

МІЖРЕГІОНАЛЬНА  
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ  
ДО ПІДГОТОВКИ КУРСОВИХ РОБІТ  
зі спеціальності  
“МАРКЕТИНГ”**

**МАУП**

Київ 2006

Підготовлено доцентом кафедри маркетингу *О. О. Власенко*

Затверджено на засіданні кафедри маркетингу  
(протокол № 8 від 21.12.05)

*Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом*



МАУП

**Власенко О. О.** Методичні рекомендації до підготовки курсових робіт зі спеціальності “Маркетинг”. — К.: МАУП, 2006. — 15 с.

Методична розробка містить пояснювальну записку, порядок вибору теми, вимоги до підготовки, написання, оформлення і захисту курсової роботи з маркетингу, а також додаток.

© Міжрегіональна Академія  
управління персоналом (МАУП),  
2006

## **ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**

Одним із видів індивідуальної роботи студентів є курсова робота, рівень підготовки якої свідчить про ступінь засвоєння ними здобутих знань. Основна мета курсової роботи з маркетингу — вивчення та аналіз одного з питань теорії та практики з маркетингу.

Курсова робота повинна відображати здатність студента працювати з науковою літературою, поєднувати теоретичні знання з практичною діяльністю, розробляти і формулювати обґрунтовані пропозиції щодо удосконалення процесів, які були проаналізовані в роботі.

Тема курсової роботи повинна бути актуальною, а об'єкт дослідження — відповідати визначеній темі.

Мета курсової роботи — систематизувати, закріпити та розширити теоретичні знання, поєднати їх з практичними матеріалами, ознайомитися з методами, напрацьованими іншими дослідниками, а також науково обґрунтувати результати власних досліджень.

Зміст роботи та якість її оформлення повинні відповідати сучасним вимогам до таких робіт. При оцінюванні курсової роботи береться до уваги не лише якість самої курсової роботи, а й відповідність її оформлення стандартам. У противному разі невідповідність в оформленні курсової роботи державним стандартам і встановленим вимогам може суттєво вплинути на остаточну оцінку роботи або взагалі недопущена до захисту. Тому її оформленню треба приділити особливу увагу.

## **ПОРЯДОК ВИБОРУ ТЕМИ**

Тема курсової роботи затверджується науковим керівником і має відповідати певному напрямку, який характеризує ту чи іншу категорію маркетингу.

Тема курсової роботи формулюється на підставі загального ознайомлення з конкретною проблемою, яку необхідно вивчити на рівні теоретичного та практичного аналізу. На цій стадії необхідно науково і практично обґрунтувати напрям дослідження, причини вибору теми та її актуальність.

# **ВИМОГИ ДО ПІДГОТОВКИ, НАПИСАННЯ ТА ОФОРМЛЕННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ З МАРКЕТИНГУ**

## **Структура роботи**

Підготовка курсової роботи потребує систематизації теоретичних знань і поєднання їх з практичними матеріалами.

Рекомендована тематика розробляється і систематично переглядається викладачами кафедри маркетингу з урахуванням ступеня актуальності тем. Однак необхідно зазначити, що студент має право запропонувати власну тему курсової роботи в разі обґрунтування доцільності розробки запропонованої теми. Вибрані теми треба узгодити з науковим керівником.

Рекомендується така структура курсової роботи:

- вступ (розкриття актуальності вибраної теми, об'єкта і предмета дослідження, мети й основних завдань, застосованих методів);
- перший розділ — теоретична частина (огляд літературних джерел з вибраної теми, аналіз відповідних темі понять, наукових положень, ступеня розробленості проблеми);
- другий розділ — практична частина (практичний аспект теми, що досліджується);
- третій розділ — проектна частина (інновації та шляхи удосконалення питання, що досліджувалося);
- висновки;
- список використаних джерел;
- додатки.

Обов'язковим для курсової роботи є докладний план: вступ, три розділи з кількома підпунктами, висновки, список використаних джерел і в разі потреби додатки:

### **План курсової роботи**

#### **Вступ**

##### **Розділ 1. Назва**

1.1. Назва першого підрозділу розділу 1

1.2. Назва другого підрозділу розділу 1

##### **Розділ 2. Назва**

2.1. Назва першого підрозділу розділу 2

2.2. Назва другого підрозділу розділу 2

##### **Розділ 3. Назва**

3.1. Назва першого підрозділу розділу 3

3.2. Назва другого підрозділу розділу 3

Висновки

Список використаних джерел

Додатки

## **Рекомендований зміст структурних розділів курсової роботи**

### ***Вступ***

У вступі курсової роботи треба коротко викласти такі питання.

Шляхом критичного аналізу обґрунтувати актуальність вибраної теми. Висвітлення актуальності не повинно бути багатослівним. Досить кількома реченнями висловити головне — сутність проблеми та необхідність її дослідження.

Сформулювати мету роботи і завдання, які необхідно вирішити для досягнення поставленої мети.

Визначити об'єкт і предмет дослідження. Об'єкт — це процес або явище щодо проблемної ситуації, вибраний для вивчення. Предмет дослідження міститься в межах об'єкта. Об'єкт і предмет дослідження як категорії наукового процесу співвідносяться між собою як загальне і часткове. В об'єкті виділяється та його частина, що є предметом дослідження. Саме на нього спрямована основна увага студента, оскільки предмет дослідження визначає назву теми дипломної роботи, зазначеної на титульному аркуші.

Обсяг вступу — 2–3 сторінки.

### ***Розділ 1***

Перший розділ є теоретичним дослідженням, мета якого — систематизація здобутих знань з маркетингу відповідно до вибраної теми.

У розділі аналізуються думки щодо проблем, що досліджуються, наводиться огляд літературних джерел, їх критичний аналіз та узагальнення. В огляді літератури необхідно окреслити основні етапи розвитку наукової думки за проблемою, що досліджується.

Обов'язково повинні бути посилання на використані джерела.

Обсяг першого розділу — не більше 35 % загального обсягу курсової роботи.

### ***Розділ 2***

Другий розділ — практичний. Він містить практичний аспект дослідження вибраної теми. Мета цього етапу дослідження — на конкретному практичному прикладі довести дослідження з вибраної тематики.

На цьому етапі необхідно використовувати методи і принципи наукового дослідження: методи формальної логіки (індукцію і дедукцію), системні методи (дослідження операцій, теорію масового обслуговування, теорію управління тощо), аналітичні та логічні методи — для аналізу стану та розвитку об'єкта і предмета дослідження; структурно-функціональні, спостереження та порівняння — для визначення основних напрямів розвитку; економіко-математичні — для оцінювання показників і процесів, що аналізуються; економіко-статистичні групування і вибіркові спостереження — для порівняльного оцінювання підсумків.

Цей розділ має містити фактичні дані щодо практичного матеріалу з вибраної проблематики.

Результати аналізу даних треба представити в таблицях, діаграмах, графіках тощо.

Обсяг другого розділу — 40–45 % загального обсягу курсової роботи.

### ***Розділ 3***

Третій розділ — це проектна частина, де потрібно запропонувати заходи, прийоми, методи, підходи, механізми підвищення ефективності процесу, що досліджується або аспекти, фактори, питання, на які повинна бути спрямована основна увага при проведенні певних досліджень. У цьому розділі треба представити пропозиції щодо удосконалення впровадження у практичну діяльність аспектів маркетингової діяльності, що були досліджені в першому розділі.

Студент повинен обґрунтувати свої пропозиції, переконливо аргументуючи їх.

Обсяг третього розділу — 20–25 % загального обсягу курсової роботи.

### ***Висновки***

У висновках викладаються найважливіші наукові та практичні результати, одержані в результаті дослідження. За змістом висновки мають бути пов'язані зі структурою роботи і впливати із завдань дослідження.

Висновки повинні бути стислими та повною мірою відображати матеріал, викладений в курсовій роботі.

### ***Список використаних джерел***

Список літератури містить всі джерела інформації, що використувалися при написанні курсової роботи.

## **Додатки**

За необхідності до додатків доцільно включати допоміжний матеріал, необхідний для повноти сприйняття курсової роботи:

- проміжні математичні доведення, формули і розрахунки;
- таблиці допоміжних цифрових даних;
- протоколи і акти випробувань, впровадження, розрахунки економічного ефекту;
- інструкції і методики, опис алгоритмів і програм вирішення задач на ЕОМ, розроблені у процесі виконання роботи;
- ілюстрації допоміжного характеру.

## **Загальні положення щодо оформлення курсової роботи**

Курсова робота повинна бути виконана й оформлена з додержанням вимог до наукових робіт. Оптимальний обсяг курсової роботи — 30–35 друкованих сторінок, список використаної літератури — близько 20 джерел.

Обов'язковою вимогою до курсової роботи є написання її державною мовою, за винятком списку використаної літератури, де використане джерело записується мовою видання. Цитати з цих джерел наводяться в тексті виключно українською мовою.

Текст курсової роботи набирається на комп'ютері на одному звороті аркуша білого паперу формату А4 (210 × 297 мм). Сторінки обмежуються полями: ліве — 25 мм, верхнє та нижнє — 20, праве — 10 мм. Відстань між заголовком і текстом — 15–20 мм. Шрифт — чорного кольору. Щільність тексту однакова по всій роботі. Сторінка повинна містити не менше 28–30 рядків по 57–60 знаків у кожному (з урахуванням інтервалів).

Рекомендована гарнітура — Times New Roman, кегль — 14, інтервал між рядками — 1,5.

Курсова робота має бути надрукована чітко, без помилок і виправлень.

Текст курсової роботи може ілюструватись кресленнями, рисунками, схемами, фотографіями, графіками, діаграмами та таблицями.

Курсова робота починається з титульної сторінки за формою, наведеною в додатку. Вона є першою сторінкою курсової роботи, яку включають до загальної нумерації сторінок, але не нумерують. Далі номер сторінки проставляють у правому верхньому куті аркуша. За титульною сторінкою наводяться послідовно зміст, вступ, розділи в

порядку подання, висновки, список використаних джерел, додатки. Всі вони починаються з нової сторінки, а кожен з підрозділів — після закінчення попереднього.

Якщо в курсовій роботі вжито специфічну термінологію, а також використано маловідомі скорочення, нові символи, позначення тощо, то їх перелік можна дати окремим списком перед вступом.

Перелік друкується двома колонками, де ліворуч за абеткою наводять, наприклад, скорочення, праворуч — їх детальну розшифровку.

Якщо в курсовій роботі є спеціальні терміни, скорочення, символи, позначення і таке інше повторюється менше трьох разів, перелік не складають, а їх розшифровку наводять у тексті при першому згадуванні.

Текст основної частини курсової роботи поділяють на розділи та підрозділи. Кожну структурну частину роботи починають з нової сторінки. Заголовки структурних частин роботи “ЗМІСТ”, “ВСТУП”, “РОЗДІЛ”, “ВИСНОВКИ”, “СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ”, “ДОДАТКИ” друкують великими літерами симетрично до тексту.

Заголовки підрозділів друкуються малими літерами (крім першої великої) з абзацу. В кінці заголовка крапки не ставлять. Якщо заголовок складається з двох або більше речень, їх розділяють крапкою.

### **Нумерація розділів та підрозділів**

Номер розділу ставиться після слова “РОЗДІЛ”, після номера крапка не ставиться, потім з нового рядка друкується заголовок розділу.

Параграфи нумеруються в межах кожного розділу. Номер параграфа складається з номера розділу і порядкового номера параграфа, між ними ставиться крапка. Позначку параграфа (§) в дипломних роботах не використовують. У кінці номера параграфа має стояти крапка, наприклад: “2.3.” (третій параграф другого розділу). У тому самому рядку дається заголовок параграфа.

### **Порядок посилань на літературні джерела**

Посилання на літературні джерела в тексті наводяться у квадратних дужках []. Це може бути посилання на джерело в цілому або на джерело із зазначенням конкретної сторінки.



*Наприклад:*

“Тінювий сектор економіки України у 1999 р. становив 47 % [3, с. 453]”.

“Мікроекономічні наслідки девальваційного шоку для України розглянуті Ю. Біленком у статті [1]”.

“Мікроекономічні наслідки девальваційного шоку для України розглянуто у працях Ю. Біленка та М. Павловського [1; 6, с. 114–165]”.

“Проблеми сучасних міжнародних відносин розглядаються у працях [1; 2; 7]”.

“Проблеми сучасних міжнародних відносин розглядаються у працях [1–7]”.

Цифри у квадратних дужках відповідають порядковому номеру джерела у списку використаних джерел.

## **Зміст**

Зміст відповідає плану курсової роботи. Єдиною відмінністю є зазначення номерів сторінок. Вказується лише номер початкової сторінки пункту плану.

## **Оформлення ілюстрацій, таблиць, формул, списку використаних джерел, додатків**

### ***Ілюстрації***

До ілюстрацій належать креслення, рисунки, схеми, фотографії, графіки, діаграми.

Ілюстрації повинні мати назву, яку розміщують після номера ілюстрації. За потреби ілюстрації доповнюють пояснювальними даними (текст під рисунком). Ілюстрації (фотографії, креслення, схеми, графіки, карти) і таблиці слід наводити в роботі безпосередньо після тексту за першою згадкою або на наступній сторінці. Ілюстрації і таблиці, розміщені на окремих сторінках роботи, включають до загальної нумерації. Ілюстрацію більшу за формат А4 враховують як одну сторінку і розміщують у відповідних місцях після згадування в тексті або в додатках.

Ілюстрації позначають словом “Рис.” і нумерують послідовно в межах розділу, за винятком ілюстрацій в додатках. Номер ілюстрації складається з номера розділу і порядкового номера ілюстрації, між ними ставиться крапка.

*Наприклад:*

Рис.1.2. (другий рисунок першого розділу)

Номер рисунка, його назва і пояснювальні підписи розміщуються послідовно під ним. Якщо в курсовій роботі один рисунок, то його нумерують за загальними правилами.

*Наприклад:*

Рис.1.2. Елементи маркетингового навколишнього середовища підприємства

### **Таблиці**

У таблицях наводяться цифрові дані. Кожна таблиця повинна мати назву, яку розміщують над таблицею і друкують симетрично до тексту. Назва і слово “Таблиця” починаються з великої літери.

Слово “Таблиця” друкують праворуч. Назви не підкреслюють. Заголовки колонок повинні починатися з великих літер, підзаголовки — з малих, якщо вони становлять одне речення із заголовком, і з великих, якщо вони самостійні. Висота рядків — не менше 8 мм. Колонку з порядковими номерами рядків до таблиці не включають.

*Приклад побудови таблиці:*

**Назва таблиці**

*Таблиця 1*

Назва колонки	Назва граfi	Заголовки і підзаголовки граф (гр. 1–4)			
		1	2	3	4
А	Б				
Назва (зміст) рядка					

Таблицю розміщують після першого згадування у тексті так, щоб її можна було читати без повороту опалітуреного блоку роботи або з поворотом за годинниковою стрілкою. Таблицю з великою кількістю рядків можна переносити на іншу сторінку. В такому разі зазначають: Продовження табл. Таблицю з великою кількістю колонок можна ділити на частини і розміщувати одну частину під іншою в межах однієї сторінки.

Якщо цифрові або інші дані в будь-якому рядку таблиці не наводяться, то в ньому ставиться риска (–).

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

### **Формули**

Формули і рівняння треба виділяти з тексту вільними рядками та позначати певним номером, написаним у лапках.

*Наприклад:*

$$T_p = K_{од} \cdot \Pi_{од}, \quad (3.1)$$

де  $T_p$  – товарообіг роздрібний;  $K_{од}$  – кількість проданих одиниць товару;  $\Pi_{од}$  – ціна одиниці товару.

Пояснення значень символів і числових коефіцієнтів треба наводити безпосередньо під формулою у послідовності, наведеній у формулі. Значення кожного символу і числового коефіцієнта треба подавати з нового рядка. Перший рядок пояснення починають зі слова “де” без двокрапки.

Вище і нижче від кожної формули потрібно залишити пробіл. Якщо рівняння не вміщується в один рядок, його слід перенести після знака рівності (=) або після знаків плюс (+), мінус (–), множення (×) і ділення (:).

Формули (якщо їх більше ніж одна) нумерують у межах розділу. Номер формули складається з номера розділу і порядкового номера формули в розділі, між якими ставлять крапку. Нумери формул пишуть біля правого берега аркуша на рівні відповідної формули у круглих дужках, наприклад: (3.1) (перша формула третього розділу). Посилання на формули вказують порядковим номером формули в дужках, наприклад “... у формулі (3.1)”.

### **Список використаних джерел**

Наукове дослідження завершується списком використаних джерел. Відомості про джерела, що містяться у списку, необхідно давати відповідно до вимог державних стандартів, зокрема: ГОСТ 7.1–84 “Библиографическое описание документа. Общие требования и правила составления”, ДСТУ 3582–97 “Інформація та документація. Скорочення слів в українській мові в бібліографічному описі. Загальні вимоги та правила”, ГОСТ 7.12–93 “Библиографическая запись. Сокращение слов на русском языке. Общие требования и правила”.

Джерела можна розміщувати:

- в алфавітному порядку прізвищ перших авторів або заголовків (такий спосіб є найпоширеніший та універсальний);
- у хронологічному порядку;
- за послідовністю посилань у тексті.

Авторів з однаковими прізвищами подають в алфавітному порядку їхніх ініціалів; праці одного автора — за алфавітом перших літер назв його праць; праці одного автора з однаковою назвою — за хронологією.

Спочатку наводять літературу видану кирилицею, далі — латиною і мовами з особливою графікою (за алфавітом назв мов — арабською, вірменською, грузинською, єврейською, китайською, японською тощо). Публікації мовами з особливою графікою подають в українській транслітерації або в перекладі українською мовою.

Крім того є певний порядок розташування літературних джерел:

- нормативні акти (закони, декрети, постанови та ін.);
- книжкові видання;
- статі в журналах та інших періодичних виданнях;
- матеріал з Інтернету.

Основна вимога до використаних джерел — єдине оформлення і дотримання чинного державного стандарту на бібліографічний опис видань (ГОСТ 7.1–84).

*Наприклад:*

*Бураковський І. І.* Теорія міжнародної торгівлі. — 2-ге вид. — К.: Основи, 2000. — 241 с.

*Samuelson P. A., Nordhaus W. D., McCallum J.* Macroeconomics.— 6th Canadian ed. — Toronto etc.: McGraw-Hill, 1988. — 920 p.

### **Додатки**

Додатки оформлюють як продовження курсової роботи на прикінцевих її сторінках, зазначаючи їх у порядку посилань у тексті.

Кожний додаток починається з нової сторінки. Додаток повинен мати заголовок, надрукований угорі малими літерами з першої великої симетрично щодо тексту сторінки. Посередині рядка над заголовком малими літерами з першої великої друкується слово “Додатки”.

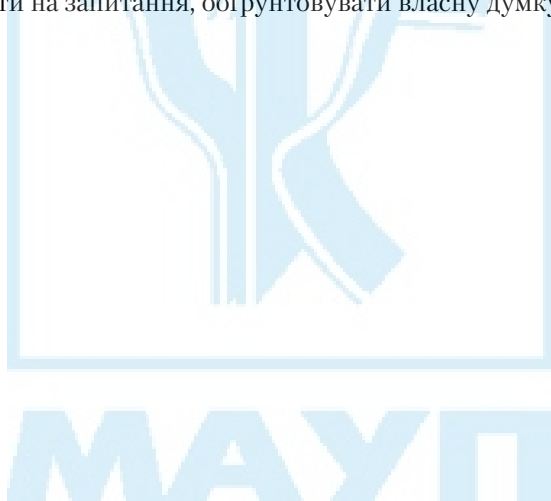
Додатки позначаються послідовно великими літерами української абетки, за винятком літери Б, наприклад: Додаток А, Додаток Б і т. д. Один додаток позначається як Додаток А.

## ***ВИМОГИ ДО ЗАХИСТУ КУРСОВОЇ РОБОТИ***

Виконану і відповідно оформлену курсову роботу студент подає науковому керівнику, який пише відгук, де зазначає її теоретичний рівень, глибину виконаних досліджень, доцільність і обґрунтованість рекомендацій, формулює висновок (рекомендована чи не рекомендована робота до захисту).

Курсову роботу студент захищає в навчальній групі. Доповідь, як правило, триває близько 5–7 хвилин. Орієнтовна структура доповіді повинна відображати структуру курсової роботи. Особливу увагу слід приділити характеристичі власного внеску в розробку проблеми.

Після доповіді студент відповідає на запитання викладачів. Під час захисту оцінюються: якість виконаної студентом курсової роботи, рівень знань і набутих навичок за темою, вміння аналізувати практичну діяльність, логічно та аргументовано викладати думки, відповідати на запитання, обґрунтовувати власну думку.



**ДОДАТОК**  
МІЖРЕГІОНАЛЬНА  
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ  
Кафедра маркетингу

\_\_\_\_\_ (прізвище, ім'я, по батькові студента)

**КУРСОВА РОБОТА**

з дисципліни “\_\_\_\_\_”

на тему:

“\_\_\_\_\_”

шифр групи: \_\_\_\_\_

спеціальність: “Маркетинг”

спеціалізація: \_\_\_\_\_

Науковий керівник

\_\_\_\_\_ (підпис)

\_\_\_\_\_ (посада)

\_\_\_\_\_ (ПБ)

Київ – 200\_

## **ЗМІСТ**

Пояснювальна записка .....	3
Порядок вибору теми .....	3
Вимоги до підготовки, написання та оформлення курсної роботи з маркетингу .....	4
Вимоги до захисту курсової роботи .....	13
Додаток.....	14



Зам. № ВКЦ-2500

Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)  
03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП