

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ІВАНО-ФРАНКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАФТИ І ГАЗУ

Кафедра маркетингу і контролінгу

О.Я. Малинка

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО
ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ**

із дисципліни

«МАРКЕТИНГОВА ДІАГНОСТИКА»

Івано-Франківськ-2017

Пояснювальна записка

Мета курсової роботи – систематизація, закріплення та розширення теоретичних знань з актуальних питань маркетингової діагностики, набуття практичних навиків самостійного прийняття управлінських рішень при усуненні окремих проблемних ситуацій, що виникають в маркетинговій діяльності підприємства.

Для досягнення поставленої мети необхідно реалізувати ряд *завдань*:

- ◆ закріплення теоретичних знань з окремих важливих питань маркетингової діагностики;
- ◆ набуття студентами навиків науково-дослідної роботи;
- ◆ розвиток творчої активності студентів при розробці можливих альтернатив розвитку на основі фактичних даних про маркетингову діяльність підприємств;
- ◆ навчання студентів обґрунтовувати вибір кращого варіанту розвитку.

У результаті виконання та захисту курсової роботи *студент повинен знати*:

- ◆ теоретичні аспекти обраної теми (основні поняття, характеристики явищ, процесів, відомі точки зору);
- ◆ зарубіжний маркетинговий досвід в даній сфері діяльності, досягнення кращих зарубіжних фірм та корпорацій;
- ◆ фактичний стан справ стосовно обраної теми на одному або кількох вітчизняних підприємствах.

У результаті виконання та захисту курсової роботи *студент повинен вміти*:

- ◆ аналізувати та оцінювати передовий зарубіжний досвід та адаптувати його до умов формування ринкових відносин в Україні;
- ◆ самостійно виконувати розрахунки, пов'язані з аналізом, оцінкою та обґрунтуванням конкретних маркетингових рішень;
- ◆ виявляти проблемні ситуації на підприємствах, розробляти та оцінювати можливі варіанти усунення проблем;
- ◆ використовувати знання, отримані при вивченні фундаментальних та спеціальних дисциплін (мікроекономіка, макроекономіка, маркетинг, менеджмент, маркетинговий менеджмент, бренд-менеджмент, вища математика, економетрика, економіка підприємства, фінанси, глобальна економіка, теорія ймовірностей та математична статистика тощо).

Курсова робота є самостійним дослідженням студента і виконується під науковим керівництвом викладача, який надає студентові допомогу у складанні плану та підборі літератури, консультує з важливих проблемних питань.

До курсової роботи висуваються певні вимоги стосовно оформлення (титкульний листок, структура, нумерація та оформлення таблиць, діаграм, списку літератури, додатків).

Вибір теми курсової роботи

Курсова робота повинна стати базою (або складовою частиною) дипломної роботи студента, тому вибір її теми належним чином аргументується, узгоджується з попередніми дослідженнями та майбутніми планами.

Приблизна тематика курсових робіт розробляється кафедрою на основі програми дисципліни «Маркетингова діагностика».

Тема курсової роботи обирається студентом самостійно, на основі розробленого кафедрою приблизного переліку, виходячи з інтересів студента (зацікавленість певною проблемою, знайомство з конкретною ситуацією, попередні дослідження, робота в студентській проблемній групі тощо).

Після вибору теми курсової роботи студент повинен звернутися до завідувача кафедри про затвердження теми та наукового керівника, після чого зміни не допускаються, однак можливі окремі уточнення та непринціпові поправки або доповнення.

Студент має право запропонувати науковому керівникові власну тему курсової роботи в межах дисципліни «Маркетингова діагностика» та звернутися до завідувача кафедри з проханням затвердити тему, яка не включена до запропонованої тематики. Крім того, студент має право розширити або звужити тему курсової роботи, узгодивши нове формулювання з завідувачем кафедри і науковим керівником.

Одна і та ж тема не може бути обрана двічі студентами однієї академічної групи.

Пропоновані теми курсових робіт з дисципліни «Маркетингова діагностика»

1. Діагностика маркетингових можливостей підприємства.
2. Діагностика конкурентоспроможності підприємства.
3. Діагностика конкурентних переваг підприємства.
4. Діагностика ефективності рекламної діяльності підприємства.
5. Діагностика бізнес-портфеля підприємства.
6. Діагностика іміджу вітчизняних підприємств.
7. Діагностика привабливості та КФУ підприємства.
8. Діагностика маркетингового мікросередовища підприємства.
9. Діагностика маркетингового макросередовища підприємства.
10. Діагностика системи маркетингу підприємства.
11. Діагностика комплексу маркетингу підприємства.
12. Діагностика бренду підприємства.
13. Діагностика ефективності маркетингових програм для просування бренду.
14. Діагностика джерел формування капіталу бренду.
15. Діагностика ефективності маркетингової діяльності підприємства.
16. Оцінка процесу створення нового товару на підприємстві.

17. Діагностика цільових сегментів підприємства.
18. Діагностика конкурентного оточення підприємства.
19. Оцінка маркетингової стратегії підприємства.
20. Діагностика ефективності каналів збуту підприємства.

План роботи

Визначення структури курсової роботи та складання її плану передбачає попереднє вивчення значної кількості літературних джерел стосовно обраної теми: монографій вітчизняних та зарубіжних авторів, наукових праць, статей, брошур, періодичних видань. Спочатку розробляється попередній план, який конкретизується, деталізується, доповнюється в процесі вивчення теоретичних та практичних аспектів обраної теми.

План курсової роботи складається студентом самостійно та узгоджується з науковим керівником, який коректує і затверджує його. План курсової роботи може бути простим або складним, але в обох випадках він повинен охоплювати всі важливі аспекти обраного предмета дослідження.

Добір і вивчення літератури

На стадії добору літератури студент складає бібліографію, у чому йому своїми рекомендаціями надає допомогу науковий керівник; корисні поради у процесі пошуку літератури можна також отримати від працівників бібліотеки. Значно прискорює цей процес використання алфавітних і систематизованих каталогів літератури, реферативних журналів, бібліографічних довідників, комп'ютерних пошукових систем типу Google та інших джерел і засобів пошуку інформації.

Поглиблене вивчення визначеної літератури доцільно починати з розгляду найновіших публікацій, оскільки в них висвітлюються останні досягнення в галузі теорії та практики діагностики в маркетингу. Решту літератури вивчають у порядку, зворотному до хронологічного. Можна порекомендувати студентам здійснювати свою роботу щодо добору та вивчення літератури таким чином:

— для того щоб скласти для себе перше уявлення про проблему, слід опрацювати відповідні підручники та посібники, що вийшли друком за останні роки;

— для того щоб визначити шляхи вирішення цієї проблеми, що вважаються актуальними на сьогодні, слід ознайомитися з публікаціями у журналах відповідного спрямування.

Далі доцільними будуть пошук та ознайомлення з ґрунтовними науковими виданнями монографічного характеру і опрацювання навчально-методичної літератури (підручників, посібників, довідників тощо).

Оскільки, як уже зазначалося, одним із критеріїв вибору напряму курсової роботи є узгодженість орієнтації напряму дослідження з можливою спрямованістю теми майбутньої випускної дипломної роботи, доречним буде

опрацювання літератури, що стосується проблем маркетингової діагностики у конкретній галузі (або на конкретному ринку чи підприємстві). При цьому галузеве спрямування визначатиметься специфікою підприємства, на матеріалах якого збиратиметься інформація для самостійного опрацювання прикладних аспектів маркетингової діагностики та, можливо, виконуватиметься випускна дипломна робота.

Слід дуже зважено поставитися до роботи з перекладними виданнями, особливо до перекладів праць представників американської та європейської економічних шкіл, оскільки термінологія, яка використовується в цих джерелах, дещо відрізняється від усталеної вітчизняної. Певна кількість таких джерел, виданих останнім часом не може похвалитися високою якістю перекладу та наукового редагування. Іноді мають місце використання невідповідних термінів, підмінювання понять, спотворення змісту концепцій. Використання таких джерел у процесі наукових досліджень є можливим, але за умови, що студент вже добре орієнтується в проблематиці розроблюваної теми і може самостійно вичленувати з цих видань релевантну інформацію, піддаючи її певному обробленню та адаптації.

Стосовно опрацювання робіт закордонних авторів, виданих мовою оригіналу, можна зауважити таке: залучення інформації з цих джерел є можливим лише за умови, що студент не тільки добре володіє відповідною іноземною мовою, а й обізнаний у спеціальній термінології і в змозі коректно перекласти й викласти відповідний матеріал досконалою (як з літературного, так і з наукового погляду) українською мовою.

Усе більшого поширення останнім часом набуває практика залучення інформації з комп'ютерних мереж. Такий шлях добору інформації є цілком припустимим, але слід пам'ятати, що вся ця інформація має підлягати критичному осмисленню, бажано — з перевіркою достовірності наведених даних за друкованими джерелами інформації. Адресу електронної сторінки, з якої запозичені відомості, обов'язково слід внести до переліку використаних першоджерел, що вміщується наприкінці тексту науково-дослідної студентської роботи.

Безпосереднє ознайомлення з конкретним літературним джерелом розпочинають з перегляду змісту. Розділи, глави та параграфи, що викликали особливу зацікавленість, слід ретельно опрацювати. Ця робота має бути спрямована на пошук ідей та пропозицій щодо вирішення проблемних питань вибраної теми. Особливу увагу при цьому слід зосередити на виявленні дискусійних питань, аналізі протилежних або суперечливих позицій.

Уточнення формулювання теми та обґрунтування її актуальності

На основі вивчення та критичного аналізу спеціальної літератури рекомендується окреслити в описовій та схематичній формі проблемне поле дослідження, тобто сукупність проблем, що потребують розв'язання. Далі бажано скласти більш детальний перелік проблем, ранжируючи їх за певними критеріями. З огляду на неможливість охопити в рамках одного дослідження всі

існуючі проблеми, необхідно обґрунтувати вибір саме тієї проблеми або сукупності проблем, що вибрані за *предмет дослідження*. Завершити цю роботу слід визначенням актуальності теми курсової роботи, формулюванням мети дослідження та його основних завдань, конкретизацією об'єкта та предмета дослідження.

Обґрунтування актуальності обраної теми — важливий етап будь-якого дослідження. Висвітлення актуальності не повинно бути багатослівним. Досить кількома реченнями розкрити головне — сутність проблеми, з чого випливе й *актуальність теми*. При цьому слід виходити з того, що проблема завжди виникає тоді, коли старе знання вже виявило свою неспроможність, а нове ще не набуло розвиненої форми. Отже, проблема — це суперечлива ситуація, що потребує свого вирішення.

Від доведення актуальності обраної теми логічно перейти до формулювання *мети* дослідження, яку слід конкретизувати виходячи з того, що метою будь-якої наукової праці є виявлення нових або уточнення відомих раніше, але недостатньо досліджених фактів, висновків, рекомендацій, закономірностей.

Наступним кроком є визначення *конкретних завдань*, що мають бути вирішені відповідно до сформульованої мети. Зазвичай це робиться у формі перерахування (вивчити..., описати..., встановити..., виявити... і т. ін.). Формулювання цих завдань необхідно здійснити якомога ретельніше, оскільки опис їх вирішення складатиме зміст розділів роботи; також це важливо й тому, що назви таких розділів впливають саме з формулювання завдань дослідження.

Надалі формулюються предмет та об'єкт дослідження, методи, використані в дослідженні.

Формулювання методологічних засад дослідження

На цьому етапі необхідно обрати та обґрунтувати адекватні до сформульованої мети та визначеного предмета *методи дослідження*, для чого слід здійснити узагальнення існуючих концепцій, поглиблений аналіз та оцінювання основних методичних підходів до опрацювання проблеми, систематизацію процедур і методичних прийомів. Під методом дослідження найчастіше розуміють сукупність прийомів чи операцій практичного або теоретичного освоєння дійсності, підпорядкованих вирішенню конкретного завдання. Оскільки у науковому дослідженні можна виділити два рівні — емпіричний, на якому відбувається процес накопичення фактів, і теоретичний, на якому здійснюється синтез знань, то і всю сукупність методів пізнання можна поділити на такі групи:

— методи емпіричного дослідження (метод спостережень, порівнянь, вимірювань тощо);

— методи теоретичного дослідження (аксіоматичний, історичний, метод ідеалізації, формалізації тощо);

— методи, використовувані на емпіричному та теоретичному рівнях

(метод абстрагування, моделювання, аналізу та синтезу, індукції та дедукції).

Вибір методів дослідження є дуже важливим етапом наукової праці, оскільки обрані методи є інструментарієм отримання фактичного матеріалу та необхідною умовою досягнення поставленої в роботі мети.

Рекомендації щодо оформлення курсової роботи Загальні вказівки щодо композиції рукопису та змісту його окремих частин

Якщо результати наукового дослідження втілюються в курсовій роботі, її зміст, побудова та оформлення мають відповідати певним вимогам, а саме: робота повинна мати *чітку та логічну побудову*; її складовими мають бути *вступ, основна частина та висновки*. Якщо результати наукового дослідження будуть втілені в рефераті, доповіді або науковій статті, складові роботи — вступ, основна частина та висновки — виділяються у тексті не назвами (заголовками), а виокремлюються логічно.

У *вступі* стисло характеризується сучасний стан розроблення проблеми та питання, що потребують вирішення, обґрунтовується актуальність теми, чітко визначаються:

- мета та завдання дослідження;
- об'єкт і предмет дослідження;
- методи дослідження;
- інформаційна база дослідження.

В *основній частині* глибоко та всебічно розкривається сутність обраної теми, її найважливіші питання та проблеми.

У першому розділі основної частини, як правило, окреслюються основні етапи розвитку наукової думки за обраною проблемою, характеризується рівень опрацювання проблеми у теоретичному та практичному аспектах, виокремлюються дискусійні моменти.

Наступні розділи присвячують вичерпному і повному викладенню результатів власних досліджень; вони можуть мати теоретичний, аналітичний, діагностичний, пропозиційний характер, що залежить від характеру обраної теми та напрямку дослідження.

Розділи основної частини мають бути логічно пов'язаними між собою; сформульовані пропозиції мають базуватися на викладених теоретичних положеннях і результатах здійсненого аналізу та діагностики. Як правило, основна частина курсової роботи включає в себе такі розділи:

- теоретична частина;
- аналітична частина;
- практична частина.

Теоретична частина – основа всієї роботи, оскільки в ній відображається вміння студента використовувати набуті теоретичні знання, працювати з літературою, творчо оцінювати різні теоретичні підходи, точки зору та давати їм аргументовану оцінку.

Аналітична частина демонструє вміння студента виявити рівень реалізації теоретичних розробок та методичних рекомендацій в практику маркетингової діяльності вітчизняних підприємств, оцінювати фактичний стан справ у сфері маркетингової діяльності підприємства та виявляти недоліки.

Третя (практична) частина курсової роботи передбачає творчий пошук, обґрунтування кращого варіанта вирішення проблемної ситуації, що склалася при здійсненні маркетингової діяльності конкретного підприємства. Студент на основі виявлених недоліків повинен запропонувати нетрадиційні підходи усунення проблеми, можливість адаптації зарубіжного досвіду до практики діяльності вітчизняних підприємств тощо.

У висновках потрібно стисло викласти основні результати проведених досліджень і визначити, якою мірою досягнуто мету та вирішено завдання дослідження, сформульовані у вступі. Крім того, у висновках може бути наведено прогноз діяльності об'єкта дослідження у перспективі.

Мова і стиль наукової роботи мають бути строгими, без вияву емоцій. Для наукового тексту характерними є смислова завершеність, цілісність і зв'язність. Бажано використання конструкції з невизначено-особовими реченнями, наприклад: «Вважається за доцільне запропонувати...», а не «Я пропоную...». Викладаючи матеріал, слід користуватися загальноприйнятою термінологією, приділяючи увагу точності її застосування та чіткості формулювань. Скорочення слів у тексті та ілюстраціях, крім використання загальновизнаних аббревіатур, не допускається.

Матеріал має бути викладений у логічній послідовності. Неприпустимим є перехід до розгляду іншого питання, допоки не завершено висвітлення попереднього. Окрема думка, яка передається кількома реченнями, виділяється короткими чіткими фразами.

Результати наукового дослідження, мають бути слушно оформлені стилістично, граматично та технічно. Рукопис комплектується у такій послідовності:

- 1) титульний аркуш;
- 2) зміст;
- 3) вступ;
- 4) основна частина, яка включає в себе такі розділи:
 - теоретична частина;
 - аналітична частина;
 - практична частина;
- 5) висновки;
- 6) список літератури;
- 7) додатки.

На титульному аркуші зазначаються: назва вищого навчального закладу, тема науково-дослідної роботи, прізвище студента та інші ідентифікаційні відомості. Після титульного аркуша вміщується сторінка змісту, в якому наводяться найменування та номери початкових сторінок усіх розділів, підрозділів і пунктів (якщо вони мають заголовки) основної частини, а також вступу, висновків, додатків, списку використаної літератури.

Загальні вимоги до оформлення рукопису

Текст рукопису роздруковується на принтері на аркушах білого паперу стандартного формату А4 і розміщується з одного боку аркуша. Друкують текст, залишаючи поля таких розмірів:

- лівий — не менше 30 мм;
- правий — не менше 10 мм;
- верхній — не менше 20 мм;
- нижній — не менше 20 мм.

У разі використання текстового редактора Word слід закладати такі параметри:

- тип шрифту — Times New Roman;
- розмір шрифту — 14;
- міжрядковий інтервал — 1,5;
- розташування – книжне.

Текст основної частини поділяють на розділи, а у разі необхідності — й на підрозділи, пункти та підпункти.

Заголовки структурних частин «ЗМІСТ», «ВСТУП», «РОЗДІЛ», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ», «ДОДАТКИ» друкують великими літерами з вирівнюванням по центру і виділенням жирним шрифтом. Заголовки підрозділів — маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу. Переноси слів у заголовках не дозволяються. Крапки наприкінці заголовків не ставляться. Якщо заголовок складається з двох або більше речень, то їх розділяють крапкою.

Кожну структурну частину починають з нової сторінки. Нумерацію сторінок, розділів, підрозділів, пунктів, підпунктів, рисунків, таблиць, формул подають арабськими цифрами без знака №.

Першою сторінкою є титульний аркуш, який включають до загальної нумерації сторінок, не проставляючи номера. Наступні сторінки нумерують у правому нижньому кутку сторінки або по центру внизу сторінки без крапки в кінці.

Розділи нумерують по черзі арабськими цифрами; підрозділи нумерують у межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, між якими ставлять крапку наприклад: «2.3» (третій підрозділ другого розділу). В кінці номера підрозділу перед його назвою ставиться крапка.

Пункти нумерують у межах кожного підрозділу. Номер пункту складається з порядкових номерів розділу, підрозділу, пункту, між якими ставлять крапку; у кінці номера перед назвою також повинна стояти крапка. Підпункти нумерують у межах кожного пункту за такими самими правилами, що й пункти.

Орієнтовний обсяг курсової роботи – 40-45 машинописних аркушів. До обсягу курсової роботи не входять додатки.

Подання таблиць

Цифровий матеріал, вміщений у текст, як правило, оформляється у вигляді таблиць. У таблицях цифровий або текстовий матеріал групується в рядки і графи, відокремлені горизонтальними (рядки) та вертикальними (графи) лініями.

Звичайно таблиця складається з таких елементів: порядкового номера і тематичного заголовка, боковика і заголовків граф (головки), рядків і граф (основної частини).

Назву таблиці розміщують над нею і друкують симетрично до тексту. Назву і слово «Таблиця» починають з великої літери. Назву не підкреслюють.

Загальну форму таблиці наведено на рис. 1:

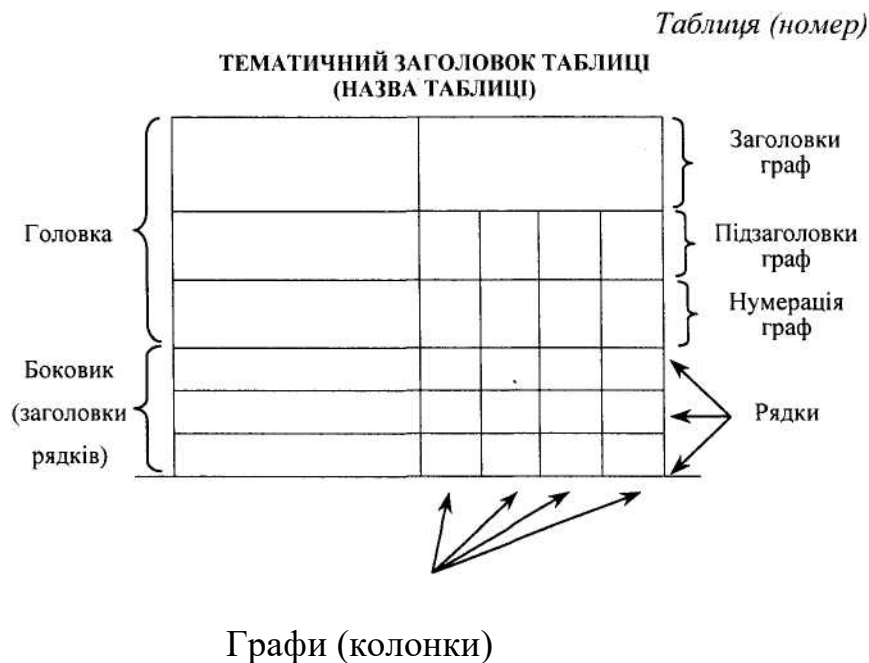


Рис. 1. Загальна форма таблиці

Таблиці нумерують послідовно в межах розділу. У правому верхньому кутку над заголовком таблиці розміщують напис «Таблиця» із зазначенням її номера. Номер таблиці складається з номера розділу і порядкового номера таблиці, між якими ставиться крапка, наприклад: «Таблиця 1.2» (друга таблиця першого розділу).

Якщо в тексті роботи є лише одна таблиця, її нумерують за загальними правилами.

У разі перенесення частини таблиці на інший аркуш (сторінку) слово «Таблиця» та її номер вказують лише один раз — праворуч над першою частиною таблиці, над іншими частинами пишуть «Продовження табл.» із зазначенням номера таблиці, наприклад: «Продовження табл. 1.2».

Заголовки граф пишуть з великої літери, підзаголовки — з малої, якщо вони складають одне речення із заголовком. Якщо підзаголовки мають самостійне значення, то їх починають з великої літери.

Таблиці вміщуються у текст роботи одразу після посилання на них. Розміщувати таблиці слід так, щоб їх можна було читати, не повертаючи рукопису; якщо це неможливо — так, щоб рукопис треба було повернути за стрілкою годинника. На всі таблиці роботи в тексті мають бути посилання, при цьому слово «таблиця» пишуть скорочено (наприклад, «... у табл. 1.2»), у повторних посиланнях вживають скорочено слово «дивись» (наприклад: «див. табл. 1.3»). Кожна таблиця супроводжується стислим аналізом і висновками. Повторювати кількісні відношення, наведені у таблиці, в тексті не треба.

Колонку «№ п/п» у таблицю не включають. У разі необхідності нумерації рядків їхні порядкові номери ставлять перед назвою заголовків рядків.

При побудові таблиці слід дотримуватися збереження певних пропорцій між її частинами: боковик не може бути більше третини її формату, а висота заголовочної частини — більше третини висоти таблиці.

Графи (колони) таблиці нумерують лише тоді, коли на них є посилання у тексті роботи або коли таблиця продовжується на наступній сторінці.

Якщо всі дані, наведені в таблиці, мають однакову одиницю вимірювання, її вказують у тематичному заголовку, якщо різні — в заголовках колонок або рядків через кому. Позначення одиниць вимірювання при цьому має відповідати загальноприйнятим стандартам.

Числа у таблиці, як правило, повинні мати однакову кількість десяткових знаків. Дробові числа наводяться у вигляді десяткового дробу. Нульові ознаки заведено позначати знаком тире «—», відсутність даних — трьома крапками «...» або літерами «н. в.» (немає відомостей). Якщо наведені у таблиці дані мають які-небудь особливості (є попередніми, стосуються до частини явища, що вивчається, тощо), то на це необхідно вказати у примітках, які розміщують під таблицею.

Таблицю не слід обтяжувати зайвими подробицями, які ускладнюють аналіз інформації. Необхідно також уникати утворення клітинок таблиці, що не мають змісту. Коли ж такі клітинки все-таки з'являються, то в них треба проставляти знак «х», який означає, що вони не заповнюються.

Викладаючи наукові результати на письмі дуже часто використовують спрощені таблиці-висновки. Висновок, як правило, містить боковик, крапки та одну чи дві графи (стовпці). Його наводять без заголовка, якщо він є безпосереднім продовженням матеріалу і граматично пов'язаний із вступною фразою тексту, або із заголовком, якщо він (висновок) має самостійне значення. Наведений нижче приклад демонструє ситуацію, коли таблицю-висновок слід давати без заголовка, оскільки він впливає з тексту, що передує самому висновку:

При побудові матриці конкурентного профілю досліджуваного підприємства за ключовими чинниками успіху застосовувалися коефіцієнти вагомості:

<i>продажна ціна</i>	0,3
<i>обсяг продажу продукції</i>	0,3
<i>реклама і стимулювання попиту на продукцію</i>	0,3
<i>канали збуту продукції</i>	0,1

Подання ілюстрацій

У процесі оформлення роботи часто використовують наочні ілюстративні матеріали у вигляді схем, діаграм, графіків, фотографій, креслень, технічних рисунків, карт тощо. Ілюстрації в роботі слід подавати безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше, або на наступній сторінці. Розміщувати рисунки слід так, щоб їх можна було читати без повороту рукопису, а якщо це неможливо, так, щоб рукопис треба було повернути за стрілкою годинника.

Кожна ілюстрація у роботі мусить мати порядковий номер, який складається з двох цифр, розділених крапкою (номер розділу та номер рисунка всередині розділу), тематичну назву, а у разі необхідності — ще й пояснення (підрисунковий текст). Для всіх ілюстрацій прийнято єдине позначення «Рис.» (рисунок). Номер рисунка та його назва розміщуються під рисунком. При посиланні на ілюстрацію у тексті роботи зазначають її вид (діаграма, графік, схема) і номер. При повторному посиланні на ілюстрацію використовують скорочене слово «дивись» (наприклад, «див. рис. 2.1»). На всі ілюстрації в тексті мають бути посилання.

Найчастіше у наукових дослідженнях економічного та управлінського спрямування застосовуються ілюстрації у вигляді *схем, діаграм і графіків*.

Схема — це зображення, що передає, зазвичай — за допомогою умовних позначень і без збереження масштабу, основну ідею якогось пристрою, споруди або процесу і показує взаємозв'язок їхніх головних елементів.

Діаграма — один із способів графічного зображення залежності між величинами. У діаграмах наочно відбивають та аналізують масові дані. Відповідно до форми побудови розрізняють діаграми площинні, лінійні та об'ємні. Найчастіше використовують лінійні діаграми, а з площинних діаграм — стовпчикові (стрічкові) та секторні.

Для побудови лінійних діаграм звичайно застосовують координатне поле. На осі абсцис у певному масштабі відкладаються час або факторіальні ознаки (незалежні), на осі ординат — показники на певний момент чи період часу або розміри результативної незалежної ознаки. Вершини ординат з'єднуються відрізками, в результаті чого отримують ламану лінію. На лінійні діаграми можна одночасно наносити кілька показників.

На стовпчикових (стрічкових) діаграмах дані зображуються у вигляді прямокутників (стовпців) однакової ширини, розміщених вертикально або горизонтально. Довжина (висота) прямокутників пропорційна зображуваним величинам. У разі вертикального положення прямокутників діаграма називається стовпчиковою, горизонтального — стрічковою.

Секторна діаграма є кругом, поділеним на сектори, розміри яких пропорційні величинам частин зображуваного об'єкта чи явища. Секторна

діаграма — поширена форма порівнювання різних частин одного цілого. Площі секторів і є основою для порівняння.

Результати оброблення числових даних можна подати у вигляді *графіків*, тобто умовних зображень величин та їх співвідношень через геометричні фігури, точки та лінії. Графіки використовують як для аналізу, так і для підвищення наочності ілюстративного матеріалу.

Осі координат графіка креслять суцільними лініями. Стрілок на кінцях координатних осей не ставлять; умовні позначення і розмірності відкладених величин вказують у прийнятих скороченнях. На графіку слід писати лише умовні літерні позначення, прийняті у тексті. Написи, що стосуються кривих і точок, залишають тільки у тому разі, коли їх небагато і вони є короткими. Багатослівні написи замінюють цифрами, розшифровування яких наводять під рисунком.

Подання формул, приміток, посилань

Формули, що наводяться в роботі, нумерують у межах розділу арабськими цифрами. Номер формули складається з номера розділу і порядкового номера формули в розділі, між якими ставлять крапку. Нумери пишуть біля правого поля аркуша в одному рядку з відповідною формулою в круглих дужках, наприклад: (3.1) (перша формула третього розділу). Нумерувати варто лише ті формули, на які далі у тексті є посилання, інші формули нумерувати не рекомендується.

Найбільші, а також довгі й громіздкі формули, які у своєму складі мають знаки суми, добутку, диференціювання, інтегрування, подаються окремими рядками (це стосується і всіх нумерованих формул). Невеликі й нескладні формули, що не мають самостійного значення, вписують всередині рядків тексту.

Пояснення значень символів і числових коефіцієнтів треба подавати безпосередньо під формулою в тій послідовності, в якій їх наведено у формулі. Значення кожного символу і числового коефіцієнта записують з нового рядка. Перший рядок пояснення починають зі слова «де» без двокрапки.

Рівняння і формули треба відокремлювати від тексту вільними рядками. Вище і нижче кожної формули залишають не менше одного вільного рядка. Якщо рівняння не вміщується в один рядок, його переносять в інший після знаків рівності (=), плюс (+), мінус (-), множення (\cdot), ділення (:).

При написанні роботи може з'явитися потреба у *примітках* до тексту або до таблиць. Примітки містять довідкову або пояснювальну інформацію. Їх нумерують послідовно в межах однієї сторінки. Якщо на сторінці примітка лише одна, то її не нумерують і після слова «Примітка» ставлять крапку, якщо приміток кілька, то після слова «Примітка» ставлять двокрапку. Такі примітки нумерують арабськими цифрами з крапкою, наприклад:

Примітки:

1...

2...

На інформацію, запозичену з інших джерел, а також на цитати, наведені у тексті, обов'язково мають бути зроблені *посилання*. Посилання даються одразу після закінчення цитати у квадратних дужках, де зазначається порядковий номер джерела у списку літератури та відповідна сторінка джерела (наприклад: «[4, с. 35]»). Допускається наводити посилання у виносках, при цьому його оформлення має відповідати бібліографічному опису за переліком посилань із зазначенням номера відповідного джерела.

Загальні правила цитування

Для підтвердження власних аргументів посиланням на авторитетне джерело або для критичного аналізу певного друкованого твору слід наводити цитати. Науковий етикет вимагає точного відтворювання цитованого тексту, оскільки найменше скорочення наведеного витягу може спотворити зміст, закладений автором.

Текст цитати починається і закінчується лапками й наводиться в тій граматичній формі, в якій його подано в джерелі, із збереженням особливостей авторського написання. Цитування має 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, наприкінці).

Кожна цитата обов'язково супроводжується посиланням на джерело.

У разі непрямого цитування (переказування, викладення 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 посилання на відповідне джерело.

Оформлення списку використаних джерел і додатків

Бібліографічний апарат у науковій праці — це ключ до використаних дослідником джерел. Крім того, він певною мірою відбиває наукову етику та культуру наукової праці. Саме з нього можна зробити висновок про ступінь ознайомлення студента з наявною літературою з досліджуваної проблеми. Бібліографічний апарат складається з бібліографічного списку (списку використаних джерел) і бібліографічних посилань, які оформляються відповідно до чинних стандартів.

Список використаних джерел — елемент бібліографічного апарату, що містить бібліографічні описи використаних джерел і розміщується після висновків. Такий список — одна із суттєвих складових наукової роботи, що віддзеркалює самостійну творчу працю її автора і демонструє ступінь фундаментальності проведеного дослідження.

Бібліографічний опис складають безпосередньо за друкованим твором або виписують з каталогів і бібліографічних покажчиків повністю без пропусків будь-яких елементів, скорочення назв і т. ін.

Список використаних джерел повинен мати суцільну нумерацію. Найпоширенішим способом групування джерел у списку є їх розміщення за абеткою (за першою літерою прізвища автора або першого слова заголовка); джерела можна розміщувати й в один із таких способів: у порядку появи посилань у тексті, у хронологічному порядку. Набір елементів бібліографічного опису джерел різних видів (підручник, навчальний посібник, монографія, стаття, перекладне видання, статистичний щорічник, електронний ресурс тощо), спосіб написання кожного елемента, використання розділових знаків можна подивитися тут: http://lib.kneu.edu.ua/ua/scientists/guidelines_dissert/

У процесі оформлення роботи іноді виникає потреба у збагаченні її тексту додатками. Додатки, як правило, містять проміжні математичні розрахунки, первинні матеріали, громіздкі таблиці та інші матеріали допоміжного характеру. Додатки розміщують після списку літератури у порядку появи посилань на них у тексті. Кожен додаток починають з нової сторінки. їм дають заголовки, надруковані вгорі 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 винятками літер Г, Є, І, Ї, Й, О, Ч, Ь, наприклад: «Додаток А», «Додаток Б» і т. д. Єдиний додаток позначається як додаток А.

Текст кожного додатка за необхідності може бути поділений на розділи та підрозділи, пронумеровані у межах кожного додатка: перед кожним номером ставлять позначення додатка (літеру) і крапку, наприклад: «А.2» (другий розділ додатка А).

Ілюстрації, таблиці і формули, розміщені в додатках, нумерують у межах кожного додатка, наприклад:

«Рис. Д.1.2.» (другий рисунок першого розділу додатка Д).

Захист курсової роботи

Представлена на кафедру робота реєструється та перевіряється науковим керівником. У відгуку на курсову роботу керівник дає оцінку науковому рівню роботи, достатності опрацьованої літератури, характеризує негативні і позитивні сторони роботи та робить висновок про допуск до захисту. Якщо курсова робота, на думку наукового керівника, не відповідає встановленим вимогам, вона повертається на доробку.

У випадках несвоєчасного подання роботи на кафедру без поважних причин студент до захисту не допускається.

Захист курсової роботи відбувається перед комісією у відповідності з графіком, затвердженим завідувачем кафедри. Студент доповідає про основні результати досліджень на протязі 10 хвилин, після чого дає відповіді на

запитання членів комісії стосовно окремих аспектів теми курсової роботи. На захисті можуть бути присутні студенти, викладачі та інші зацікавлені особи, які теж мають право задавати питання доповідачу.

Оцінка за курсову роботу оголошується зразу ж після закінчення захисту. Конфліктні питання, що стосуються виставленої оцінки або порушення порядку захисту, вирішуються завідувачем кафедри, директором інституту, проректором з навчальної роботи.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Малинка О. Я. Управління капіталом бренду : [монографія] / О. Я. Малинка. – Івано-Франківськ : Факел, 2009. – 204 с.
2. Устенко А. О. Управління інтегративною соціально-економічною системою підприємства (інформаційно-аналітичний аспект) : [монографія] / А. О. Устенко, О. Я. Малинка. – Івано-Франківськ : Фоліант, 2013. – 270 с.
3. Устенко А. А. Концепция системного управления предприятием: информационный аспект : [монография] / А. А. Устенко, О. Я. Малинка. – Saarbrücken : Lambert Academic Publishing, 2014. – 324 с.
4. Устенко А. О. Управління інформаційним забезпеченням наукового процесу : [монографія] / А. О. Устенко, О. Я. Малинка. – Івано-Франківськ : Фоліант, 2015. – 132 с.
5. Малинка О. Я. Оцінювання джерел формування капіталу бренду згідно «ДНК»-підходу до його побудови / О. Я. Малинка // Сучасні технології підвищення ефективності управління галузевими і регіональними соціально-економічними системами : [колективна монографія] / Під ред. Петренка В. П., Полянської А. С. – Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2015. – 288 с. – С. 250 – 265.
6. Устенко А. О. Основи маркетингу : навчальний посібник / А. О. Устенко, Л. С. Тараєвська, О. Я. Малинка. – Івано-Франківськ : Факел, 2010. – 388 с. (гриф МОіНУ, лист №1/11-9776).
7. Устенко А. О. Теорія систем і системний аналіз в менеджменті : навчальний посібник / А. О. Устенко, О. Я. Малинка. – Івано-Франківськ : Фоліант, 2012. – 328 с. (гриф МОіНУ, лист №1/11-1599 від 06 лютого 2012 р.).
8. Малинка О. Я. Бренд-менеджмент : навчальний посібник / О. Я. Малинка, А. О. Устенко. – Івано-Франківськ : Фоліант, 2013. – 293 с.
9. Малинка О. Я. Маркетингові дослідження : навчальний посібник / О. Я. Малинка, А. О. Устенко. – Івано-Франківськ : Фоліант, 2012. – 348 с.
10. Малинка О. Я. Міжнародний маркетинг : навчальний посібник / О. Я. Малинка, А. О. Устенко. – Івано-Франківськ : Фоліант, 2012. – 328 с.
11. Устенко А. О. Практикум системного менеджера / А. О. Устенко, О. Я. Малинка. – Івано-Франківськ : Фоліант, 2013. – 361 с.
12. Малинка О. Я. Управління брендом в системі маркетингу : підручник / О. Я. Малинка, А. О. Устенко. – Івано-Франківськ : Фоліант, 2014. – 308 с.
13. Малинка О. Я. Економіка підприємства в системі менеджменту : навчальний посібник / О. Я. Малинка, А. О. Устенко. – Івано-Франківськ : Фоліант, 2014. – 365 с.

14. Устенко А. О. Управлінська діагностика : навчальний посібник / А. О. Устенко, О. Я. Малинка. – Івано-Франківськ : Фоліант, 2015. – 265 с.
15. Устенко А. О. Менеджмент : навчальний посібник / А. О. Устенко, О. Я. Малинка. – Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2016. – 276 с.
16. Малинка О. Я. Маркетингова діяльність підприємства : навчальний посібник / О. Я. Малинка, А. О. Устенко, І. В. Перезовова. – Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2017. – 434 с.
17. Малинка О. Я. Маркетинг як філософія сучасного бізнесу / О. Я. Малинка // Підприємницька діяльність : [колективний навчальний посібник] / За заг. ред. Гораль Л. Т., Перезової І. В. – Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2017. – 420 с. – С. 8 – 45.
18. Перезовова І. В. Дослідження ефективності маркетингу підприємств нафтогазового комплексу України / І. В. Перезовова, А. О. Устенко, О. Я. Малинка // Технологический аудит и резервы производства. – 2016. – № 2/5 (28). – С. 53 – 57.
19. Устенко А. О. Кількісна оцінка конкурентних переваг підприємства / [А. О. Устенко, І. В. Перезовова, О. Я. Малинка, Г. І. Писків] // Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. Серія Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості. – 2016. – №1(13). – С. 62 – 71.
20. Устенко А. О. Цільова підсистема системи управління та її оцінка / А. О. Устенко, О. Я. Малинка // Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. Серія Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості. – 2016. – №2 (14). – С. 132 – 137.