в международном бизнесе: Учеб.пособие. – М.: Дашков и Ко, 2002. – 328 с.
2. Андрушко М. І. Основи маркетингу: навчальний посібник / М. І. Андрушко, Н. Б. Завальницька: Львів: ЛДАУ, 2003.- 196 с.
3. Багиев Г. Л., Моисеева Н. К., Никифорова С. В. Международный маркетинг. – СПб: Питер, 2001. – 266 с.
4. Беквит Г. Четыре ключа к маркетингу услуг / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 224 с.
5. Бойетт Дж. Х., Бойетт Дж.Т. Гуру маркетинга. – М.: Эксмо, 2004. – 320 с.
6. Братко О. С. Маркетингова політика комунікацій: Навч. посіб. – Тернопіль, 2006. – 275 с.
7. Буров А. С. Международный маркетинг: Учеб.пособие. – М.: Дашков и Ко, 2004. – 283 с.
8. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент: підручник / А. В. Войчак. - К.: КНЕУ, 1998. – 268 с.
9. Войчак А. В. Маркетингові дослідження: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Л. В. Войчак. - К.: КНЕУ, 2001 – 119 с.
10. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник / Гаркавенко С. С. - К.: Лібра, 1998. – 384 с.
11. Герасимчук В. Г. Маркетинг: теорія і практика: навч.посіб. / В. Г. Герасимчук - К.: Вища шк., 1994. – 327 с.
12. Гірченко Т. Д. Маркетинг: навч.посібник / Т. Д. Гірченко, О. В. Дубовик. - К.: «Фірма «ІНКОС», центр навч. літ., 2007.- 255 с.
13. Гоголь Г. П. Міжнародний маркетинг: Навч. посіб. – Львів: Вид. НУ «Львівська політехніка», 2004. – 148 с.
14. Гончаров С. М. Інтерактивний комплекс навчально-методичного забезпечення дисципліни «Маркетинг»/ Гончаров С. М. - Рівне: НУВГП, 2004. – 104 с.

15. Гончаров С. М. Маркетинг: вправи, ситуації, тести: навч. посібник / Гончаров С. М., Барановський С. В., Дубенюк І. Є., Петрук І. Р / за ред. С. М. Гончарова. - Рівне: РДТУ, 2000. – 196 с.
16. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. / І. З. Должанський, Т. О. Загорна - К.: центр навч. літ., 2006.- 384 с.
17. Дэй Д. Стратегический маркетинг / Дэй Д. - М.: ЭКСПО-ПРЕСС, 2002. 246 с.
18. Зозулев А. В. Меркетинговые исследования: теория, методология, статистика / А. В. Зозулев, С. А. Солнцев. – М.: Рыбари; К.: Знання, 2008. – 634 с.
19. Канищенко О. Л. Міжнародний маркетинг у діяльності українських підприємств. – К.: Знання, 2007. – 446 с.
20. Канищенко О. Л. Міжнародний маркетинг: теорія і господарські ситуації: навч. посіб. – К.: ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2007. – 152 с.
21. Кардаш В. А. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. / В. А. Кардаш - К.: КНЕУ, 1997. – 156 с.
22. Косенков С. І. Маркетингові дослідження / С. І. Косенков - К.: Скарби, 2004. – 464 с.
23. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: как создать, завоевать и удержать рынок / Котлер Ф.: пер. с англ. - М.: АТС, 2001. – 196 с.
24. Котлер Ф. Основы маркетинга / Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В.: пер. с англ. - [2-е европ. изд.] - М.: СПб: К.: Издательский дом «Вильямс», 2003. - 944 с.
25. Котлер Ф. Управление маркетингом / Котлер Ф. - пер. с англ. — М.: Междунар. отношения, 1997. — 224 с.
26. Котлер Ф., Триас де Без Ф. Новые маркетинговые технологии: Методики создания гениальных идей / Пер. с англ. – СПб: Нева, 2004. – 190 с.
27. Крылова Г. Д. Маркетинг / Г. Д. Крылова, М. И. Соколова. – М.: Магистр, 2009. – 493 с.
28. Мазаракі А., Чаюн Т., Мельник Т. Міжнародний маркетинг: Підручник. – К.: Київ. держ. торгово-екон. унів., 2000. – 306 с.
29. Кальченко В. М. Маркетинг послуг / В. М. Мальченко. – К.: КНЕУ, 2006. – 360 с.
30. Маркетинговий аналіз: Навч. посіб. – К.: Академвидав, 2007. – 216 с.
31. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. / Під заг. ред. М. І. Білявцева та В. Н. Воробйова. - К.: Центр навчальної літератури, 2006.- 407с.
32. Моисеева Н. К. Международный маркетинг. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2002. .- 248 с.
33. Новицкий В. Е. Внешнеэкономическая деятельность и международный маркетинг. – К.: Либра, 2007. .- 314 с.
34. Новітній маркетинг: Навч. посіб. / Є. В. Савельєв, О. С. Братко, М. Я. Матвійів та ін. – Тернопіль: Економічна думка, 2005. – 296 с.
35. Оснач О. Ф. Промисловий маркетинг / О. Ф. Оснач, В. П. Пилипчук, Л. П. Коваленко. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 364 с.

36. Основи маркетингу: Навч. посіб. / Чоботар С. І., Шевчик М. Г., Рябчик І. В. та ін. – К.: Наш час, 2004. – 240 с.
37. Островський П. І. Аграрний маркетинг: навч. посіб. / П. І. Островський - К.: Центр навч. літ., 2006.- 224 с.
38. Павленко А. Ф. Маркетинг: підручник. / Павленко А. Ф. Вовчак А. В. - К.: КНЕУ, 2003. – 246 с.
39. Пелішенко В. П. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. / В. П. Пелішенко. - К.: Центр навч. літ., 2003.- 200 с.
40. Полторак В. А. Маркетингові дослідження: навч. посіб. / В. А. Полторак - К.: Центр навч. літ., 2003. – 387 с.
41. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов: Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 452 с.
42. Портер М. Е. Стратегія конкуренції / Портер М. Е.: пер. з англ. - К.: Основи, 1997. – 390 с.
43. Райс Э. Маркетинговые войны / Райс Э., Тратут Д. - СПб.: Питер, - 256 с.
44. Савельєв Є. В. Європейська інтеграція та маркетинг. Наукові нариси. - Тернопіль: Карт-бланш, 2003. – 482 с.
45. Савельєв Є. В. Міжнародний маркетинг. – К.: ІСДО, 2001. – 186 с.
46. Савельєв Є. В. Новітній маркетинг: навч. посіб. / Є. В. Савельєв, О. С. Братко, М. Я. Матвіїв та ін.: за ред. д.е.н., проф. Є. В. Савельєва. - Тернопіль: Економічна думка, 2005. – 296 с.
47. Семенова Т. В., Олейнікова С. С., Коняхіна Т. В. Міжнародний маркетинг: Практикум. – Донецьк: ДонДУУ, 2006. – 193 с.
48. Скибінський С. Маркетинг / С. Скибінський. - Львів: УКРСПЛКА, 2005. – 425 с.
49. Ткаченко Л. В. Маркетинг послуг: підручник / Ткаченко Л. В. - К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 382 с.
50. Універсальна маркетингова інформація, зосереджена в системі Інтернет. КНЕУ, 2003. – 246 с.
51. Циганкова Т. М. Міжнародний маркетинг: теоретичні моделі та бізнес-технології. – К.: КНЕУ, 2004. – 400 с.
52. Черномаз П. О. Міжнародний маркетинг: Навч. посіб. – К.: Академвидав, 2010. – 272 с.
53. Backhaus K., Büschken J., Voeth M. Internationales Marketing. – Stuttgart: Poeschel, 2007. – 186 с.
54. Berekoven L. Internationales Marketing. – Herne: Verlag Neue Wirtschafts-Briefe, 2003. – 317 с.
55. Lettav H. G. Grndwissen Marketing.-Munchen: Wilhelm heyne Velgrad, - 2005.- 278 с.
56. Philip Kotler, Gary Armstrong, Peggy Cunninham. Principles of marketing. Ontario: Prenticc Hail Canada, 1999. - 680 с.
57. Stanislav 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 соціальної
економіки та ринкових відносин

студента ___ курсу, групи _____
факультету _____

_____ форми навчання

_____ (П.І.Б. студента)

Заява

Прошу Вас ухвалити тему курсової роботи з дисципліни «Маркетинг»

_____ (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 ПРАЦІ ТА СОЦІАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ

Кафедра соціальної економіки та ринкових відносин

Прізвище, ім'я та по-батькові студента

КУРСОВА РОБОТА

з дисципліни: «Маркетинг»

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 АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ТОВАРУ	5
1.1 Поняття життєвого циклу товарів: види, форми та специфіка	5
1.2 Маркетинговий інструментарій, що застосовується на різних етапах життєвого циклу товарів	9
1.3 Зарубіжний досвід дослідження проблематики управління життєвим циклом товару	12
Висновки за розділом 1	
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ЕТАПІВ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ТОВАРІВ ПІДПРИЄМСТВА	16
2.1 Загальна характеристика діяльності підприємства	16
2.2 Фінансово-економічна характеристика підприємства	19
2.3 Аналіз маркетингових заходів, що застосовуються на різних етапах життєвого циклу товару	24
Висновки за розділом 2	26
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ ЖИТТЄВИМ ЦИКЛОМ ТОВАРУ ПІДПРИЄМСТВА	27
Висновки за розділом 3	35
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	36
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	39
ДОДАТКИ	43

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. – XLIII, 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 «Укргропромпродуктивність», 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., Липницкий 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>

Продовження додатку Д

<p>Без автора</p>	<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.
<p>Багатотомний документ</p>	<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.
<p>Матеріали конференцій, з'їздів</p>	<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. Трошенко. – 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.

Продовження додатку Д

	<p>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.</p>
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>

Продовження додатку Д

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»). 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>

Продовження додатку Д

<p>Частина книги, періодичного, продовжаного видання</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Козіна Ж. Л. Теоретичні основи і результати практичного застосування системного аналізу в наукових дослідженнях в області спортивних ігор / Ж. Л. Козіна // Теорія та методика фізичного виховання. – 2007. – № 6. – С. 15–18, 35–38. 2. Гранчак Т. Інформаційно-аналітичні структури бібліотек в умовах демократичних перетворень / Тетяна Гранчак, Валерій Горовий // Бібліотечний вісник. – 2006. – № 6. – С. 14–17. 3. Валькман Ю. Р. Моделирование НЕ-факторов – основа интеллектуализации компьютерных технологий / Ю. Р. Валькман, В. С. Быков, А. Ю. Рыхальский // Системні дослідження та інформаційні технології. – 2007. – № 1. – С. 39–61. 4. Ма Шуїн. Проблеми психологічної підготовки в системі фізкультурної освіти / Ма Шуїн // Теорія та методика фізичного виховання. – 2007. – № 5. – С. 12–14. 5. Регіональні особливості смертності населення України / Л. А. Чепелевська, Р. О. Моїсеєнко, Г. І. Баторшина [та ін.] // Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України. – 2007. – № 1. – С. 25–29. 6. Валова І. Нові принципи угоди Базель II / І. Валова ; пер. з англ. Н. М. Середи // Банки та банківські системи. – 2007. – Т. 2, № 2. – С. 13–20. 7. Зеров М. Поетична діяльність Куліша // Українське письменство ХІХ ст. Від Куліша до Винниченка : (нариси з новітнього укр. письменства) : статті / Микола Зеров. – Дрогобич, 2007. – С. 245–291. 8. Третьяк В. В. Возможности использования баз знаний для проектирования технологии взрывной штамповки / В. В. Третьяк, С. А. Стадник, Н. В. Калайтан // Современное состояние использования импульсных источников энергии в промышленности : междунар. науч.-техн. конф., 3-5 окт. 2007 г. : тезисы докл. – Х., 2007. – С. 33. 9. Чорний Д. Міське самоврядування: тягарі проблем, принади цивілізації / Д. М. Чорний // По лівий бік Дніпра: проблеми модернізації міст України : (кінець ХІХ – початок ХХ ст. / Д. М. Чорний. – Х., 2007. – Розд. 3. – С. 137–202.
<p>Електронні ресурси</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 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 Мб RAM ; CD-ROM Windows 98/2000/NT/XP. – Назва з титул. екрану. 2. 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.nbu.gov.ua/articles/2003/03klinko.htm.