



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
Факультет історії та міжнародних відносин
Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ДО НАПИСАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ
З ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ»
для студентів денної та заочної форми навчання
спеціальності 075 «Маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня освіти

Ужгород 2024

Методичні вказівки до написання курсової роботи з дисципліни «Маркетингові дослідження» для студентів денної та заочної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня освіти. Ужгород: ДВНЗ «УжНУ», 2024. 38 с.

Укладач: к.е.н., доц., доц. Дюгованець О.М.

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Жуков Святослав Августович – доктор економічних наук, професор, старший науковий співробітник, професор кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Готра Вікторія Вікторівна - доктор економічних наук, професор кафедри економіки і підприємництва ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Методичні рекомендації розглянуто та затверджено на засіданні кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту факультету історії та міжнародних відносин, протокол № 1 від 30 серпня 2024 року.

Схвалено науково-методичною комісією факультету історії та міжнародних відносин ДВНЗ «УжНУ», протокол № 1 від 30 серпня 2024 року.

Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради факультету історії та міжнародних відносин ДВНЗ «УжНУ», протокол № 1 від 17 вересня 2024 р.

© Дюгованець О.М., 2024

© ДВНЗ «УжНУ», 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ВИМОГИ ДО ЗМІСТУ ТА СТРУКТУРИ КУРСОВОЇ РОБОТИ	5
1.1. Загальні положення.....	5
1.2. Мета і завдання написання курсової роботи.....	6
1.3. Загальні вимоги щодо оформлення курсових робіт.....	8
1.4. Структура курсової роботи	12
РОЗДІЛ 2. ВИМОГИ ДО ПОРЯДКУ ВИКОНАННЯ І ЗАХИСТУ КУРСОВИХ РОБІТ	15
2.1. Складання плану курсової роботи та підбір літератури.....	15
2.2. Етапи і послідовність виконання курсової роботи	16
2.3. Порядок рецензування та захисту курсової роботи.....	17
2.4. Найбільш поширені недоліки курсових робіт	17
2.5. Критерії оцінювання	18
РОЗДІЛ 3. ПОЛОЖЕННЯ ПРО АКАДЕМІЧНУ ДОБРОЧЕСНІСТЬ В ДВНЗ «УЖНУ»	20
РОЗДІЛ 4. ПОРЯДОК ПЕРЕВІРКИ КУРСОВИХ РОБІТ НА АКАДЕМІЧНИЙ ПЛАГІАТ	НА 24
РОЗДІЛ 5. ОРІЄНТОВАНА ТЕМАТИКА (НАУКОВІ НАПРЯМИ) ДЛЯ НАПИСАННЯ КУРСОВИХ РОБІТ	25
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	31
ДОДАТКИ	32

ВСТУП

Метою методичних рекомендацій є надання практичної допомоги студентам щодо написання, оформлення та захисту курсової роботи з дисципліни «Маркетингові дослідження». Написання та захист курсової роботи є важливою складовою підготовки бакалаврів зі спеціальності 075 «Маркетинг» в процесі вивчення навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження». Її виконання є узагальнюючим процесом, який дає змогу студенту поєднати набуті теоретичні знання з практичними навичками й продемонструвати власні думки та наукові переконання.

Курсова робота є результатом вивчення комплексу навчальних дисциплін, здійснення самостійних науково - дослідницьких пошуків та проведення маркетингового дослідження. Якість підготовки і захисту курсової роботи представляє ступінь професійної підготовки та практичних навиків студента.

Під час написання курсової роботи студент набуває навиків підготовки кваліфікаційної роботи бакалавра. Курсова робота допомагає виявити схильність окремих студентів до наукової діяльності.

Маркетингові дослідження забезпечують стійке, конкурентоспроможне положення суб'єктів маркетингової системи на ринку товарів та послуг з урахуванням стану внутрішнього і зовнішнього середовища. Результати маркетингових досліджень слугують інструментом ефективної адаптації діяльності суб'єктів ринку та їх потенціалу до сучасних вимог цільової аудиторії, забезпечують прийняття стратегічних маркетингових рішень з мінімальним ризиком. На кафедрі бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту студенти спеціальності 075 «Маркетинг» мають можливість поглибити свої теоретичні знання і провести наукові дослідження, оформленням курсової роботи.

Практичне оволодіння підходами збирання маркетингової інформації, методами проведення маркетингових досліджень та їх обробки дозволяє майбутнім фахівцям зрозуміти сутність і специфіку певних понять, категорій, напрямів і розібратися в їх складній структурі, а також навчитися обґрунтовувати рішення й аналізувати результати їх впровадження в практичну діяльність підприємств. Під час виконання курсової роботи студенти повинні виявити вміння застосовувати теоретичні знання на практиці. Цей етап підготовки є одним із завершальних у формуванні знань, умінь і навичок, які отримані студентом з маркетингових досліджень. Захистом своєї курсової роботи студент повинен продемонструвати, що він відповідає всім вимогам, що висувуються до майбутніх фахівців з маркетингу.

Курсова робота вимагає вивчення літератури та захисту, що вчить обґрунтовувати свою думку.

РОЗДІЛ 1

ВИМОГИ ДО ЗМІСТУ ТА СТРУКТУРИ КУРСОВОЇ РОБОТИ

1.1. Загальні положення

Відповідно до Закону України «Про вищу освіту», «Положення про організацію навчального процесу у вищих навчальних закладах», що затверджене наказом МОН України, передбачено індивідуальні завдання у вигляді курсових робіт.

Курсова робота – це самостійне науково-практичне дослідження студента на підставі знань і навичок, набутих під час лекційних та практичних занять, і виконується під керівництвом викладача. Курсова робота з дисципліни «Маркетингові дослідження» є обов'язковою частиною навчального плану підготовки студентів зі спеціальності 075 «Маркетинг» (ОПП «Маркетинг»).

Відповідно до освітньо-професійної програми «Маркетинг» (2019), вивчення дисципліни «Маркетингові дослідження» сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких *компетентностей*:

загальних компетентностей: здатність проведення досліджень на відповідному рівні (38).

спеціальних компетентностей: здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності (С6)

Виходячи з наведеного під час написання та захисту курсової роботи студент повинен продемонструвати *результати навчання*:

Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

Р8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

Р9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

Згідно «Положення про академічну доброчесність в ДВНЗ «Ужгородський національний університет»» № 409/01-17 від 03.03.2017 р. курсова робота проходить *перевірку на плагіат*. У процесі написання курсової роботи студенти зобов'язані дотримуватися правил професійної етики, які виключають наявність плагіату, фальсифікацію даних та хибне цитування першоджерел.

1.2. Мета і завдання написання курсової роботи

Метою підготовки курсової роботи є поглиблення і закріплення теоретичних знань, отриманих студентом у процесі навчання профільних дисциплін, вироблення уміння самостійно працювати зі спеціальною літературою і статистичним матеріалом. Логічно формувати свої думки, робити узагальнення та висновки.

Курсова робота покликана продемонструвати дослідницькі здібності студента, засвідчити його спроможність організувати і провести самостійні маркетингові дослідження, спрямовані на вивчення та аналіз товарного ринку, маркетингової діяльності підприємств.

Курсова робота повинна бути теоретично обґрунтована в результаті вивчення наукової літератури з обраної теми і містити детальну розробку конкретного завдання, пов'язаного з актуальними проблемами і тенденціями товарного ринку України. Курсова робота повинна розкривати обрану студентом тему, носити цілісний характер і бути логічно грамотно викладена.

Основною вимогою при виконанні курсової роботи є вміння студента пов'язати набуті теоретичні знання з практичною діяльністю організацій. Курсова робота повинна виконуватися на конкретних матеріалах роздрібних, оптово-посередницьких і виробничих структур і містити елементи самостійних досліджень.

У відповідності до навчального плану 2024 року вступу курсова робота з дисципліни «Маркетингові дослідження» виконується протягом VI семестру.

У ході виконання курсової роботи студенти повинні виконати наступні **завдання:**

- продемонструвати вміння працювати з науковою літературою, зіставляти і оцінювати отриману маркетингову інформацію, проводити порівняльний аналіз;
- сформулювати актуальність свого наукового дослідження і виділити проблемні питання;
 - самостійно визначити мету, основні завдання, предмет, об'єкт та методи дослідження;
 - здійснити пошук і збір необхідної маркетингової інформації;
 - використовувати сучасні методи дослідження для отримання достовірних результатів;
 - показати вміння планувати й організувати своє наукове дослідження;
 - логічно й аргументовано інтерпретувати отримані результати своїх досліджень;
 - конкретно і обґрунтовано формулювати власні висновки, робити пропозиції та рекомендації;
 - чітко і грамотно викладати матеріал;
 - публічно захищати підготовлену роботу (робити наукові повідомлення, відповідати на запитання, захищати свою точку зору і т. п.).

Тема курсової роботи обирається студентом самостійно з рекомендованого переліку, представленого в Розділі 4 даних методичних рекомендацій. Студент має право, після узгодження з науковим керівником, обрати тему курсової роботи, яка не включена до переліку запропонованих тем. Тема курсової роботи повинна відповідати завданням навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження» і бути тісно пов'язаною з практичними потребами ринку. Порядок затвердження тематики курсових робіт і їх виконання визначається кафедрою бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту. Не допускається виконання курсових робіт на аналогічні теми або на базі одного й того ж підприємства. Також небажана робота декількох студентів над однією темою. Як виняток, подібні теми закріплюються за

кількома студентами після попереднього узгодження з науковими керівниками.

1.3. Загальні вимоги щодо оформлення курсових робіт

Курсова робота повинна бути виконана й оформлена з додержанням вимог до наукових робіт. Курсова робота оформляється на одному боці стандартного аркуша білого паперу формату А4 (210 x 297 мм) і супроводжується необхідними таблицями, графічними матеріалами та ілюстраціями.

Оптимальний обсяг курсової роботи – 40-55 друкованих сторінок (без додатків), список використаних джерел – не менше 15-25 джерел.

Якщо кількість розділів зменшиться до 2-х або кількість пунктів у межах кожного розділу зменшиться/збільшиться, то обсяг наповнення запропонованих розділів буде відповідно змінюватися.

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

Сторінки обмежуються полями: ліве – 25 мм, верхнє та нижнє – 20 мм, праве – 10 мм. Відстань між заголовком і текстом – 15–20 мм. Шрифт – чорного кольору. Щільність тексту однакова по всій роботі. Сторінка повинна містити не менше 28–30 рядків по 57–60 знаків у кожному (з урахуванням інтервалів). Рекомендована гарнітура – Times New Roman, кегль – 14, інтервал між рядками – 1,5.

Курсова робота має бути надрукована чітко, без помилок і виправлень. Текст курсової роботи може ілюструватись рисунками, схемами, графіками, діаграмами та таблицями.

Орієнтований обсяг окремих структурних частин курсової роботи подано у нижче.

Частина роботи	Обсяг друкованого тексту, сторінок
зміст	1
вступ	2
Основна частина	35-45
В тому числі розділи:	
Розділ 1	8-15
Розділ 2	15-20
Розділ 3	8-15
Висновки	2
Список використаних джерел	1-2
Додатки	без обмежень

Курсова робота виконується під керівництвом викладача і складається з вступу, основної частини, висновків, списку використаних джерел та додатків.

У **вступі** необхідно показати актуальність обраної теми, сформулювати та поставити мету і завдання дослідження, визначити коло питань основної частини. В основній частині, яка складається, як правило, з двох-чотирьох питань, досліджується сутність, форми прояву, закономірності розвитку даного явища і

тенденції його розвитку. В кінці роботи дається висновок, до якого дійшов автор у результаті свого дослідження.

Структурні елементи “титульний лист”, “зміст”, “вступ”, “текст (розділи)”, “висновки”, “перелік посилань” є обов’язковими.

Курсова робота починається з титульної сторінки за формою. Це перша сторінка курсової роботи, яку включають до загальної нумерації сторінок, але не нумерують. Далі номер сторінки проставляють у правому верхньому кутку аркуша. За титульною сторінкою наводяться послідовно зміст, перелік умовних позначень (не обов’язково) вступ, розділи в порядку подання, висновки, список використаних джерел, додатки.

Всі вони починаються з нової сторінки, а кожен з підрозділів – після закінчення попереднього.

Текст основної частини курсової роботи поділяють на розділи та підрозділи. Кожну структурну частину роботи починають з нової сторінки.

Заголовки структурних частин роботи «ЗМІСТ», «ВСТУП», «РОЗДІЛ», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ», «ДОДАТКИ» друкують великими літерами симетрично відносно тексту.

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

Номер розділу ставлять після слова «РОЗДІЛ», без крапки, а потім з нового рядка друкують заголовок розділу.

Підрозділи нумерують у межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, між якими ставлять крапку. У кінці підрозділу ставиться крапка. Наприклад: «2.3.» (третій підрозділ другого розділу), за якою у тому ж рядку зазначають заголовок підрозділу. Заголовки підрозділів друкують маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу. У кінці заголовка крапки не ставлять.

Посилання в тексті на джерела надають у квадратних дужках із зазначенням джерела та сторінки (крім газетних статей і випадків посилання на джерело в цілому). Перша цифра у квадратних дужках відповідає номеру джерела у списку використаних джерел, друга – номеру сторінки. Наприклад: [32, с. 85].

Зібрані фактичні та статистичні матеріали наводяться в однакових одиницях виміру: абсолютних (грн., дол. США, т, м, шт.), або відносних (%).

У кінці курсової роботи розміщується **список використаних джерел**. При складанні списку використаних джерел необхідно дотримуватися Державного стандарту на *бібліографічний опис творів друку* (ДСТУ 8302:2015) (Додаток Б).

Основними елементами бібліографічного опису є інформація про: автора (-ів); назву твору; вид видання (за потреби – про перевидання чи переклад); місце видання, видавництво; рік видання та обсяг публікації.

Список розташовують в алфавітному порядку за прізвищами авторів або першої літери назви творів або за згадуванням у тексті.

Авторів, які мають однакові прізвища, записують за алфавітним порядком їхніх ініціалів. Праці одного автора записують за першими буквами назв його праць. Прізвища авторів наводяться у тій послідовності, в якій вони подані у виданні та

розділяються комами.

Літературу, що видана різними мовами, розміщують у такий спосіб: кирилицею, а потім – латиницею.

Якщо у роботі використано праці розповсюджені на правах рукопису (кандидатські, докторські дисертації, автореферати дисертацій), то при бібліографічному описі використовують інформацію, подану на титульному аркуші. У списку можуть бути посилання на публікації у мережі Інтернет.

До допоміжних матеріалів відносять: *ілюстрації* (схеми, графіки, креслення тощо), *формули, таблиці, додатки*.

Ілюстрації позначають словом «Рис.» і нумерують послідовно в межах розділу, за винятком ілюстрацій, поданих у додатках. Номер ілюстрації складається з номера розділу та порядкового номера ілюстрації через крапку.

Номер, назва ілюстрації та пояснювальні підписи розміщують послідовно під ілюстрацією по центру. Наприклад, другий рисунок першого розділу:

Рис.1.2..... назва

Ілюстрації слід наводити безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше, або на наступній сторінці. Ілюстрації, які розміщені на окремих сторінках роботи, включають до загальної нумерації сторінок. Ілюстрацію, розміри якої більше формату А4, рекомендується розміщувати у додатках.

При необхідності ілюстрації доповнюють або поясненням, або коментарем.

Цифровий матеріал оформляється у вигляді **таблиць**.

Таблицю розміщують після першого згадування про неї в тексті.

Таблиці нумерують у межах розділу. У правому верхньому куті сторінки розміщують напис «Таблиця _._» (номер розділу, номер таблиці в розділі). Назва таблиці міститься нижче, по центру сторінки. У разі перенесення таблиці на іншу сторінку над подальшими частинами пишеться «Продовження табл. _._».

У таблиці слід обов'язково зазначити одиницю виміру відповідно до стандартів; числові величини у таблиці повинні мати однакову кількість десяткових знаків.

Заголовки колонок необхідно починати з великих літер, підзаголовки – з маленьких (якщо вони становлять одне речення із заголовком) і з великих (якщо вони самостійні). Висота рядків – не менше 8 мм.

Заголовок кожної таблиці має бути, по можливості, коротким. Слід уникати повторів тематичного заголовка у заголовках граф, чітко зазначити одиниці виміру показників. Лаконічності потребують назви боковика. Слова, що повторюються, слід виносити до узагальнюючих заголовків, об'єднувальних рубрик.

При великій кількості колонок таблицю можна поділити на частини і розміщувати одну частину під іншою в межах однієї сторінки. Якщо рядки або колонки таблиці виходять за формат сторінки, то в першому випадку в кожній частині таблиці повторюють її шапку, а в другому – боковик.

Якщо текст, який повторюється в графі таблиці, складається з одного слова, його можна замінити лапками; якщо з двох або більше слів, то при першому повторенні його замінюють

словами «Те ж», а далі лапками. Якщо цифрові або інші дані в якому-небудь рядку таблиці не наводяться, то в ньому ставиться прочерк (-).

На всі таблиці мають бути посилання в тексті, при цьому слово «таблиця» в тексті пишуть скорочено, наприклад: «... табл. 2.1.». У повторних посиланнях на таблиці та ілюстрації треба вказувати скорочено слово «дивись», наприклад: «див. табл. 3.2.».

Формули нумерують у межах розділу. Номер формули складається з номера розділу та порядкового номера формули в розділі, відокремлених крапкою. Нумери формул пишуть біля правого берега аркуша на рівні відповідної формули в круглих дужках, наприклад: (2.1) (перша формула другого розділу). Посилання на формули вказують порядковим номером формули в дужках, наприклад: «... у формулі (2.1)». Пояснення значень символів і числових коефіцієнтів формули наводяться під нею в тій послідовності, в якій вони подані у формулі. Значення кожного символу і числового коефіцієнта записують з нового рядка. Перший рядок пояснення починають зі слова «де» без двокрапки.

Кожна таблиця відокремлюється вище і нижче одним вільним рядком. Якщо рівняння не вміщується в один рядок, його слід перенести після знаків: (=),(+),(-), (x), (:).

До додатків рекомендується включати допоміжний матеріал, потрібний для повноти сприйняття дослідження: проміжні математичні доведення, формули та розрахунки; таблиці допоміжних цифрових даних; інструкції і методики; опис алгоритмів і програм розв'язання задач на ПК, які розроблені в процесі роботи над дослідженням; ілюстрації допоміжного характеру.

Додатки оформлюють як продовження роботи на наступних її сторінках, розміщують їх у порядку зазначення відповідних посилань у тексті. Кожний такий додаток необхідно починати з нової сторінки.

Додаток має містити заголовок, надрукований симетрично до тексту сторінки. Посередині рядка над заголовком малими літерами з першої великої друкується слово «Додаток» і велика літера, що позначає додаток. Додатки слід позначати послідовно великими літерами української абетки, за винятком Г, Є, І, Й, О, Ь. Наприклад, Додаток А, Додаток Б і т.д.

Текст кожного додатка за потреби 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.

Ілюстрації, таблиці та формули, які розміщені в додатках, нумерують у межах кожного додатка, наприклад: рис.Д.1.2 - другий рисунок першого розділу додатка Д; формула (А.1) - перша формула додатка А.

Основні вимоги до курсової роботи:

- робота має бути виконана самостійно;
- зміст роботи повинен розкривати вибрану тему;
- у роботі повинні міститися елементи наукового аналізу, виявлятися зв'язок теорії з практикою сучасного економічного життя;
- структура і оформлення курсової роботи повинні строго відповідати вимогам, що пред'являються;

- робота повинна містити статистичні дані, таблиці, схеми, графіки та ін.;
- у тексті роботи мають бути чіткі формулювання, відповідні висновки і/або резюме.

Науковим керівником курсової роботи призначається викладач кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту. Науковий керівник: надає допомогу студентові у виборі теми, затверджує назву теми, вибраної студентом; надає студентові допомогу в складанні плану роботи; зміни в плані, що виникли в ході виконання курсової роботи, мають бути погоджені з науковим керівником; дає систематичні, передбачені розкладом консультації; перевіряє виконану студентом роботу.

Ілюстративний матеріал для захисту робіт виконується у вигляді презентації (Програми: Microsoft Power Point, Slide Show Pro).

1.4. Структура курсової роботи

Курсові роботи умовно поділяють на: 1 – вступну частину, 2 – основну частину, 3 – список використаних джерел, 4 – додатки.

Вступна частина повинна мати такі структурні елементи: титульний лист, зміст, перелік умовних позначень, символів, одиниць, скорочень і термінів.

Основна частина містить такі структурні одиниці: вступ, текст курсової роботи, висновки та рекомендації, перелік посилань.

Додатки розміщують після основної частини курсової роботи.

Титульний аркуш

Титульний аркуш є першою сторінкою курсової роботи і є основним джерелом бібліографічної інформації, необхідної для оброблення та пошуку документа.

Титульний аркуш повинен мати відомості, які подають у такій послідовності:

- а) назва міністерства і навчального закладу;
- б) гриф допущення до захисту;
- в) прізвище, повні ім'я і по батькові автора;
- г) повна назва документа;
- д) підписи відповідальних осіб, включаючи керівника роботи;
- е) рік виконання курсової роботи;

Приклад оформлення титульного листа наведено у додатку Б.

Зміст вміщує в собі перелік скорочень, умовних позначень, символів, одиниць і термінів (якщо вони є), вступ, заголовки розділів і підрозділів (якщо вони є), висновки, список використаних джерел, додатки (якщо вони є) із вказівкою номера сторінки, з якої починається розділ чи підрозділ. Приклад змісту наведено у Додатку В.

Перелік умовних позначень, символів, скорочень і термінів

Усі прийняті у курсовій роботі малопоширені умовні позначення, символи, одиниці, скорочення і терміни пояснюють у переліку, який вміщують безпосередньо після змісту, починаючи з нової сторінки.

Незалежно від цього при першій появі цих елементів у тексті курсової роботи

наводять їх розшифровку.

Вимоги до структурних елементів основної частини

У **вступній частині (вступ)** має бути:

Актуальність проблеми, яка зумовила вибір теми дослідження, коротко викладена історія питання (ступінь вивчення теми) за хронологічним чи концептуальним принципом.

Об’єкт дослідження:...

Предмет дослідження:...

Мета дослідження: вивчити і науково обґрунтувати...

Гіпотеза дослідження (якщо вона є):...

У відповідності з метою і гіпотезою дослідження ставляться такі **завдання**:

1)...

2)...

3)...

Методи дослідження:

Наукова новизна дослідження полягає у тому...(якщо вона є)

Практичне значення дослідження.

Логіка дослідження зумовила **структуру** курсової роботи: вступ, ...розділи, висновки, список використаних джерел із...найменувань, ...додатків. Загальний обсяг...сторінок.

Вимоги до викладу тексту курсової роботи

Текст курсової роботи – це виклад відомостей про предмет (об’єкт) дослідження, які є необхідними й достатніми для розкриття сутності означеної роботи (опис теорії, методів роботи) та її результати.

Текст курсової роботи викладають, поділяючи матеріал на розділи. Розділи можуть поділятися на пункти або на підрозділи і пункти. Пункти, якщо це необхідно, поділяють на підпункти. Кожен пункт і підпункт повинен містити закінчену інформацію і висновки. Кожен розділ основного тексту роботи повинен завершувати невеликий **висновок** до нього (Отже,; Таким чином,).

Висновки

Висновки вміщують безпосередньо після викладу тексту, починаючи з нової сторінки. Висновки повинні містити в собі синтез “наскрізних” висновків за розділами, оцінку повноти вирішення поставлених завдань.

Рекомендації

У курсовій роботі на основі одержаних висновків можуть наводитись рекомендації. Рекомендації вміщують після висновків, починаючи з нової сторінки. Текст рекомендації може поділятися на пункти.

Посилання у курсовій роботі

Перелік джерел, на які є посилання в основній частині курсової роботи, наводять у кінці тексту, починаючи з нової сторінки. Його розміщують в алфавітному порядку і складають відповідно до чинних стандартів.

Посилання в тексті роботи робляться в квадратних дужках з вказанням порядкового номера джерела у списку використаних джерел та сторінки – наприклад [5, с.124].

Вимоги до додатків

У додатках вміщують матеріал, який:

- є необхідним для повноти курсової роботи, але включення його до основної частини наукової роботи може змінити впорядковане і логічне уявлення про дослідження.

- не може бути розміщений в основній частині курсової роботи через великий обсяг або способи його відтворення.

- додатки можуть бути включені:

- додаткові ілюстрації або таблиці;

- матеріали, які через великий обсяг, специфіку викладання або форму подання не можуть бути внесені до основної частини (оригінали фотографій, мікрофіші, формули, розрахунки, опис комп'ютерних програм, розроблених у процесі виконання роботи та ін. Кожен додаток повинен починатися з нового аркуша і мати заголовки, виконаний великими літерами. У правому верхньому кутку над заголовком великими літерами пишеться відповідно: Додаток А, Додаток Б тощо.

РОЗДІЛ 2 ВИМОГИ ДО ПОРЯДКУ ВИКОНАННЯ І ЗАХИСТУ КУРСОВИХ РОБІТ

2.1. Складання плану курсової роботи та підбір літератури

Найважливішою умовою якості курсової роботи є логічний план, що відображає зміст обраної теми. Він направляє дослідження, дозволяючи відбирати інформацію, літературу, необхідну для розкриття даної теми, і уникати непродуктивних витрат часу на вивчення питань, що не відносяться до даної теми.

Для складання плану необхідно мати загальне уявлення про тему курсової роботи, про ті питання, які будуть розглядатися. Слід ознайомитися з темою в програмі курсу маркетингових досліджень, прочитати матеріал з теми у підручниках і навчальних посібниках, іншій економічній літературі.

У плані доцільно виділяти теоретичний розділ (підрозділ), присвячений розгляду теоретичних основ вибраної теми, існуючих теоретичних підходів до даної проблеми. Далі слідує аналітичний розділ, у рамках якого досліджується фактичний стан проблеми, що вивчається, у світовій економіці, Україні. На основі фактичних даних дається оцінка основних проблем, протиріч, сучасних тенденцій і т.п. об'єкта дослідження. На закінчення пропонується рекомендаційний розділ (підрозділ), в якому розглядаються можливі перспективи, шляхи розвитку досліджуваного процесу, даються рекомендації, що ґрунтуються на результатах проведеного дослідження.

Багато при складанні плану обійтися оптимальною кількістю розділів (підрозділів): - надмірно «дробова» структура роботи (велика кількість розділів (підрозділів) може призвести до поверхневого розгляду заявлених в їх назвах проблем, - надмірно укрупнена структура, як правило, створює труднощі в логічному і пропорційному викладі матеріалу в межах крупних розділів.

Підготовлений проект плану необхідно узгодити з керівником курсової роботи.

Роботу з **підбору** літератури виконують за допомогою каталогів, які є в бібліотеках наукової і періодичної літератури, в Інтернет-джерелах. Список літератури по темі повинен включати монографії, брошури, журнальні і газетні статті, офіційні матеріали, статистичні збірники, що розкривають ті або інші аспекти вибраної теми, загальною чисельністю не менше двадцяти джерел. Слід підбирати літературу останніх років видання.

Підбір і вивчення літератури необхідно проводити, спираючись на план своєї курсової роботи: приступаючи до вивчення джерела, слід з'ясувати, які з його розділів мають безпосереднє відношення до вашої теми, до її окремих частин і можуть допомогти у побудові логіки вашого дослідження. Підбравши достатню кількість інформації з даного питання з різних джерел, можна приступати до його викладу. Доцільно з'ясувати різні точки зору, що існують в літературі, з питання, що вивчається, і проаналізувати їх в роботі.

При підготовці матеріалу слід ретельно виписувати цитати, статистичні матеріали, графіки, схеми, діаграми та ін. з вказівкою джерел. Представлені

статистичні матеріали необхідно проаналізувати.

У ході вивчення літератури і формування глибокого уявлення про зміст теми може виникнути необхідність внести корективи до первинного плану роботи. Ці зміни необхідно погоджувати з науковим керівником.

2.2. Етапи і послідовність виконання курсової роботи

Першим етапом роботи над курсовою темою є її самостійний вибір, як правило, з тематики, затвердженої кафедрою бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту. Після визначення теми дослідження студент консультиється з науковим керівником і пишеться заява (Додаток Д).

Ознайомлення з матеріалами вибраної теми дослідження слід починати з уважного перегляду відповідних розділів підручника, статей, досліджень, нотатків до семінарських занять та інших наукових джерел інформації з даної теми. На цьому етапі необхідно з'ясувати найбільш загальні, усталені погляди на дану проблему. Допомогу можуть в цьому дати енциклопедії, словники, довідники.

Другим етапом є складання попереднього плану курсової роботи. План - це основа роботи, він повинен відображати зміст роботи, її логічний зв'язок. План - це показник якості вивченої літератури, вміння визначити головне, найбільш істотне. Пункти плану, як вузлова складова вибраної проблеми, повинні бути єдиною системою, в яких кожне наступне питання розвиває і доповнює попереднє. Розділи та підрозділи, з яких складається план, повинні бути чітко і ясно сформульовані та мати логічну структуру. Назви пунктів плану не повинні дублювати назву курсової роботи.

В першому розділі курсової роботи, як правило, розглядаються в теоретичному плані сутність вибраної проблеми; в другому розділі визначається, на основі зібраних матеріалів, стан даного явища в сучасних умовах та закономірності його розвитку і в третьому розділі роботи потрібно проаналізувати проблемні питання теми, показати зв'язок обраної теми з економічними процесами в Україні та, можливо, зазначити перспективи вирішення існуючих проблемних питань.

Наступним етапом роботи є складання списку літератури. Частина її приводиться в планах семінарських занять. Інша частина - в систематичних каталогах наукових бібліотек, в періодичних виданнях. Суттєво покращує зміст курсової роботи використання іноземної літератури.

Третій етап. Після підбору необхідної літератури приступають до її вивчення і критичного аналізу. Важливе значення має оформлення виписок з використаної літератури. Виписки можуть бути як цитати, так і в формі вільного переказу, але завжди потрібно наводити джерела цитування.

Результатом вивчення літератури по темі роботи повинна стати струнка, логічна послідовність викладення матеріалу, вироблення кінцевого варіанту плану курсової роботи, який затверджується науковим керівником. Для оптимального розподілу наявного матеріалу по питанням, план роботи може бути пред'явлений у вигляді плану-проспекту, який повинен відображати розгорнуту структуру роботи, чітке розміщення ключових позицій, фактологічного матеріалу, схем, графіків в їх логічній послідовності. У відповідності з планом-проспектом складається чорновий

варіант роботи, який подається науковому керівнику за місяць до захисту. З урахуванням зауважень наукового керівника, студент складає чистовий варіант роботи з відповідним його оформленням.

Викладання змісту роботи повинно відповідати плану. Ключові положення треба теоретично обґрунтувати і по можливості підкріпити фактичним матеріалом. Приведені у роботі фактичні дані, таблиці, схеми, графіки повинні бути проаналізовані й супроводжені відповідними коментарями. При цьому треба уникати довгих, заплутаних, нечітких фраз, необхідно прагнути до чіткого, ясного і живого викладання матеріалу.

2.3. Порядок рецензування та захисту курсової роботи

Оформлена курсова робота повинна бути здана керівнику не менш як за десять днів до її захисту, для перевірки на плагіат і для рецензування. Не менше як за п'ять днів до захисту робота реєструється на кафедрі.

Науковий керівник перевіряє курсову роботу, надає зауваження і робить свій висновок щодо ступеню готовності виконаної роботи до захисту.

Робота оцінюється науковим керівником, за умови позитивної/негативної оцінки за виконання курсової роботи виноситься рішення про допуск чи не допуск студента до захисту.

Якщо курсову роботу виконано неправильно, вона має серйозні недоліки, то її повертають студенту на доопрацювання. Якщо курсова робота виконується повторно, то її новий варіант подається обов'язково разом з попереднім варіантом роботи та із зауваженнями наукового керівника, згідно з якими перероблено (доброблено) курсову роботу.

Дату і час захисту курсової роботи встановлює випускаюча кафедра. Для проведення захисту курсової роботи кафедрою створюється комісія (не менше двох осіб) із складу викладачів кафедри, один з яких може бути науковим керівником. До захисту перед комісією допускаються роботи, які відповідають вимогам написання та оформлення робіт даного освітньо-кваліфікаційного рівня.

Процедура захисту курсової роботи складається з доповіді студента (5-10 хв.), відповідей на запитання та зауваження членів комісії з теми курсової роботи (5-10 хв.). Тривалість захисту, як правило, не повинна перевищувати 10-20 хв.

У доповіді студент повинен обґрунтувати актуальність теми, мету і завдання дослідження, дати досить коротку характеристику об'єкта дослідження, показати ґрунтовні знання теоретичних і практичних аспектів проблеми. Обґрунтувати свої пропозиції, відповісти на поставлені питання.

2.4. Найбільш поширені недоліки курсових робіт

Низький теоретичний рівень роботи:

- застарілі положення, що не відповідають сучасному рівню розвитку економічної науки і господарської практики;
- застарілі, такі, що втратили актуальність статистичні дані;

- підміна економічного аналізу досліджуваного явища детальною хронологією його розвитку;

- невідповідність назв розділів (підрозділів) і їх змісту.

Порушення методики підготовки курсової роботи:

- рясне дослівне списування тексту з монографій, брошур, статей, навчальних посібників, рясне цитування законів або інших нормативних документів;

- наявність логічно не зв'язаних між собою пропозицій, громіздких цитат, повторень одних і тих же фраз;

- відсутність ілюстрованих матеріалів: прикладів, таблиць, схем, діаграм, графіків;

- надлишок статистичного матеріалу, недостатньо пов'язаного з логікою даного розділу, внаслідок чого текст роботи (розділу) нагадує статистичну збірку.

Порушення структури і пропорційності курсової роботи:

- відсутність в ній окремих складових частин: реферату, змісту, вступу, резюме, переліку посилань та ін.;

- непропорційний розподіл матеріалу по розділах, внаслідок чого об'єми окремих розділів (підрозділів) значно відрізняються між собою.

Недотримання методичних вказівок з оформлення курсової роботи:

- неправильне оформлення або відсутність посилань на літературні джерела, статистичний і фактичний матеріал;

- невідповідність назв розділів у тексті назвам розділів плану (змісту);

- неправильне оформлення основних структурних елементів роботи;

- відсутність будь-якого оформлення або неправильне оформлення ілюстрованого матеріалу: таблиць, малюнків, додатків і т.п.;

- відсутність нумерації сторінок;

- недбале оформлення роботи.

Вказані недоліки знижують оцінку курсової роботи.

2.5. Критерії оцінювання

Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за шкалою, наведеною в нижче:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
		для екзамену, курсового роботи, практики
90-100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	задовільно
60-63	E	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

«Відмінно». Робота бездоганна в усіх відношеннях, має високий теоретичний рівень, глибокий і логічний виклад питань плану, необхідний ілюстрований матеріал, обґрунтовані висновки, бездоганне оформлення.

«Добре». Тема розкрита, проте робота має незначні упущення у викладі питань плану, недостатність висновків, неповноту посилань, недоліки в оформленні. Мають місце деякі незначні недоліки.

«Задовільно». Тема в цілому розкрита, проте є недоліки змістовного характеру: робота носить описовий характер, слабо ілюструються теоретичні положення, має місце поверхневий аналіз фактичного і статистичного матеріалу, використовуються застарілі дані, пропозиції і рекомендації не обґрунтовані досить переконливо. Є істотні недоліки в оформленні. Має місце значна кількість недоліків.

«Незадовільно». Робота, в якій не розкриті питання плану, окремі розділи не зв'язані між собою, відсутня переконлива логіка дослідження, висновки або відсутні, або не обґрунтовані, рекомендації і пропозиції випадкові, не витікають із попереднього дослідження, є грубі теоретичні помилки, відсутній фактичний і статистичний матеріал, оформлення роботи не відповідає методичним вказівкам. Перелік посилань включає застарілі джерела. У роботі мають місце значна кількість недоліків.

РОЗДІЛ 3

ПОЛОЖЕННЯ ПРО АКАДЕМІЧНУ ДОБРОЧЕСНІСТЬ В ДВНЗ «УЖНУ»

Витяги з Положення про академічну доброчесність в «Ужгородському національному університеті»

Затверджено Вченою радою ДВНЗ «УжНУ», протокол № 3, від 23.02.2017 р.
та введено в дію наказом ректора від 03.03.2017 р. № 409/01-17

Повний текст Положення опубліковано на офіційному веб-сайті «УжНУ» за адресою:
<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/12223>

Студентам, які виконують курсову роботу, слід звернути увагу на таке важливе явище як академічна доброчесність. Академічна доброчесність – це сукупність етичних принципів та визначених законом правил, якими мають керуватися учасники освітнього процесу під час навчання, викладання та провадження наукової (творчої) діяльності з метою забезпечення довіри до результатів навчання та/або наукових (творчих) досягнень.

Вашій увазі пропонуються витяги з Положення про академічну доброчесність, які безпосередньо стосуються процесу виконання курсової роботи:

1. Загальні положення:

/.../

1.1.1. У своїй діяльності «УжНУ» дотримується принципу меритократії, що означає оцінювання студентів винятково на підставі їх знань і вмінь, з врахуванням унормованих соціальних пільг, а співробітників - на основі їх професійної компетентності, результатів роботи, внеску у розвиток «УжНУ», що є підставою для їх подальшого матеріального, морального та кар'єрного стимулювання. «УжНУ» зобов'язується вживати заходів щодо запобігання та виявлення академічного плагіату в наукових роботах науково-педагогічних, наукових працівників і здобувачів вищої освіти.

/.../

1.1.2. Дотримання академічної доброчесності в «УжНУ» пов'язане із сповідуванням науково-педагогічними працівниками та здобувачами вищої освіти наступних принципів:

/.../

1.6.4. Науковості. Науково-педагогічні та наукові працівники зобов'язані об'єктивно висвітлювати наукові факти, поняття, теорії; ознайомлювати наукову та студентську спільноту з новими досягненнями, науковими методами, пояснювати значення теорії для практики; розкривати наукові причинно-наслідкові зв'язки явищ, що вивчаються; викладати навчальний матеріал з позицій останніх досягнень науки й техніки; забезпечувати тісний зв'язок викладу навчального матеріалу з життям; пропагувати досягнення вітчизняної науки й техніки, успіхів українських учених тощо;

/.../

1.6.6. Партнерства і взаємодопомоги. Означає сприйняття всіх учасників освітнього процесу як рівноправних сторін;

/.../

1.6.8. Відповідальності. Здобувачі вищої освіти та співробітники «УжНУ» мають брати на себе відповідальність за результати своєї діяльності, виконувати взяті на себе зобов'язання, дотримуватися норм цього Положення.

2. Політика академічної доброчесності:

/.../

2.1. Академічна доброчесність здобувачів вищої освіти передбачає:

/.../

2.1.1. використовувати у навчальній або дослідницькій діяльності лише перевірені та достовірні джерела інформації та грамотно посилатися на них;

2.1.2. не фальсифікувати інформацію, результати досліджень з їх наступним використанням у науковій роботі;

2.1.3. не пропонувати неправомірну вигоду за отримання будь-яких переваг у навчальній або науково-дослідницькій діяльності;

/.../

2.3.9. нести відповідальність за порушення академічної доброчесності.

4. Етичні норми наукової діяльності. Академічний плагіат:

4.1. Науково-педагогічні працівники, здобувачі вищої освіти зобов'язані в процесі своєї діяльності дотримуватися принципу академічної доброчесності та етичних норм наукової діяльності.

4.2. Порушенням етичних норм наукової діяльності є:

4.2.1. виконання на замовлення та (або) продаж академічних текстів (контрольних, курсових, курсових робіт, дисертаційних досліджень і навчальної літератури);

4.2.2. порушення методики виконання досліджень;

4.2.3. академічна фальсифікація та фабрикація; публікація вигаданих результатів досліджень;

4.2.4. приписування результатів колективної діяльності одній або окремим особам без узгодження з іншими учасниками авторського колективу або внесення до списку авторів наукової чи навчально-методичної праці осіб, які не брали участь у створенні наукового продукту;

4.2.5. оприлюднення (частково або повністю) наукових (творчих) результатів, отриманих іншими особами, як результатів власного дослідження (творчості), та/або відтворення опублікованих текстів (оприлюднених творів мистецтва) інших авторів без зазначення авторства, без належного оформлення посилань;

4.3. Використання запозичених текстів у письмових роботах допускається за умови, що зазначені всі джерела запозичень. Перевірці на академічний плагіат підлягають:

/.../

4.3.1. навчальні (курсів роботи (проекти), реферати тощо) та кваліфікаційні (курсів роботи, (проекти)) роботи здобувачів вищої освіти ступенів «бакалавр» і «магістр», науково- методичні праці (підручники, навчальні посібники, конспекти лекцій), монографії та інші роботи, що вимагають рекомендації Вченої ради

«УжНУ» до видання. Організацію перевірки вищезазначених матеріалів здійснюють завідувачі кафедр;

4.4. **Форми академічного плагіату:**

4.4.1. використання у власному творі чужих матеріалів (зображень, тексту), у тому числі з мережі Інтернет, без належних посилань;

4.4.2. перефразування або цитування матеріалу, створеного іншою особою, як опублікованого, так і ні, без належного дотримання правил цитування;

4.4.3. спотворене представлення чужих ідей, їх синтез або компіляція з першоджерел; - представлення в якості власного твору (есе, курсової роботи, курсового проекту, тез, статті

тощо) матеріалу, що був отриманий з Інтернету або від третіх осіб в обмін на фінансову винагороду / послугу чи соціальні зв'язки;

4.4.4. посилання на джерела, які не використовувалися в роботі;

/.../

4.4.8. повторне використання раніше виконаної іншою особою письмової роботи (лабораторної, контрольної, індивідуальної, курсової, курсової тощо).

6. Заходи з попередження недотримання норм та правил академічної доброчесності:

6.1. Для попередження недотримання норм та правил академічної доброчесності в «УжНУ» використовується наступний комплекс профілактичних заходів:

6.1.1. інформування здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних працівників про необхідність дотримання правил академічної доброчесності, професійної етики;

6.1.2. визнання в «УжНУ» принципу відкритості, що забезпечує можливість громадського контролю академічної діяльності, адміністративної та фінансової прозорості, шляхом оприлюднення на офіційному веб-сайті інформації, перелік якої наведений в п. 11 Статуту «УжНУ»;

6.1.3. проведення семінарів із здобувачами вищої освіти з питань інформаційної діяльності «УжНУ», правильності написання наукових робіт;

6.1.4. ознайомлення здобувачів вищої освіти й науково-педагогічних працівників та педагогічних працівників із цим Положенням;

6.1.5. посилений контроль завідувачів кафедр, наукових керівників курсових, бакалаврських і магістерських робіт, членів екзаменаційних комісій щодо правильного оформлення посилань на джерела інформації у разі запозичень ідей, тверджень, відомостей тощо;

6.1.6. розміщення на офіційному веб-сайті «УжНУ» посилання на сервіси безкоштовної перевірки робіт на антиплагіат;

6.1.7. перевірка бакалаврських і магістерських робіт на предмет академічного плагіату.

7. Відповідальність за недотримання норм та правил академічної доброчесності:

7.1. За порушення правил академічної доброчесності до науково-

педагогічних працівників, здобувачів вищої освіти застосовуються заходи юридичної відповідальності відповідно до вимог законодавства України, Статуту «УжНУ», Правил внутрішнього розпорядку та інших локальних нормативних актів «УжНУ».

7.2. Порухення загальноприйнятих норм поведінки, ігнорування норм етики, моралі та громадської свідомості, етичних норм академічної та наукової діяльності може розглядатися комісією з питань академічної доброчесності та етики як вчинення аморального проступку, що за своїм характером несумісний із продовженням роботи, навчання в «УжНУ».

РОЗДІЛ 4

ПОРЯДОК ПЕРЕВІРКИ КУРСОВИХ РОБІТ НА АКАДЕМІЧНИЙ ПЛАГІАТ

Перевірка курсових робіт на наявність запозичень (плагіату) проводиться з метою підвищення якості підготовки до атестації студентів в частині виконання курсових робіт.

Плагіатом вважається дослівне відтворення чи копіювання тексту (від фрази до набору речень) з книг, статей, інтернет-ресурсів чи інших джерел без чіткого виокремлення копіюваного тексту та посилання на автора (джерело).

Проведення перевірки курсових робіт здійснюється науковим керівником.

За підготовку файлу роботи, що підлягає перевірці, відповідає автор цієї роботи.

Порядок збору та перевірки курсових робіт на наявність запозичень (плагіату):

1. Перевірка курсових робіт здійснюється науковим керівником і закінчується не пізніше ніж за 6 днів до захисту роботи.

2. Курсові роботи мають подаватися на перевірку в електронному варіанті (надсилатись на кафедральну пошту kaf-mbusiness@uzhnu.edu.ua). На носії повинен бути лише один файл з курсовою роботою у форматі Документ Word (*.doc, *.docx) та PDF.

3. Курсова робота, яка має **не менше ніж 70% оригінального тексту, може бути допущена до захисту.**

На основі аналізу результатів перевірки курсової роботи на наявність запозичень (плагіату) завідувач відповідної кафедри та науковий керівник приймають рішення щодо допуску роботи до захисту.

При недостатньому рівні унікальності курсова робота потребує доопрацювання та повторної перевірки.

РОЗДІЛ 5

ОРІЄНТОВАНА ТЕМАТИКА (НАУКОВІ НАПРЯМИ) ДЛЯ НАПИСАННЯ КУРСОВИХ РОБІТ¹

У дійсних методичних рекомендаціях надана затверджена кафедрою тематика курсових робіт. Вона відображає сучасні аспекти всіх тем, що розглядаються в ньому, доцільні для науково-дослідної роботи студентів. Кількість запропонованих тем достатня для вибору теми відповідно до інтересів студента, а також для того, щоб уникнути дублювання тем в групі. Вибір теми буде свідомим, якщо студент заздалегідь познайомиться зі змістом проблеми, що зацікавила його, в економічній літературі, навчальних посібниках та інших джерелах.

Цифровий маркетинг та соціальні медіа

1. Вплив Instagram-маркетингу на поведінку споживачів покоління Z.
2. Аналіз ефективності TikTok-реклами для просування товарів серед підлітків.
3. Дослідження впливу віртуальних інфлюенсерів на лояльність бренду.
4. Використання штучного інтелекту в таргетованій рекламі в соціальних мережах.
5. Аналіз впливу маркетингу впливу на рішення про покупку в Україні.
6. Дослідження ефективності контент-маркетингу в YouTube-каналах.
7. Вплив соціальних мереж на формування іміджу бренду.
8. Аналіз ефективності чат-ботів у підтримці клієнтів в онлайн-магазинах.
9. Дослідження впливу відеомаркетингу на конверсію продажів.
10. Аналіз ефективності SEO-оптимізації для інтернет-магазинів.
11. Вплив подкастів на формування споживчих переваг.
12. Дослідження впливу мобільного маркетингу на поведінку споживачів.
13. Аналіз ефективності email-маркетингу в умовах цифрової конкуренції.
14. Дослідження впливу AR/VR-технологій на досвід онлайн-покупки.
15. Аналіз ефективності програм лояльності в мобільних додатках.
16. Дослідження значення, стану та розвитку маркетингових комунікацій в Інтернет-просторі України.
17. Дослідження проблем розвитку та сучасного стану директ-маркетингу в Україні.
18. Кластерний аналіз Інтернет-користувачів.
19. Мобільний маркетинг та маркетингові дослідження: тенденції, шляхи розвитку.
20. Сучасний стан та перспективи розвитку on-line досліджень в Україні та світі.

Поведінка споживачів та психологія маркетингу

21. Вплив емоційного маркетингу на лояльність клієнтів.
22. Дослідження впливу нейромаркетингу на рішення про покупку.
23. Аналіз впливу кольорової психології на сприйняття бренду.

¹ Кінцевий варіант назви теми курсової роботи узгоджується з науковим керівником.

24. Дослідження впливу сторітелінгу на формування споживчих переваг.
25. Аналіз впливу екологічного маркетингу на поведінку споживачів.
26. Дослідження впливу персоналізації на лояльність клієнтів.
27. Аналіз впливу соціального доказу на рішення про покупку.
28. Дослідження впливу дефіциту та терміновості на поведінку споживачів.
29. Аналіз впливу гейміфікації на залучення клієнтів.
30. Дослідження впливу ефекту ореолу на сприйняття бренду.
31. Аналіз впливу когнітивних спотворень на рішення про покупку.
32. Дослідження впливу культурних цінностей на поведінку споживачів.
33. Аналіз впливу поколіннєвих відмінностей на споживчі переваги.
34. Дослідження впливу етичного маркетингу на лояльність клієнтів.
35. Аналіз впливу маркетингу вражень на задоволеність клієнтів.
36. Вивчення впливу соціально-демографічних та психологічних факторів на попит.
37. Дослідження мотивацій споживачів на ринку послуг мобільного зв'язку України.
38. Дослідження мотивацій та уподобань споживачів банківських послуг.
39. Дослідження ставлення споживачів до торгової марки фірми.
40. Застосування методу спостереження в дослідженні споживачів.
41. Маркетингові дослідження уподобань споживачів на ринку продовольчих товарів.
42. Процес збору та аналізу маркетингової інформації при дослідженні споживачів та провайдерів телекомунікаційних послуг.
43. Формування задоволеності та лояльності українських споживачів у автомобільній сфері.

Брендинг та позиціонування

44. Аналіз ефективності ребрендингу в умовах ринкових змін.
45. Дослідження впливу брендингу роботодавця на залучення талантів.
46. Аналіз впливу соціального брендингу на формування іміджу компанії.
47. Дослідження впливу персонального брендингу на кар'єрний успіх.
48. Аналіз ефективності стратегій позиціонування на ринку B2B.
49. Дослідження впливу емоційного брендингу на лояльність клієнтів.
50. Аналіз впливу цифрового брендингу на формування онлайн-репутації.
51. Дослідження впливу амбасадорів бренду на формування споживчих переваг.
52. Аналіз ефективності стратегій ко-брендингу.
53. Дослідження впливу сенсорного брендингу на досвід споживачів.
54. Дослідження іміджу фірми та її товарів на ринку.
55. Дослідження перспективних напрямків позиціонування підприємства (фірми) та її товарів на ринку.
56. Маркетингові дослідження бренду.
57. Оцінювання місця підприємства та його конкурентів на ринку.
58. Оцінювання та підвищення конкурентоспроможності товарів (послуг).
59. Оцінювання та підвищення конкурентоспроможності фірми.

- 60. Оцінювання та підвищення споживчої цінності товару (послуги).
- 61. Оцінювання та формування стійких конкурентних переваг підприємства на ринку.

Маркетингові дослідження та аналітика

- 62. Використання великих даних у маркетингових дослідженнях.
- 63. Аналіз ефективності маркетингових досліджень у прийнятті стратегічних рішень.
- 64. Дослідження впливу маркетингової аналітики на підвищення рентабельності.
- 65. Використання штучного інтелекту в аналізі споживчих настроїв.
- 66. Аналіз ефективності маркетингових досліджень у сегментації ринку.
- 67. Дослідження впливу маркетингових досліджень на розробку нових продуктів.
- 68. Використання нейромаркетингових досліджень для оптимізації рекламних кампаній.
- 69. Аналіз ефективності маркетингових досліджень у прогнозуванні попиту.
- 70. Дослідження впливу маркетингових досліджень на формування цінової політики.
- 71. Використання маркетингових досліджень для оцінки ефективності програм лояльності.
- 72. Аналіз тенденцій та стійкості розвитку ринкової кон'юнктури.
- 73. Вивчення і моделювання тенденцій збуту продукції.
- 74. Вивчення і моделювання тенденцій цін на ринку (в межах асортиментної групи).
- 75. Вивчення масштабу та потенціалу ринку.
- 76. Галузь маркетингових досліджень в Україні: становлення, сучасний стан і проблеми розвитку.
- 77. Діагностика маркетингової культури фірми.
- 78. Діагностика структури та якості управління маркетинговою діяльністю.
- 79. Дослідження асортиментної структури пропозиції.
- 80. Дослідження інтенсивності конкурентної боротьби на ринку.
- 81. Дослідження кон'юнктури та місткості ринку Event-послуг в Україні.
- 82. Дослідження попиту на товари ТНК в Україні.
- 83. Дослідження рівня довіри українських споживачів до маркетингових агенцій.
- 84. Дослідження стану та проблем розвитку ринку послуг з організації виставок та ярмарків в Україні.
- 85. Дослідження сучасних бізнес-тенденцій та рівня розвитку маркетингу вітчизняних компаній.
- 86. Дослідження та оцінка стану рекламно-комунікаційного ринку України.
- 87. Дослідницькі організації в Україні: форми функціонування та перспективи розвитку.
- 88. Значення маркетингових досліджень у країнах з новою ринковою економікою.
- 89. Ідентифікація, аналіз внутрішніх і зовнішніх можливостей, загроз для фірми.

90. Комплексний аналіз ринку товару.
91. Маркетинговий аналіз меблевого ринку України.
92. Маркетинговий аудит в системі маркетингових досліджень.
93. Маркетингові дослідження в страховому бізнесі: роль, методи, алгоритм проведення.
94. Маркетингові дослідження ринку освітніх послуг в Україні.
95. Маркетингові дослідження суміжників туристичних підприємств України.
96. Маркетингові дослідження тенденцій розвитку соціальної реклами в Україні та її впливу на суспільство.
97. Організація анкетування і оцінка його результатів.
98. Організація експертного дослідження ринку.
99. Організація моніторингу ринку та оцінка поточної інформації.
100. Організація проведення вибіркового дослідження ринку.
101. Організація та процес проведення маркетингових досліджень сегмента ринку.
102. Особливості структури споживання і конкуренції на ринку молокопродуктів України.
103. Оцінка впливу макросередовища на маркетинг фірми (в цілому або по окремих видах факторів).
104. Оцінка впливу мікросередовища на маркетинг фірми.
105. Оцінка попиту на маркетингові послуги в Україні.
106. Оцінка ризиків у маркетинговій діяльності та заходи щодо їх зниження.
107. Оцінка та підвищення маркетингового потенціалу фірми.
108. Оцінювання та підвищення задоволеності споживачів.
109. Оцінювання та підвищення якості обслуговування споживачів.
110. Оцінювання та підвищення якості продукції, що випускається (послуг).
111. Прогнозування збуту в маркетингових дослідженнях.
112. Програмні продукти та їх використання в маркетингових дослідженнях.
113. Розробка прогнозного сценарію розвитку ринкової кон'юнктури.
114. Сегментація вітчизняних споживачів закордонного туристичного продукту.
115. Сучасні тенденції маркетингових досліджень на вітчизняних та міжнародних ринках.

Міжнародний маркетинг та глобалізація

116. Аналіз впливу культурних відмінностей на маркетингові стратегії в різних країнах.
117. Дослідження впливу глобалізації на поведінку споживачів.
118. Аналіз ефективності маркетингових стратегій на ринках, що розвиваються.
119. Дослідження впливу цифрової глобалізації на міжнародний маркетинг.
120. Аналіз ефективності маркетингових стратегій для виходу на міжнародні ринки.

121. Дослідження впливу екологічних стандартів на міжнародний маркетинг.
122. Аналіз ефективності маркетингових стратегій для транснаціональних корпорацій.
123. Дослідження впливу політичних ризиків на міжнародний маркетинг.
124. Аналіз ефективності маркетингових стратегій для просування українських брендів за кордоном.
125. Дослідження впливу пандемії COVID-19 на міжнародний маркетинг.

Інновації та технології в маркетингу

126. Аналіз впливу штучного інтелекту на майбутнє маркетингу.
127. Дослідження впливу блокчейн-технологій на лояльність клієнтів.
128. Аналіз ефективності використання віртуальної та доповненої реальності в маркетингу.
129. Дослідження впливу інтернету речей на поведінку споживачів.
130. Аналіз ефективності використання 3D-друку в маркетингу.
131. Дослідження впливу дронів на логістику та маркетинг.
132. Аналіз ефективності використання біометричних технологій у маркетингу.
133. Дослідження впливу голосового маркетингу на поведінку споживачів.
134. Аналіз ефективності використання чат-ботів у маркетингових комунікаціях.
135. Дослідження впливу персоналізації на основі штучного інтелекту на лояльність клієнтів.
136. Програмні продукти та їх використання в маркетингових дослідженнях.

Маркетинг послуг та досвіду

137. Аналіз впливу цифрових технологій на маркетинг послуг.
138. Дослідження впливу персоналізації на досвід клієнтів у сфері послуг.
139. Аналіз ефективності маркетингових стратегій для готельного бізнесу.
140. Дослідження впливу емоційного маркетингу на лояльність клієнтів у сфері послуг.
141. Аналіз ефективності маркетингових стратегій для ресторанного бізнесу.
142. Дослідження впливу соціального доказу на рішення про покупку послуг.
143. Аналіз ефективності маркетингових стратегій для медичних послуг.
144. Дослідження впливу гейміфікації на залучення клієнтів у сфері послуг.
145. Аналіз ефективності маркетингових стратегій для туристичного бізнесу.
146. Дослідження впливу маркетингу вражень на задоволеність клієнтів у сфері послуг.
147. Дослідження кон'юнктури та місткості ринку Event-послуг в Україні.

148. Маркетингові дослідження в страховому бізнесі: роль, методи, алгоритм проведення.
149. Маркетингові дослідження ринку освітніх послуг в Україні.
150. Маркетингові дослідження суміжників туристичних підприємств України.
151. Оцінювання та підвищення якості обслуговування споживачів.
152. Оцінювання та підвищення якості продукції, що випускається (послуг).

Соціальний маркетинг та сталий розвиток

153. Аналіз впливу соціального маркетингу на зміну поведінки споживачів.
 154. Дослідження впливу екологічного маркетингу на формування споживчих переваг.
 155. Аналіз ефективності маркетингових стратегій для некомерційних організацій.
 156. Дослідження впливу корпоративної соціальної відповідальності на лояльність клієнтів.
 157. Аналіз ефективності маркетингових стратегій для просування соціальних ініціатив.
 158. Дослідження впливу етичного маркетингу на формування іміджу
 159. Дослідження ролі та місця PR в політичних організаціях.
- Дослідження комунікаційної політики на ринку слабоалкогольних та безалкогольних напоїв.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Данько Т. І., Яворська Н. П. Маркетингові дослідження. Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2019. 230 с.
2. Закон України «Про освіту» // Освіта в Україні. Нормативна база (2-е вид.) К.: КНТ, 2006.
3. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємства: сучасний стан. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 252 с.
4. Квятко Т.М., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Бабко Н.М., Романюк І.А., Вітковський Ю.П., Микатись А.В. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с.
5. Котлер Ф. Маркетинг від А до Я. Київ: Альпіна Паблішер Україна, 2021. 252 с.
6. Малий В. В., Ольховська А.Б. Методичні рекомендації до виконання курсових робіт з дисципліни «Маркетингові дослідження» для студентів напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг». Х.: НФаУ, 2015. 40 с.
7. Маркетингова діяльність підприємств: підручник за заг. ред. Косенко О.П. 2-ге вид., зі змінами і доповненнями. Харків: ТОВ «Оберіг», 2023. 1155 с.
8. Маркетингові дослідження. Методичні вказівки до виконання розрахунково-графічної роботи для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» ступеню вищої освіти «бакалавр» / Укладач В.А.Москаленко. Чернігів, 2020. 16 с.
9. Маркетингові дослідження: навч. посіб. / Л. С. Безугла [та ін.]; Дніпров. держ. аграр.-екон. ун-т. Дніпро: Біла К. О. [вид.], 2019. 299 с.
10. Методичні вказівки до виконання, оформлення і захисту курсової роботи для студентів IV курсу галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг», освітнього ступеня «Бакалавр». Укл. Майовець Є.Й., Городняк І.В., Сохецька А.В., Кушнір Т.М. Видання 2-е виправлене і доповнене. Львів: ЛНУ ім. І.Франка, 2021. 35 с.
11. Положення про академічну доброчесність в «Ужгородському національному університеті» / Затверджено Вченою радою ДВНЗ «УжНУ», протокол № 3, від 23.02.2017 р. та введено в дію наказом ректора від 03.03.2017 р. № 409/01-17. URL: <https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/12223>

ДОДАТКИ

Додаток А

ПРИКЛАДИ ОФОРМЛЕННЯ БІБЛІОГРАФІЧНОГО ОПИСУ У СПИСКУ ДЖЕРЕЛ, який наводять у кваліфікаційній роботі бакалавра, відповідно до ДСТУ 8302:2015

КНИГИ	
Однотомні видання	
один автор	<p>Битяк Ю. П. Державна служба в Україні: організаційно-правові засади: монографія. Харків: Право, 2005. 304 с.</p> <p>Краснова М. В. Договори в екологічному праві України: навч. посіб. / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ: Алерта, 2012. 216 с.</p> <p>Кузніченко С. О. Закон України «Про правовий режим надзвичайного стану»: наук.-практ. комент. / Одес. держ. ун-т внутр. справ. Харків: Право, 2015. 164 с.</p> <p>Тертишник В. М. Науково-практичний коментар Кримінального процесуального кодексу України: із змін. та допов. на 12 берез. 2016 р. 12-те вид., допов., і переробл. Київ: Правова єдність, 2016. 810 с.</p> <p>Johnson L. K. Bombs, bugs, drugs and thugs: intelligence and America's quest for security. New York; London: New York University Press, 2000. 326 p.</p>
два автори	<p>Васильєв С. В., Ніколенко Л. М. Доказування та докази у господарському процесі України: монографія. Харків: Еспада, 2004. 192 с.</p> <p>Каткова Т. В., Каткова А. Г. Закінчення досудового слідства у кримінальних справах: практич. посіб. Харків: Право, 2011. 136 с.</p> <p>Петришина М. О., Петришин О. А. Міжнародно-правові стандарти у сфері місцевого самоврядування: наук. доп. / Нац. акад. прав. наук України, НДІ держ. буд-ва та місц. самоврядування. Харків: Право, 2016. 44 с. (Серія «Наукові доповіді»).</p> <p>Сташис В. В., Бажанов М. И. Преступления против личности в УК УССР и судебной практике. Изд. 2-е, испр. и доп. Харьков: Вища шк., 1987. 216 с.</p>
три автори	<p>Комаров В. В., Світлична Г. О., Удальцова І. В. Окреме провадження: монографія / за ред. В. В. Комарова. Харків: Право, 2011. 312 с.</p> <p>Сичевський В. В., Харитонов С. І., Олейніков Д. О. Науково-практичний коментар до розділу I Особливої частини Кримінального кодексу України (Злочини проти основ національної безпеки України) / Служба безпеки України. Харків: Право, 2016. 232 с. (Бібліотека слідчого).</p> <p>Helfer M. E., Kempe R. S., Krugman R. D. The battered child. 5th ed. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1997. 700 p.</p>
чотири і більше авторів	<p>Прилипка С. М., Ярошенко О. М., Мороз С. В., Малиновська К. А. Укладення трудового договору: теоретико-прикладне дослідження: монографія. Харків: Юрайт, 2013. 288 с. Колективні політичні права і свободи людини та громадянина в Україні: проблеми теорії та практики: монографія / Є. І. Григоренко та ін.; Харків. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. Харків: [б. в.], 2013. 352 с.</p> <p>Постклассическая онтология права: монография / С. И. Максимов и др.; С.-Петербург. гос. ун-т; общ. ред. И. Л. Честнов. Санкт-Петербург: Алтейя, 2016. 688 с. (Толкование источников права).</p> <p>The mutual fund industry: Competition and investor welfare / R. G. Hubbard et. al. New York, NY: Columbia University Press, 2010. 256 p.</p>
автор(и) та редактор(и)/упорядник(и)	<p>Гель А. П., Семаков Г. С., Яковець І. С. Кримінально-виконавче право України: навч. посіб. / ред. А. Х. Степанюк. Київ: Юрінком Інтер, 2008. 624 с. Грошевий Ю. М. Вибрані праці / упоряд.: О. В. Капліна, В. І. Маринів. Харків: Право, 2011. 656 с.</p> <p>Петрик О. І. Шлях до цінової стабільності: світовий досвід і перспективи для України: монографія / відп. ред. В. М. Геєць. Київ: УБСНБУ, 2008. 369 с.</p> <p>Plath S. The unabridged journals / ed. K. V. Kukil. New York, NY: Anchor, 2000. 680 p.</p>
автор(и) та перекладач(и)	<p>Беккариа Ч. О преступлениях и наказаниях / вступ. ст. Н. И. Панова; пер. с итал. М. М. Исаев. Киев: Ин Юре, 2014. 240 с. (Памятники правовой мысли).</p> <p>Питерс Г., Уотермен Р. В поисках эффективного управления (опыт лучших компаний) / ред. Л. И. Евенко; пер.: Д. Васильев, В. Зотов. Москва: Прогресс, 1986. 424 с.</p> <p>Laplace P. S. A philosophical essay on probabilities / trans.: F. W. Truscott, F. L. Emory. Original work published 1814. New York, NY: Dover, 1951. 196 p.</p>
без автора	<p>Галузева економічна політика держави: проблеми правового забезпечення: колект. моногр. / за наук. ред. Д. В. Задихайла. Харків: Юрайт, 2013. 520 с. (Серія "Наукові праці кафедри</p>

	<p>господарського права Національного університету "Юридична академія України імені Ярослава Мудрого"; т. 1).</p> <p>Конституція України: наук.-практ. комент. / редкол.: В. Я. Тацій (голова) та ін. 2-ге вид., переробл. і допов. Харків: Право, 2012. 1128 с.</p> <p>Настільна книга детектива, прокурора, судді: коментар антикорупційного законодавства / ред. М. І. Хавронюк. Київ: Дакор, 2016. 496 с.</p> <p>Політологічний енциклопедичний словник / упоряд. В. П. Горбатенко. 2-ге вид., переробл. і допов. Київ: Генеза, 2004. 736 с.</p> <p>Правове виховання в сучасній Україні: монографія / за заг. ред.: В. Я. Тацій, А. П. Гетьман, О. Г. Данильян. 2-ге вид., переробл. і допов. Харків: Право, 2013. 440 с.</p> <p>Протидія терористичній діяльності: міжнародний досвід і його актуальність для України: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 30 верес. 2016 р. Київ: Нац. акад. прокуратури України. 2016. 432 с.</p> <p>Twenty-four hours a day. Miami, FL: BN Publishing, 2010. 400 p.</p>
Багатотомні видання	
	<p>Велика українська юридична енциклопедія: у 20 т. / Нац. акад. прав. наук України, Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого. Харків: Право, 2016. Т. 1: Історія держави і права України. 848 с.</p> <p>Енциклопедія історії України: у 10 т. / НАН України, Ін-т історії України. Київ: Наук. думка, 2005. Т. 9. 944 с.</p> <p>Кримінальне право України. Загальна частина: підручник: у 2 т. / за ред.: В. В. Сташис, В. Я. Тацій. 4-те вид., переробл. і допов. Харків: Право, 2010. Т. 1. 456 с.</p> <p>Кучерявенко Н. П. Курс податкового права: в 6 т. Харків: Право, 2007. Т. 4: Особенная часть. Косвенные налоги. 536 с.</p> <p>Науково-практичний коментар Кримінального процесуального кодексу України: у 4 т. / ред. О. В. Стовба. Харків: Апостиль, 2015. Т. 2. 329 с.</p> <p>Правова система України: історія, стан та перспективи: у 5 т. / Акад. прав. наук України. Харків: Право, 2009. Т. 2: Конституційні засади правової системи України і проблеми її вдосконалення / заг. ред. Ю. П. Битяк. 576 с.</p>
ІНШІ ВИДАННЯ	
автореферати дисертацій	<p>Кравчук В. М. Припинення корпоративних правовідносин в господарських товариствах: автореф. дис.... д-ра юрид. наук: 12.00.03 / Нац. юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого. Харків, 2010. 36 с.</p> <p>Лісов О. С. Новітня вітчизняна історіографія створення та діяльності розвідки і контррозвідки України у 1917–1991 роках: автореф. дис... канд. іст. наук: 20.02.22 / Нац. ун-т оборони України ім. Івана Черняховського. Київ, 2017. 20 с.</p>
дисертації	<p>Сокурєнко В. В. Публічне адміністрування сферою оборони в Україні: дис... д-ра юрид. наук: 12.00.07 / Нац. акад. внутр. справ. Київ, 2016. 573 с.</p> <p>Костенко В. О. Економіко-правове забезпечення використання та охорони земель: дис... канд. юрид. наук: 12.00.06 / Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого. Харків, 2015. 183 с.</p> <p>Bryant V. D. A sequentially articulated experiment to compare two instructional software input infrastructures: Doctoral dissertation / University at Albany. Albany, NY, 1998. 150 p.</p>
архівні документи	<p>Лист Голови Спілки «Чорнобиль» Г. Ф. Лепіна на ім'я Голови Ради Міністрів УРСР В. А. Масола щодо реєстрації Статуту Спілки та сторінки Статуту. 14 грудня 1989 р. ЦДАГО України (Центр. держ. архів громад. об'єднань України). Ф. 1. Оп. 32. Спр. 2612. Арк. 63, 64, 64 зв., 71.</p> <p>Матеріали Ради Народних комісарів Української Народної Республіки. ЦДАВО України (Центр. держ. архів вищ. органів влади та упр. України). Ф. 1061. Оп. 1. Спр. 8–12. Копія; Ф. 1063. Оп. 3. Спр. 1–3.</p> <p>Наукове товариство ім. Шевченка. Львів. наук. б-ка ім. В. Стефаніка НАН України. Ф. 1. Оп. 1. Спр. 78. Арк. 1–7.</p>
патенти	<p>Люмінісцентний матеріал: пат. 25742 Україна: МПК6 C09K11/00, G01T1/28, G 21H3/00. No 200701472; заявл. 12.02.07; опубл. 27.08.07, Бюл. No 13. 4 с.</p> <p>Спосіб лікування синдрому дефіциту уваги та гіперактивності у дітей: пат. 76509 Україна. No 2004042416; заявл. 01.04.2004; опубл. 01.08.2006, Бюл. No 8 (кн. 1). 120 с.</p>
препринти	<p>Панасюк М. І., Скорбун А. Д., Сплошной Б. М. Про точність визначення активності твердих радіоактивних відходів гамма-методами. Чорнобиль: Ін-т з проблем безпеки АЕС НАН України, 2006. 7, [1] с. (Препринт / НАН України, Ін-т проблем безпеки АЕС; 06-1).</p> <p>Шиляев Б. А., Воеводин В. Н. Расчеты параметров радиационного повреждения материалов нейтронами источника ННЦ ХФТИ / ANL USA с подкритической сборкой, управляемой ускорителем электронов. Харьков: ННЦ ХФТИ, 2006. 19 с.: ил., табл. (Препринт / НАН</p>

	України, Нац. науч. центр «Харьк. физ.-техн. ин-т»; ХФТИ 2006-4).
стандарти	ДСТУ 7152:2010. Видання. Оформлення публікацій у журналах і збірниках. [Чинний від 2010-02-18]. Вид. офіц. Київ, 2010. 16 с. (Інформація та документація). ДСТУ ISO 6107-1:2004. Якість води. Словник термінів. Частина 1 (ISO 6107- 1:1996, IDT). [Чинний від 2005-04-01]. Вид. офіц. Київ: Держспоживстандарт України, 2006. 181 с. ДСТУ 3582:2013. Бібліографічний опис. Скорочення слів і словосполучень українською мовою. Загальні вимоги та правила (ISO 4:1984, NEQ; ISO 832:1994, NEQ). [На заміну ДСТУ 3582-97; чинний від 2013-08-22]. Вид. офіц. Київ: Мінекономрозвитку України, 2014. 15 с. (Інформація та документація).
бібліографічні показники	Володимир Володимирович Сташис: (до 85-річчя від дня народж. та 60-річчя наук.-пед. і громад. діяльності) / Нац. акад. прав. наук України; упоряд.: В. І. Борисов, В. І. Тютюгін, Л. М. Демидова. Харків: Право, 2010. 108 с. (Біографія і бібліографія вчених-правознавців). Лисодєд О. В. Бібліографічний довідник з кримінології (1992–2002) / ред. О. Г. Кальман. Харків: Одиссей, 2003. 128 с. Систематизований показник матеріалів з питань адміністративної реформи, опублікованих у Віснику Національної академії державного управління за 1997– 2005 роки / Нац. акад. держ. упр. при Президентові України; уклад.: О. О. Бабінова, О. Г. Белінська. Київ: Вид-во НАДУ, 2006. 11 с.
каталоги	Горницкая И. П. Каталог растений для работ по фитодизайну / Донец. ботан. сад НАН України. Донецк: Лебедь, 2005. 228 с. Історико-правова спадщина України: кат. вист. / Харків. держ. наук. б-ка ім. В. Г. Короленка; уклад.: Л. І. Романова, О. В. Земляніщина. Харків, 1996. 64 с. Пам'ятки історії та мистецтва Львівської області: кат.-довід. / авт.-упоряд.: М. Зобків та ін.; Упр. культури Львів. облдержадмін., Львів. іст. музей. Львів: Новий час, 2003. 160 с.
ЧАСТИНА ВИДАННЯ	
розділ книги	Борисова В. И. Право частной собственности в системе социально- экономических прав и свобод граждан и пути его реализации. Харьковская цивилистическая школа: право собственности: монография / ред. И. В. Спасибо- Фатеева. Харьков: Право, 2012. Разд. 3, гл. 1. С. 87–99. Даньшин І. М. Злочини проти громадського порядку та моральності. Кримінологія. Загальна та Особлива частини: підручник / ред. В. В. Голина. 2-ге вид., переробл. і допов. Харків: Право, 2009. Розд. 15. С. 138–145. Тацій В. Я. Повертаючись до питання боротьби зі злочинами у сфері приватизації. Тацій В. Я. Вибрані статті, виступи, інтерв'ю. Харків: Право, 2010. С. 221–229. Хряпінський П. Кримінально-правові засоби заохочення у публічному праві України. Правовий вплив на неправомірну поведінку: актуальні грані: монографія / за ред.: О. В. Козаченко, Є. Л. Стрельцов. Миколаїв: Ліон, 2016. С. 87–109. O'Neil J. M., Egan J. Men's and women's gender role journeys: A metaphor for healing, transition, and transformation. Gender issues across the life cycle / Ed. B. R. Wainrib. New York, NY: Springer, 1992. P. 107–123.
тези, доповідь	Боднар Т. В. Договір про закупівлю: особливості укладання і забезпечення. Актуальні проблеми приватного права: договір як правова форма регулювання приватних відносин: матеріали наук.-практ. конф., присвяч. 95-й річниці з дня народж. В. П. Маслова (Харків, 17 лют. 2017 р.). Харків: Право, 2017. С. 7–9. Данильян О. Г., Дьобань О. П. Досвід удосконалення органів державної влади в європейських країнах та можливості його використання в Україні. Проблеми розбудови державності та народовладдя в Україні: матеріали ХХІІ Харків. політолог. читань (м. Харків, 21 трав. 2009 р.). Харків, 2009. С. 47–49. Шаповал В. Свобода та "природні права" людини як основа людського виміру права. Антропологія права: філософський та юридичний виміри (стан, проблеми, перспективи): матеріали першого всеукр. круглого столу, м. Львів, 16–17 верес. 2005 р. Львів: Край, 2006. С. 286–295. Wu C. K., Makhlof M. M. Predicting the response of Aluminium casting alloys to heat treatment. Light Metals 2011: Proceedings of the technical sessions presented by the TMS Aluminium Committee at the TMS 2011 Annual Meeting & Exhibition, San Diego, California, USA, 27 February – 3 March, 2011. Hoboken, NJ: Wiley, 2011. P. 834–836.
стаття з довідкового видання	Баулін Ю. В. Обставини, що виключають злочинність діяння. Великий енциклопедичний юридичний словник / ред. Ю. С. Шемшученко. Київ: Юрид. думка, 2007. С. 550. Гончаренко В. Д. Повне зібрання законів Російської імперії. Велика українська юридична енциклопедія. Харків: Право, 2016. Т. 1: Історія держави і права України. С. 573–574. Ріяка В. О. Декларація митна. Юридична енциклопедія. Київ: Укр. енцикл., 1998. Т. 2. С. 29.

	Bergmann P.G. Relativity. The New Encyclopedia Britannica. Chicago, IL: Encyclopedia Britannica, 1993. Vol. 26. P. 501–508.
стаття з продовжуваного видання	Гетьман А. П., Лозо В. І. Державно-правові проблеми подолання екологічної кризи в епоху глобалізації. Проблеми законності. Харків, 2013. Вип. 123. С. 65–77. Данильян О. Г., Петришин О. В. Проблема взаємовпливу правового виховання державотворчого процесу: українські реалії. Вісник Національної академії правових наук України. Харків, 2010. No 2. С. 28–39. Семенюк О. Г. Заходи безпеки в системі охорони державної таємниці. Держава і право. Юридичні науки. Київ, 2016. Вип. 72. С. 152–166.
стаття з періодичного видання (журнал, газета)	Кулак Н. В. Актуальні питання правового статусу добровольчих формувань в Україні. Часопис Київського університету права. 2016. No 4. С. 84–88. Петришин О., Серьогіна С. Змішана республіканська форма державного правління: питання теорії та практики. Право України. 2009. No 10. С. 57–60. Benjamin A. C. The ethics of scholarship: A discussion of problems that arise in its application. Journal of Higher Education. 1960. Vol. 31, No. 9. P. 471–480. Середя М. Мирні зібрання: практика адмін. судів 2015 р. Юридичний вісник України. 2016. 12–18 лют. (No 6). С. 5. Тацій В. Я., Гютюгін В. І., Пономаренко Ю. А. Виклики сучасності і кримінальне право. Голос України. 2016. 29 січ. (No 16). С. 6–7. Itzkoff D. A touch for funny bones and earlobes. New York Times. 2010. March 31. P. C1.
рецензії	Биков О. Нагальність оптимального міжнародно-правового врегулювання глобальних біоетичних проблем сучасності. Віче. 2016. No 1/2. С. 20–21. Рец. на кн.: Третякова В. Г. Міжнародно-правове регулювання глобальних біоетичних проблем: монографія. Київ: Кондор, 2013. 407 с. Драч О. О. [Рецензія]. Український історичний журнал, 2016. No 1. С. 217–219. Рец. на кн.: Темченко А. І. Традиційні мантичні практики: архаїка знакової системи. Черкаси: Інтраліга TOP, 2015. 112 с. Csikos R., Garcia E., Worley R. Book Reviews. Journal of Criminal Justice Education. 2010. Vol. 21, No. 1. P. 93–99. Review of the book: Beck E., Britto S., Andrews A. In the shadow of death: Restorative justice and death row families. Oxford, NY: Oxford University Press, 2007. 336 p.
ЕЛЕКТРОННІ РЕСУРСИ	
Аналіз стану здійснення судочинства в 2015 році (за даними судової статистики). URL: http://www.scourt.gov.ua/clients/vsu/vsu.nsf/(documents)/D7F9F72E78DA88ECC2257F730036F282 (дата звернення: 17.03.2017).	
Гетьман С. А. Підзаконні нормативно-правові акти органів виконавчої влади України та іноземних держав: порівняльна характеристика. Теорія і практика правознавства: електрон. наук. фахове вид. 2016. Вип. 1 (9). URL: http://tlaw.nlu.edu.ua/article/view/66302 (дата звернення: 17.06.2016).	
Оболенцев В. Ф. Базові засади системного аналізу злочинності та віктимізації в Україні: монографія. Харків; Костянтинівка, Сектор "С" АТО: Юрайт, 2016. 116 с. URL: http://dspace.nulau.edu.ua/bitstream/123456789/12015/1/Obolencev_2016_mon.pdf (дата звернення: 17.03.2017).	
Colletta L. Political satire and postmodern irony in the age of Stephen Colbert and Jon Stewart. Journal of Popular Culture. 2009. Vol. 42, No. 5. P. 856–874. DOI: 10.1111/j.1540-5931.2009.00711.x.	
Feminism. Encyclopædia Britannica online. URL: http://www.britannica.com/EBchecked/topic/724633/feminism .	
Trammell A. Magic: The gathering in material and virtual space: An ethnographic approach toward understanding players who dislike online play. Meaningful Play 2010: October 21–23, 2010, East Lansing, MI. URL: http://meaningfulplay.msu.edu/proceedings2010/mp2010_paper_42.pdf (Last accessed: 17.03.2017).	
Карнаух Б. П. Тлумачення договору: короткий нарис знад національної і транснаціональної точок зору. Проблеми законності. 2016. Вип. 135. С. 39–51. DOI: http://dx.doi.org/10.21564/2414-990x.135.83852	
ЗАКОНОДАВЧІ ТА НОРМАТИВНІ ДОКУМЕНТИ	
Конституція України: станом на 1 верес. 2016 р.: відповідає офіц. тексту. Харків: Право, 2016. 82 с.	
Конституційний Суд України: рішення, висновки / відп. ред. А. С. Головін; уклад.: К. О. Пігнаста, О. І. Кравченко. Київ: Логос, 2011. Кн. 10. 431 с.	
Правова основа діяльності органів державної влади: зб. нормат. актів / упоряд. П. М. Любченко. Харків: ФІНН, 2010. 303 с.	
Національна доктрина розвитку освіти: затв. Указом Президента України від 17.04.2002 р. No 347. Освіта. 2002. 24 квіт. (No 14). С. 2–4.	
Про правовий режим воєнного стану: Закон України від 12.05.2015 р. No 389- VIII. Голос України. 2015. 10 черв. (No 101). С. 4.	
Інструкція про призначення та проведення судових експертиз та експертних досліджень: затв. наказом М-ва юстиції України від 08.10.1998 р. No 53/5 (у ред. наказу від 26.12.2012 р. No 1950/5). Офіційний вісник України. 2013. No 3. Ст. 91.	

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
 Факультет історії та міжнародних відносин
 Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту

Здано на кафедрі

«__» _____ 202_ р.

Реєстр. № __ «До захисту»

Зав. кафедри

к.е.н., доц. Дюгованець О.М.

КУРСОВА РОБОТА

з дисципліни
«МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ»

на тему:

**«МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ДЛЯ ПОБУДОВИ
 УСПІШНОГО БРЕНДУ»**

Студентки 4-го курсу
 денної форми навчання
 спеціальності 075 «Маркетинг»,
 освітня програма «Маркетинг»
Іванової Анни Віталіївни

Керівник:
 к.е.н, доц, доц. Петрова О.М.

Національна шкала _____
 Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Члени комісії:

 (підпис) (прізвище та ініціали)

 (підпис) (прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. (НАЗВА)	7
1.1. (Назва)	9
1.2. (Назва)	12
1.3. (Назва)	15
РОЗДІЛ 2. (НАЗВА)	18
2.1. (Назва)	19
2.2. (Назва)	22
2.3. (Назва)	25
ВИСНОВКИ	28
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	32
ДОДАТКИ	35

Додаток Д

**ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**
Факультет історії та міжнародних відносин
Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту

Завідувачу кафедри бізнес-адміністрування,
маркетингу та менеджменту

(прізвище, ім'я, по батькові)

Студента/ки ___ курсу
спеціальності 075 «Маркетинг»

(прізвище, ім'я, по батькові)

ЗАЯВА

Прошу затвердити для виконання наступну тему курсової роботи:

« _____ ».

« ___ » _____ 20__ р.
(дата)

_____ (підпис студента)

Розглянута на засіданні кафедри (протокол №__ від «___» _____ 20__ р.) та затверджена тема курсової роботи: « _____ ».

Призначено наукового керівника: _____

Зав. кафедрою бізнес-адміністрування,
маркетингу та менеджменту

_____ (підпис)

Олеся ДЮГОВАНЕЦЬ