

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ**



МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА

методичні рекомендації щодо виконання курсової роботи

**для здобувачів вищої освіти
за освітньо-професійною програмою Маркетинг
спеціальності 075 Маркетинг
галузь знань 07 Управління та адміністрування
освітній ступінь Бакалавр**

Полтава 2019

Терещенко І.О. Маркетингова товарна політика. *Методичні рекомендації щодо виконання курсової роботи для здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг освітній ступінь Бакалавр, 2019. – 32 с.*

Укладач: к.е.н., доцент кафедри маркетингу Терещенко І. О.

Рецензент: Дорофєєв О. В. – доктор економічних наук, професор кафедри публічного управління та адміністрування Полтавської державної аграрної академії

Методичні рекомендації обговорені і схвалені на засіданні кафедри маркетингу Полтавської державної аграрної академії

27 серпня 2019 р. протокол № 2

Завідувач кафедри маркетингу

Писаренко В.В.

Розглянуто, рекомендовано до тиражування та використання в навчальному процесі науково-методичною радою спеціальності Маркетинг

03 вересня 2019 року, протокол № 1

Голова науково-методичної ради спеціальності 075 Маркетинг

Дядик Т.В.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
1. МЕТА, ЗАВДАННЯ, КОМПЕТЕНТНОСТІ І ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАПИСАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ	5
2. ВИБІР ТЕМИ І ПОРЯДОК ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ	7
3. ВИБІР ОБ'ЄКТУ ДОСЛІДЖЕННЯ	7
4. ПІДБІР ЛІТЕРАТУРИ, СКЛАДАННЯ ПЛАНУ ТА ФОРМУВАННЯ ТЕКСТУ КУРСОВОЇ РОБОТИ	8
5. ЗМІСТ ТА СТРУКТУРА КУРСОВОЇ РОБОТИ	9
6. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ	10
7. ОРГАНІЗАЦІЯ ЗАХИСТУ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ	17
8. РЕКОМЕНДОВАНА ТЕМАТИКА КУРСОВОЇ РОБОТИ	19
9. ОРІЄНТОВАНІ ПЛАНИ КУРСОВИХ РОБІТ	20
10. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	25
ДОДАТКИ	27

ВСТУП

Забезпечення конкурентоспроможності виробництва потребує опрацювання і прийняття всебічно аргументованих рішень відносно у цих процесів, пов'язаних з виробничо-комерційною діяльністю аграрних підприємств, що вимагає належної підготовки фахівців. Цьому підпорядковується вся система форм і методів навчання – лекції, семінарські та практичні заняття, самостійна робота, навчальна практика та написання курсової роботи. Кожна з цих форм вирішує власні, але взаємопов'язані завдання.

Курсова робота – одна з основних і ефективних форм самостійної роботи студентів. Вона підбиває підсумки вивчення теоретичного курсу і виконання індивідуального завдання. Одним з етапів засвоєння курсу «Маркетингова товарна політика» є виконання курсової роботи. Мета курсової роботи – поглиблення та закріплення теоретичних, практичних знань, отриманих студентом у процесі вивчення курсу. При її написанні студент повинен виявити глибокі знання з проблематики маркетингової товарної політики, спеціальної літератури з вивчених питань.

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

Пропоновані методичні рекомендації висвітлюють послідовність виконання курсової роботи студентами з навчальної дисципліни «Маркетингова товарна політика», містять завдання щодо її виконання, визначають порядок оцінювання вихідної економічної інформації, матеріалів досліджуваних підприємств, інформації науково-дослідних установ, літературних джерел, наукометричних баз даних, власних спостережень і експериментів.

Використовуючи рекомендований методичний підхід, студент визначає сучасний стан маркетингової товарної політики підприємства, робить висновки і надає пропозиції щодо її удосконалення.

1. МЕТА, ЗАВДАННЯ, КОМПЕТЕНТНОСТІ І ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАПИСАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Мета виконання курсової роботи з навчальної дисципліни «Маркетингова товарна політика» – поглиблення, систематизація і закріплення теоретичних знань й набуття практичних навичок щодо формування і реалізації товарної політики підприємства, з урахуванням потреб споживачів, для підвищення його ефективності.

Завдання написання курсової роботи з дисципліни «Маркетингова товарна політика»: узагальнення теоретичних матеріалів, аналіз практичної інформації з формування і реалізації товарної політики підприємства, розвиток навиків із формування чіткої аргументації власних висновків, обґрунтування рекомендацій і пропозицій щодо вдосконалення існуючої товарної політики з елементами творчого пошуку й ініціативності.

Компетентності, що формуються у результаті вивчення навчальної дисципліни та виконання курсової роботи:

Загальні:

- здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя;

- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;

- здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями;

- визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків;

- знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;

- здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;

- здатність проведення досліджень на відповідному рівні;

- здатність працювати в команді;

- здатність працювати в міжнародному контексті;

- здатність діяти соціально відповідально та свідомо;

- здатність до адаптації, креативності, генерування ідей та дій у новій ситуації, формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.

Фахові:

- здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу;

- здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу;

- здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі;

- здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її

складовими.

- здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу;
- здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності;
- здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності;
- здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків;
- здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу;
- здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності;
- здатність поглиблено аналізувати проблеми і явища в сфері маркетингу з врахуванням економічних ризиків та можливих соціально-економічних наслідків.

Програмні результати навчання:

- демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності;
- аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності;
- застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу;
- збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію;
- застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища;
- демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта;
- виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним;
- відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи;
- виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення;
- діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості;
- відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки;
- планувати розвиток організації в напрямі підвищення економічної ефективності її діяльності та конкурентоспроможності.

2. ВИБІР ТЕМИ І ПОРЯДОК ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Вибір теми розпочинається зі спільного засідання студентів і викладачів – наукових керівників. Доцільно при цьому враховувати актуальність теми, об'єкта дослідження, професійні інтереси студента та напрям науково-дослідної роботи, якщо він вже визначився раніше.

Вибрана тема затверджується науковим керівником. Подальша її зміна або корегування можливе лише з дозволу наукового керівника при достатньому обґрунтуванні змін. Обрана тема курсової роботи затверджується протоколом засідання кафедри та обов'язково закріплюється Завданням за здобувачем вищої освіти (додаток А). Виконання декількох курсових робіт на однакову тему в одній групі не допускається.

Дана тематика може бути орієнтована і за пропозицією студента та погодженням викладача може бути видозмінена, можуть бути внесені уточнення згідно з науковими та практичними інтересами виконавця. Тему курсової роботи студент обирає самостійно і узгоджує з науковим керівником. Крім того, теми курсових робіт повинні ґрунтуватися на результатах навчальної або виробничої практики, на наукових роботах співробітників кафедри, замовленнях виробництва. Студенти використовують у курсових роботах фактичні і звітні матеріали конкретного підприємства, статистичних збірників та довідкових видань.

Обираючи певну тему, студентам слід враховувати практичне значення питання, що вивчається, його актуальність, ситуацію на конкретному ринку, учасником якого є підприємство, обране як об'єкт дослідження, очікуваний ступінь корисності щодо рекомендації підприємства, які будуть опрацьовані за результатами дослідження.

Виконання курсової роботи включає в себе декілька етапів, а саме:

- 1) вибір теми;
- 2) підготовка до написання курсової роботи;
- 3) складання плану роботи;
- 4) формування тексту роботи;
- 5) оформлення роботи;
- 6) захист роботи.

3. ВИБІР ОБ'ЄКТУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Об'єкт дослідження студент обирає самостійно. Ним може бути будь-яке підприємство чи фірма незалежно від форми власності. При цьому оптимальним варіантом є вибір підприємства, на базі якого студент проходить виробничу практику. Бажано, щоб тема курсової роботи обиралась з урахуванням теми майбутньої кваліфікаційної роботи. Студент має право сам запропонувати тему для дослідження, не передбачену рекомендованою тематикою. У разі якщо запропонована тема відповідає науковим інтересам кафедри, вимогам кваліфікаційної характеристики випускників, кафедра погоджується із обраною студентом темою і призначає керівника.

4. ПІДБІР ЛІТЕРАТУРИ, СКЛАДАННЯ ПЛАНУ ТА ФОРМУВАННЯ ТЕКСТУ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Процес підготовки до написання курсової роботи включає підбір та вивчення літературних джерел, складання бібліографії. Дієву допомогу студенту в цьому надають наукові керівники. Самостійний пошук літературних джерел здійснюється за допомогою бібліотечних каталогів (систематичного, алфавітного), реферативних журналів, бібліографічних довідників. Особливу увагу слід звернути на періодичні видання і матеріали мережі інтернет: газети, журнали, де можна знайти останні результати досліджень спеціалістів. Важливим є і підбір джерел закордонної літератури. Методика вивчення літератури як основного наукового дослідження в курсовій роботі залежить від характеру та індивідуальних особливостей студента – загальноосвітнього рівня і спеціальної підготовки, ерудиції і працездатності. Разом з тим є доцільним дотримання загальних правил обробки літератури. Спочатку потрібно ознайомитись з основною літературою (підручниками, теоретичними статтями), а потім – прикладною (законодавчими актами, інструктивними матеріалами, статтями про конкретні дослідження тощо). Вивчення складних джерел (монографій) слід починати лише після простіших (підручників). Вивчення книг передує вивченню статей, більш давніх видань – найновіших джерел.

Відібрана література підлягає уважній обробці. Попереднє ознайомлення включає побіжний огляд змісту, читання передмови, анотації. Розділи, що мають особливе значення для курсової роботи, старанно обробляють, звертаючи належну увагу на ідеї та пропозиції щодо вирішення проблемних питань обраної теми, дискусійні питання, наявність різних точок зору і протиріч.

У процесі опрацювання літератури на окремих аркушах або картках роблять конспективні записи, виписки з тексту, цитати, цифровий матеріал. При цьому слід обов'язково робити повні бібліографічні записи джерел: автора, назви книги (статті), видавництва (назви журналу), року видання, обсягу книги (номера журналу), номеру сторінки з тим, щоб використати ці записи для підготовки списку використаних джерел та зробити необхідні посилання на джерела в тексті курсової роботи.

Основою для складання плану курсової роботи є попереднє ознайомлення з літературними джерелами. План включає: вступ; 3 взаємопов'язаних і логічно вибудованих розділи, що дозволяють розкрити тему; висновки. Студент може використати план із методичних рекомендацій або запропонувати самостійно складений план, який обговорюється з науковим керівником, у разі необхідності коректується і після цього затверджується.

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

Формування тексту курсової роботи відбувається шляхом систематизації та обробки зібраних матеріалів по кожній позиції плану. В текст включаються тільки старанно підібрані і цілеспрямовано проаналізовані матеріали. На цьому ж етапі виконуються обчислення, обґрунтування пропозицій, формуються висновки, підбирається ілюстративний матеріал (графіки, рисунки, таблиці). Впродовж написання роботи визначається необхідність доповнення її додатковими матеріалами. Одержаний чорновий варіант курсової роботи доповнюється, уточнюються деякі положення, остаточно формулюються висновки і пропозиції.

5. ЗМІСТ ТА СТРУКТУРА КУРСОВОЇ РОБОТИ

Курсова робота повинна бути логічно побудована і мати характер цілісного і завершеного самостійного дослідження, описово-розрахункового характеру і складається з вступу, основної частини, висновків та списку літературних джерел.

Курсова робота повинна бути виконана й оформлена з додержанням вимог до наукової роботи згідно методичних рекомендацій. Рекомендований обсяг курсової роботи не повинен перевищувати 25 сторінок друкованого тексту, список використаної літератури – близько 20 джерел. До списку літературних джерел, крім наукової та науково-методичної літератури необхідно також включати інформацію з офіційних сайтів організацій публічної влади або архіви даних, якими користувався здобувач вищої освіти.

Вступ. У вступі обґрунтовується **актуальність вибраної теми**, дається характеристика **сучасного стану досліджуваної проблеми**, **визначається мета курсової роботи і завдання**, вказується **предмет та об'єкт дослідження**. У вступі варто також звернути увагу на рівень розробленості теми у вітчизняній та закордонній літературі, виділити дискусійні питання та невирішені проблеми. Рекомендований обсяг вступу – 2-3 сторінки.

Основна частина поділяється на 3 розділи. Перший з них, як правило, присвячується теоретичним та методологічним аспектам досліджуваної теми, другий – аналізу стану об'єкта дослідження, третій – рекомендаціям та пропозиціям щодо вирішення досліджуваної проблеми. Всі ці розділи логічно пов'язуються між собою. Теоретичні положення та методичні підходи є основою для аналізу первинних матеріалів або статистичної інформації, висновки і рекомендації базуються на результатах аналізу. Рекомендації можуть стосуватися також теоретико-методологічних основ, понятійного апарату та інструментарію дослідження.

Заключна частина роботи – висновки. Цей розділ роботи це коротке резюме з усього змісту курсової роботи. Тут вміщуються висновки і рекомендації, що доводять і обґрунтовують, якою мірою вирішено завдання і досягнуто мети, сформульованої у вступі. Обсяг заключної частини – 2-3 сторінки. Для констатації та обґрунтування загальнотеоретичних висновків та тенденцій доцільно використовувати дані, опубліковані у відповідних енциклопедіях, монографіях, довідниках, зарубіжних джерелах, виданнях,

у т. ч. включених до наукометричної бази Scopus.

Невід'ємною частиною курсової роботи є **список використаних джерел**, який включає перелік всіх джерел, використаних у процесі роботи.

Окремі частини тексту, що мають самостійне значення (об'ємні розрахунки, методики, алгоритми), можуть бути вміщені в **додатки**. У додатках також наводяться допоміжні матеріали: копії документів, витяги із нормативно-правових актів, звіти, інструкції/положення/правила, результати соціологічних досліджень, громіздкі таблиці, рисунки тощо.

6. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Загальні вимоги. Курсова робота має бути написана державною мовою, стиль роботи – науковий, чіткий, без орфографічних і синтаксичних помилок, послідовність – логічна. **Особлива увага приділяється дотриманню академічної доброчесності – пряме переписування у роботі матеріалів із літературних джерел є неприпустимим без посилання на них.**

Текст розміщують на одному боці аркуша паперу формату А4 (297 x 210 мм) у друкованому форматі: текстовий редактор Word, шрифт Times New Roman 14-го розміру, інтервал 1,5 («полуторный»), включаючи назви розділів і підрозділів, щільність тексту повинна бути однаковою («обычный»). Абзаци в тексті починають відступом, що дорівнює 1,25 см.

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

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

Список використаних джерел має містити не менше 20 літературних джерел, 70,0 % опублікованих за останні 5 років.

Матеріал курсової роботи слід подати у такій послідовності: титульна сторінка курсової роботи оформляється за єдиним зразком. За титульною сторінкою розміщують «Завдання та календарний план виконання курсової роботи». Третя сторінка тексту – «ЗМІСТ». Далі йде «ВСТУП», цією сторінкою відкривається нумерація курсової роботи; основна частина; висновки та пропозиції; список використаних джерел; додатки. Завершену і оформлену належним чином роботу обов'язково підписує автор на останній сторінці списку використаних джерел.

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

Текст основної частини дипломної роботи поділяють на розділи, підрозділи, пункти та підпункти (в разі необхідності).

Заголовки структурних частин дипломної роботи «ЗМІСТ», «ВСТУП», «РОЗДІЛ», «ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ», «ДОДАТКИ» друкують великими літерами по центру без абзацного

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

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

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

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

Першою сторінкою дипломної роботи є титульний аркуш, який включають до загальної нумерації сторінок роботи. На аркуші бланку плану та сторінці змісту першій вступу номер сторінки не ставлять, на наступних – номер проставляють у правому верхньому куті аркуша без крапки в кінці, шрифт Times New Roman 12-го розміру.

Такі структурні частини курсової роботи, як зміст, вступ, висновки та пропозиції, список використаних джерел не мають порядкового номера. Звертаємо увагу на те, що всі аркуші, на яких розміщені згадані структурні частини дипломної роботи, нумерують звичайним чином. Не нумерують лише їх заголовки, тобто не можна друкувати: «1. ВСТУП» або «4. ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ». Номер розділу ставлять після слова «РОЗДІЛ», після номера крапку не ставлять, потім з нового рядка наводять заголовок підрозділу.

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

Ілюстрації (фотографії, схеми, графіки, карти) і таблиці необхідно подавати в курсовій роботі безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше, або на наступній сторінці. Як зазначалось вище, ілюстрації і таблиці, розміщені на окремих сторінках роботи, включають до суцільної нумерації сторінок.

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

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

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

Таблиці нумерують послідовно (за винятком таблиць, поданих у додатках) в межах розділу. У правому верхньому куті над відповідним заголовком таблиці розміщують напис «Таблиця» із зазначенням її номера. Номер таблиці повинен складатися з номера розділу та порядкового номера

таблиці, між якими ставиться крапка, наприклад: «Таблиця 1.2» (друга таблиця першого розділу).

При перенесенні частини таблиці на інший аркуш (сторінку) слово «Таблиця» і номер її вказують один раз справа над першою частиною таблиці, над іншими частинами пишуть слова «Продовження табл.» і вказують номер таблиці.

Формули в курсовій роботі (якщо їх більше однієї) нумерують у межах розділу. Номер формули складається з номера розділу і порядкового номера формули в розділі, між якими ставлять крапку. Номери формул пишуть біля правого поля аркуша на рівні відповідної формули в круглих дужках, наприклад: (3.1) (перша формула третього розділу).

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

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

Підпис під ілюстрацією зазвичай має чотири основних елементи:

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

Відстань між назвою рисунку і текстом роботи 1 рядок.

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

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

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

Таблиці. Цифровий матеріал, як правило, повинен оформлятися у вигляді таблиць. Кожна таблиця повинна мати номер і назву, яку розміщують над таблицею та друкують симетрично до тексту. Назву і слово «Таблиця» починають з великої літери. Назву наводять жирним шрифтом.

За логікою побудови таблиці її логічний суб'єкт, або підмет (позначення тих предметів, які в ній характеризуються), розміщують у боковій частині, шапці, чи в них обох, а не в центрі таблиці, присудок, таблиці (тобто дані, якими характеризується підмет) – у центральній частині, а не в шапці чи

боковій частині. Кожен заголовок над графою стосується всіх даних цієї графи, кожен заголовок рядка в боковій частині – всіх даних цього рядка.

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

Вимоги до оформлення таблиць:

Таблиця 1.2

Назва таблиці					
Шапка					Заголовки граф Підзаголовки граф
Рядки					
Бокова частина (заголовки рядків)		Графи (колонки)			

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

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

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

Пояснення значень символів і числових коефіцієнтів слід наводити безпосередньо під формулою в тій послідовності, в якій вони наведені у формулі. Значення кожного символу та числового коефіцієнта доцільно подавати з нового рядка. Перший рядок пояснення починають зі слова «де» без двокрапки.

Рівняння і формули повинні бути відокремлені від тексту. Вище і нижче кожної формули залишають інтервал, що становить один рядок. Якщо рівняння не вміщується в один рядок, його переносять після знака рівності (=) або після знаків (+), (-), (x або ·).

Загальні правила цитування та посилання на використані джерела

При написанні курсової роботи студент повинен посилатися на джерела, матеріали або окремі результати з яких наводяться в роботі, або на ідеях і висновках яких розроблюються проблеми, завдання, питання, вивченню яких

присвячена робота. Такі посилання дають змогу відшукати документи, перевірити достовірність відомостей про цитування документа, забезпечують необхідну інформацію про нього, допомагають з'ясувати його зміст, мову тексту, обсяг. Посилатися слід на останні видання публікацій. На більш ранні видання можна посилатися лише в тих випадках, коли наявний у них матеріал, не включений до останнього видання.

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

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

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

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

Посилання на ілюстрації роботи вказують порядковим номером ілюстрації, наприклад: «рис. 1.2». Посилання на формули вказують порядковим номером формули в дужках, наприклад: «... у формулі (2.1)».

На всі таблиці курсової роботи необхідно посилатися в тексті, при цьому слово «таблиця» в тексті пишуть скорочено, наприклад: «...у табл. 1.2».

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

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

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

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

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

	Акмеологічні засади публічного управління / Є. І. Ходаківський та ін. Вісник ЖНАЕУ. 2017. № 1, т. 2. С. 45–58. Dankevych Ye. M., Dankevych V. Ye., Chaikin O. V. Ukraine agricultural land market formation preconditions. Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis. 2017. Vol. 65, №. 1. P. 259–271.
Електронні ресурси	
Книги	Ілляшенко С. М., Шипуліна Ю. С. Товарна інноваційна політика: підручник. Суми: Університетська книга, 2007. 281 с. URL: ftp://lib.sumdu.edu.ua/Books/1539.pdf (дата звернення: 10.11.2017).
Законодавчі документи	Про стандартизацію: Закон України від 11 лют. 2014 р. № 1315. URL: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1315-18 (дата звернення: 02.11.2017). Концепція Державної цільової програми розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року: проект / М-во аграр. політики та продовольства України. URL: http://minagro.gov.ua/apk?nid=16822 (дата звернення: 13.10.2017).
Періодичні видання	Клітна М. Р., Брижань І. А. Стан і розвиток органічного виробництва та ринку органічної продукції в Україні. Ефективна економіка. 2013. № 10. URL: http://www.m.nayka.com.ua/?op=1&j=efektyvnaekonomika&s=ua&z=2525 (дата звернення: 12.10.2017). Neave H. Deming's 14 Points for Management: Framework for Success. Journal of the Royal Statistical Society. Series D (The Statistician). 2012. Vol. 36, № 5. P. 561–570. URL: http://www2.fiu.edu/~revellk/pad3003/Neave.pdf (Last accessed: 02.11.2017). Colletta L. Political Satire and Postmodern Irony in the Age of Stephen Colbert and Jon Stewart. Journal of Popular Culture. 2009. Vol. 42, № 5. P. 856–874. DOI: 10.1111/j.1540-5931.2009.00711.x.
Сторінки з веб-сайтів	Що таке органічні продукти і чим вони кращі за звичайні? Екологія життя: веб-сайт. URL: http://www.eco-live.com.ua (дата звернення: 12.10.2017).
Інші документи	
Законодавчі і нормативні документи (інструкції, накази)	Конституція України: станом на 1 верес. 2016 р. / Верховна Рада України. Харків : Право, 2016. 82 с. Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень: Закон України від 5 жовт. 2017 р. № 2164. Урядовий кур'єр. 2017. 9 листоп. Інструкція про порядок нарахування і сплати єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування: затв. наказом М-ва фінансів України від 20 квіт. 2015 р. № 449. Все про бухгалтерський облік. 2015. № 51. С. 21–42. Про затвердження Порядку забезпечення доступу вищих навчальних закладів і наукових установ, що знаходяться у сфері управління Міністерства освіти і науки України, до електронних наукових баз даних: наказ М-ва освіти і науки України від 2 серп. 2017 р. № 1110. Вища школа. 2017. № 7. С. 106–107.
Стандарти	ДСТУ ISO 9001: 2001. Системи управління якістю. [Чинний від 2001-06-27]. Київ, 2001. 24 с. (Інформація та документація). СОУ–05.01-37-385:2006. Вода рибогосподарських підприємств. Загальні вимоги та норми. Київ: Міністерство аграрної політики України, 2006. 15 с. (Стандарт Мінагрополітики України)
Патенти	Комбайн рослинозбиральний універсальний : пат. 77937 Україна : МПК A01D 41/02, A01D 41/04, A01D 45/02. № а 2011 09738 ; заявл. 05.08.2011 ;

	опубл. 11.03.2013, Бюл. № 5. Авторські свідоцтва А. с. 1417832 ССРСР, МКИ А 01 F 15/00. Стенка рулонного пресс-подборщика / В. Б. Ковалев, В. Б. Мелегов. № 4185516 ; заявл. 22.01.87 ; опубл. 23.08.88, Бюл. № 31.
Дисертації, автореферати дисертацій	Романчук Л. Д. Оцінка джерел надходження радіонуклідів до організму мешканців сільських територій Полісся України: дис. ... д-ра с.-г. наук: 03.00.16 / Житомир. нац. агрокол. ун-т. Житомир, 2011. 392 с. Романчук Л. Д. Оцінка джерел надходження радіонуклідів до організму мешканців сільських територій Полісся України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра с.-г. наук: 03.00.16. Житомир, 2011. 40 с.

Додатки оформлюють як продовження курсової роботи на наступних її сторінках, розміщуючи їх у порядку появи посилань у тексті. Додатки починаються з нової сторінки, після списку використаних джерел, по середині по центру сторінки великими прописними літерами друкують слово ДОДАТКИ. Нумерація цієї сторінки відображається в змісті роботи.

Додаток повинен мати заголовок, надрукований угорі малими літерами з першої великої симетрично відносно тексту сторінки. Посередині рядка над заголовком малими літерами з першої великої друкується слово «Додаток __» і велика літера, що позначає додаток (звичайний шрифт).

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

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

7. ОРГАНІЗАЦІЯ ЗАХИСТУ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

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

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

За результатами захисту складається протокол (додаток Д).

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

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

2. «Добре» (B, C), (74-89). Виставляється, якщо розкритий основний зміст теми, робота виконана переважно самостійно, містить аналіз практичних проблем. Зміст розкриває тему курсової роботи, визначені основні параметри апарату дослідження. Зміст підрозділів розкриває тему курсової роботи. Викладений у ній матеріал свідчить про достатньо глибоке розуміння автором порушених питань. Виклад матеріалу роботи відрізняється логічною послідовністю, посиланнями на літературні і нормативні джерела, завершується конкретними висновками. Курсова робота оформлена акуратно, відповідно до вимог.

3. «Задовільно» (D, E), (64-73). Виставляється, якщо тема курсової роботи розкрита частково, робота виконана в основному самостійно, містить елементи аналізу досліджуваної проблеми. Зміст частково розкриває тему курсової роботи, не повністю визначені основні параметри наукового апарату. Зміст розділів і підрозділів частково розкриває тему курсової роботи. Не всі порушені питання викладені достатньо глибоко, є порушення логічної послідовності, посилання на літературні і нормативні джерела не відповідають новим вимогам. Курсова робота оформлена з порушеннями.

4. «Незадовільно» (FX, F), (1-59). Виставляється, якщо не розкрита тема курсової роботи. Робота виконана не самостійно, має описовий характер. Її матеріал викладений без логічної послідовності, фрагментарно; зміст не відповідає темі курсової роботи та не розкриває розділи і підрозділи, не визначені основні параметри апарату. Посилання на літературні і нормативні джерела оформлені з грубими порушеннями.

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

8. РЕКОМЕНДОВАНА ТЕМАТИКА КУРСОВИХ РОБІТ

1. Формування маркетингової товарної політики підприємства.
2. Конкурентоспроможність продукції та напрями її підвищення.
3. Імідж товару в маркетинговій товарній політиці підприємства.
4. Сегментування ринку та позиціювання товару (товарної марки) на ринку.
5. Дослідження асортименту та життєвого циклу товарів.
6. Формування товарного портфелю підприємства.
7. Управління життєвим циклом товару на підприємстві.
8. Цілі та засоби маркетингової товарної політики підприємства.
9. Сутність, роль та характеристики товару в маркетинговій діяльності підприємства.
10. Особливості сегментування ринку агропродовольчої (чи іншої) продукції.
11. Сучасний стан і перспективні напрями розвитку маркетингової товарної політики підприємства.
12. Формування маркетингової товарної стратегії підприємства.
13. Товарна політика підприємства у системі маркетингової діяльності підприємства.
14. Планування маркетингової діяльності підприємства.
15. Якість продукції і її роль у ефективності маркетингової діяльності підприємства.
16. Маркетинговий аналіз конкурентоспроможності товару.
17. Товарна номенклатура і товарний асортимент.
18. Особливості розробки і просування товарних марок.
19. Розробка фірмового стилю і упаковки товарів.
20. Організація та контроль маркетингової товарної політики на підприємстві.
21. Особливості маркетингової товарної політики підприємств галузі рослинництва (тваринництва).
22. Маркетингова товарна політика екологічно чистої продукції.
23. Особливості маркетингової товарної політики торговельного підприємства.
24. Особливості маркетингової товарної політики підприємств сфери послуг.
25. Дослідження кон'юнктури товарного ринку.
26. Формування іміджу підприємства, його оцінювання та шляхи покращення.
27. Формування маркетингової товарної політики малих підприємств (або фізичних осіб підприємців).
28. Оцінка ефективності маркетингової товарної політики підприємства.
29. Визначення задоволеності споживачів продукцією підприємства.
30. Аспекти маркетингової товарної політики конкурентоспроможності виробництва продукції рослинництва (тваринництва).

9. ОРІЄНТОВНІ ПЛАНИ КУРСОВИХ РОБІТ

ТЕМА 1. ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ТА МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ ЩОДО ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ

3.1. Основні напрями удосконалення маркетингової товарної політики

3.2. Маркетингове обґрунтування заходів щодо удосконалення товарної політики

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

ТЕМА 2. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ТА НАПРЯМИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

ВСТУП.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ТА МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства

3.2. Маркетингове обґрунтування заходів щодо підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

ТЕМА 3. ІМІДЖ ТОВАРУ В МАРКЕТИНГОВІЙ ТОВАРНІЙ ПОЛІТИЦІ ПІДПРИЄМСТВА

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ СТВОРЕННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ІМІДЖЕМ ТОВАРУ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ІМІДЖЕЛОГІЇ ТОВАРУ В СИСТЕМІ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ ОСНОВНИХ НАПРЯМІВ ТА ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО ПІДТРИМАННЯ ТА ПОЛІПШЕННЯ ІМІДЖУ ТОВАРІВ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Основні напрями щодо удосконалення іміджу товарів підприємства

3.2 Маркетингове обґрунтування заходів щодо підвищення іміджу товарів підприємства

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

ТЕМА 4. СЕГМЕНТУВАННЯ РИНКУ ТА ПОЗИЦІЮВАННЯ ТОВАРУ (ТОВАРНОЇ МАРКИ) НА РИНКУ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ СЕГМЕНТУВАННЯ РИНКУ ТА ПОЗИЦІЮВАННЯ ТОВАРУ НА НЬОМУ

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ СЕГМЕНТУВАННЯ РИНКУ ТА ПОЗИЦІЮВАННЯ ТОВАРУ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ

РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ТА МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ ЩОДО ПОСИЛЕННЯ СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ПОЗИЦІЙ ЙОГО ТОВАРІВ НА РИНКУ

3.1. Шляхи покращення стану підприємства та позицій товарів на ринку

3.2. Маркетингове обґрунтування заходів щодо вдосконалення досліджуваної проблеми

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

ТЕМА 5. ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ТА ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ТОВАРІВ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ТА ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ ТОВАРУ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ТА ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ТОВАРУ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ТА МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ТА ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ОСНОВНИХ ТОВАРІВ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Шляхи покращення позицій товарів на ринку

3.2. Маркетингове обґрунтування заходів щодо вдосконалення асортиментної політики та життєвого циклу товару підприємства

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

ТЕМА 6. ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОГО ПОРТФЕЛЮ ПІДПРИЄМСТВА
ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ
ТОВАРНОГО ПОРТФЕЛЮ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТОВАРНОГО ПОРТФЕЛЮ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ТА МАРКЕТИНГОВИХ
ЗАХОДІВ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОГО
ПОРТФЕЛЮ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Шляхи покращення товарного портфелю підприємства

3.2. Маркетингове обґрунтування заходів щодо вдосконалення
формування товарного портфелю підприємства

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

ТЕМА 7. УПРАВЛІННЯ ЖИТТЄВИМ ЦИКЛОМ ТОВАРУ НА
ПІДПРИЄМСТВІ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ
ЖИТТЄВИМ ЦИКЛОМ ТОВАРУ

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЖИТТЄВИМ
ЦИКЛОМ ТОВАРУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ТА МАРКЕТИНГОВИХ
ЗАХОДІВ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОГО
ПОРТФЕЛЮ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Шляхи покращення товарного портфелю підприємства

3.2. Маркетингове обґрунтування заходів щодо вдосконалення
формування товарного портфелю підприємства

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

ТЕМА 8. ЦІЛІ ТА ЗАСОБИ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ
ПІДПРИЄМСТВА

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ
ПІДПРИЄМСТВА.

РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ
ПІДПРИЄМСТВА.

3.1. Планування асортименту нових товарів підприємства.

3.2. Модифікація товарів підприємства.

3.3. Диверсифікація товарів підприємства.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

ТЕМА 9. СУТНІСТЬ, РОЛЬ ТА ХАРАКТЕРИСТИКИ ТОВАРУ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ПОНЯТТЯ ТОВАРУ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА.

РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА.

3.1. Планування асортименту нових товарів підприємства.

3.2. Модифікація товарів підприємства.

3.3. Диверсифікація товарів підприємства.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

ТЕМА 10. ОСОБЛИВОСТІ СЕГМЕНТУВАННЯ РИНКУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. МЕТОДИКО-ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО СЕГМЕНТУВАННЯ РИНКУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ЕТАПІВ СЕГМЕНТУВАННЯ РИНКУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Аналіз та інтерпретація даних запланованих маркетингових досліджень підприємства

3.2. Оцінка ефективності плану сегментування ринку агропродовольчої продукції

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

ТЕМА 11. СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА.

3.1. Оптимізація товарного асортименту підприємства.

3.2. Оцінка ефективності удосконалення маркетингової товарної політики підприємства.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ
ДОДАТКИ

ТЕМА 12. ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТОВАРНОЮ ПОЛІТИКОЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА.

3.1. Формування стратегічних напрямів розвитку підприємства.

3.2. Оцінка ефективності від впровадження маркетингової товарної стратегії підприємства.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ
ДОДАТКИ

ТЕМА 13. ТОВАРНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА У СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 2. СТАН ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Розробка і обґрунтування програми впровадження нового товару на підприємстві

3.2. Ефективність розробки виробництва нового товару на підприємстві

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ
ДОДАТКИ

ТЕМА 14. ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

РОЗДІЛ 2. СТАН МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Розробка маркетингового плану підприємства

3.2. Обґрунтування витрат на реалізацію плану маркетингу

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

10. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Окландер М. А., Кірносова М. В. Маркетингова товарна політика: навч. посібн. К.: ЦНЛ, 2014. 208 с.
2. Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика: навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисципліни. К.: КНЕУ, 2000. 124 с.
3. Холодний Г. О. Маркетингова товарна політика: навч. посібн. Харків: ХНЕУ, 2006. 324 с.
4. Крикавський Є. В. Маркетингова товарна політика: навч. посібн. Львів: «Львівська політехніка», 2008. 276 с.
5. Балабанова Л. В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств: навч. посібн. К.: «Професіонал», 2006. 336 с.
6. Криковцева Н. О., Саркісян Л. Г., Біленький О. Ю., Маркетингова товарна політика : підруч. К.: Знання, 2012. 183 с.
7. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємства: теорія, методологія, практика : монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2008. 570 с.
8. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручни. К.: Лібра, 2006. 720 с.
9. Балабанова Л. В., Кривенко Г. В. Управление конкурентоспособностью предприятий: учебн. К.: Професионал, 2009. 256 с.
10. Шубіна О. О. Промисловий маркетинг: підруч. К.: «Студцентр». 2011. Т. 1. 528 с.
11. Маркетинг: підруч. / А.О. Старостіна, Н.П. Гончарова, Є.В. Крикавський та ін.; за ред. А.О. Старостіної. Київ: Знання, 2009. 1070 с.
12. Маркетинг: підруч. / В. Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко та ін.; ред.-упор. О.І. Сидоренко, Л.С. Маркова. 4-те вид. Київ: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2009. 648 с.
13. Маркетинг в Україні. URL: <https://uam.in.ua/ukr/projects/marketing-in-ua/>
14. Маркетинг і реклама. URL: <https://www.mr.com.ua/>
15. Українська асоціація маркетингу. URL: <http://uam.in.ua/>
16. Актуальні проблеми економіки. URL: <http://eco-science.net>
17. Економіка України URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ekuk/index.html
18. Офіційний вісник України. URL: <http://www.gdo.kiev.ua>
19. Головне управління статистики у Полтавській області. URL: <http://www.poltava.gov.ua>

ДОДАТКИ

«Затверджую»
Зав. кафедри маркетингу
_____ Писаренко В.В.
«__» _____ 202_ р.

Завдання та календарний план виконання курсової роботи
з навчальної дисципліни
«Маркетингова товарна політика»

на тему: _____
здобувача вищої освіти _____
_ курсу __ групи _____ форми навчання освітньо-професійної програми
Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг СВО Бакалавр

План курсової роботи

ВСТУП

РОЗДІЛ 1 (НАЗВА)

РОЗДІЛ 2 (НАЗВА)

РОЗДІЛ 3 (НАЗВА)

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

Дата затвердження «__» _____ 202_ р.

Підпис здобувача вищої освіти _____

Науковий керівник _____ (_____)

**ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ**

**КУРСОВА РОБОТА
З навчальної дисципліни
«Маркетингова товарна політика»**

на тему: «_____»

Виконав здобувач вищої освіти
СВО Бакалавр __ курсу ___ групи за
освітньо-професійною програмою
Маркетинг
спеціальності 075 Маркетинг
_____ форми навчання

(прізвище та ініціали)

Науковий керівник

Полтава _____

Формуляр-зразок оцінювання курсової роботи

Полтавська державна аграрна академія

Факультет економіки та менеджменту Форма навчання _____
ОПП Маркетинг Спеціальність 075 Маркетинг, Курс _____, група _____**ЛИСТ ОЦІНЮВАННЯ**
курсної роботи (проекту)

з навчальної дисципліни «Маркетингова товарна політика»

здобувача вищої освіти _____

на тему _____

Обсяг курсової роботи (проекту) _____ Кількість використаних джерел _____

Загальна оцінка роботи (проекту) (необхідне підкреслити, у разі потреби – доповнити): *актуальність теми розкрита* – фрагментарно; на середньому рівні; у повному обсязі; *ступінь втілення мети та виконання завдань дослідження* – низький; середній; високий; *повнота розкриття теми роботи у змісті* – фрагментарно; на середньому рівні; у повному обсязі. _____**Загальна оцінка змісту та якості оформлення роботи (проекту)** (необхідне підкреслити, у разі потреби – доповнити): *теоретичний розділ містить критичні узагальнення різних підходів до постановки і вирішення досліджуваної проблеми*: фрагментарно; на середньому рівні; у повному обсязі; *аналітичний розділ містить ознаки практичного дослідження*: фрагментарно; на середньому рівні; у повному обсязі; *проектний розділ містить конкретні пропозиції та наукові розробки*: фрагментарно; на середньому рівні; у повному обсязі; *додатки пов'язані з матеріалом роботи*: фрагментарно; на середньому рівні; у повному обсязі; *висновки за результатами досліджень мають обґрунтування*: недостатнє, відносно достатнє, достатнє; *пропозиції мають характер* – декларативний, певною мірою практичний, практичний. _____**Результати оцінювання курсової роботи (проекту)**

Параметр оцінки (рекомендований діапазон оцінки в балах)	Результат оцінювання
1. Пояснювальна записка (до 50 балів)	
1.1. Обґрунтування актуальності обраної теми роботи, формулювання мети, завдання, об'єкта та предмета дослідження (0-5)	
1.2. Відповідність змісту курсової роботи (проекту) темі та затвердженому плану (0-5)	
1.3. Ступінь розкриття теоретичних аспектів проблеми, обраної для дослідження та глибина і якість аналізу теоретичного матеріалу (наявність критичних узагальнень різних підходів до постановки і вирішення проблеми відповідно до теми курсової роботи (проекту), коректність використання понятійного апарату, посилання, цитування) (0-10)	
1.4. Якість практичного дослідження та його детальний аналіз з використанням наукових методів (аналітичних, статистичних, методів моделювання тощо) та новітніх інформаційних джерел (0-15)	
1.5. Науковий підхід до виявлення проблем та обґрунтованість рекомендаційної (проектно-рекомендаційної) частини, практична значущість висновків відповідно до досліджуваної теми (0-15)	
<i>Разом</i>	
2. Ілюстративна частина (до 9 балів)	
2.1. Ілюстративність курсової роботи (проекту) (наявність та відповідність діючим стандартам таблиць, графіків, схем та списку використаних джерел) (0-5)	
2.2. Відповідність оформлення курсової роботи (проекту) встановленим вимогам і дотримання графіку виконання (0-4)	
<i>Разом</i>	
Загальна кількість балів за виконання курсової роботи (до 59)	

Висновки (*підкреслити*):

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

Роботу перевірів: _____

«_____» _____ 202__ р.

(підпис)

Формуляр-зразок протоколу захисту курсових робіт

Протокол №__
Захисту курсових робіт з навчальної дисципліни
«Маркетингова товарна політика»

від «__» _____ 202_ р.

Присутні:

Порядок денний

1. Захист курсових робіт з навчальної дисципліни «Маркетингова товарна політика» здобувачів вищої освіти ступеня Бакалавр __ курсу __ групи денної форми навчання освітньо-професійної програми Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг

Доповідають здобувачі вищої освіти.

СЛУХАЛИ:

№ п/п	П.І.П.	Тема курсової роботи (проекту)	Загальна кількість балів за виконання курсової роботи*	Кількість балів за захист	
				Вміння аргументовано і лаконічно викласти основні результати дослідження (0-15)	Повнота та вичерпаність відповідей на питання членів комісії (0-16)

УХВАЛИЛИ:

Затвердити результати захисту курсових робіт.

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

Примітки: (висловлення особливої думки членів комісії)

Голова _____

Члени комісії: _____

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

Навчально-методичне видання

Терещенко Іван Олексійович

Маркетингова товарна політика
Методичні рекомендації щодо виконання курсової роботи
для здобувачів вищої освіти
за освітньо-професійною програмою Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг
ступеня вищої освіти Бакалавр

Підп. до друку 03.09.2019. Папір для друку.
Ум. друк. арк. 1,86. Обл.-вид. арк.. 1,1. Тираж 30 пр.
Гарнітура Times New Roman Cyt.

Видання та друк – кафедра маркетингу
Полтавської державної аграрної академії
Адреса: 36003, м. Полтава, вул.. Сковороди, 1/3.

