

**Міністерство освіти і науки України  
Українська академія друкарства  
Кафедра підприємництва та маркетингу**

# **МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

## **МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ**

до виконання курсової роботи з дисципліни

*для студентів спеціальностей*

*075 «Маркетинг»*

*та 076 «Підприємництво, торгівля*

*та біржова діяльність»*

## УДК 339.138

Босак І. П. Маркетингові дослідження у підприємницькій діяльності: методичні рекомендації до виконання курсової роботи для студентів спеціальностей 075 «Маркетинг» та 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». — Львів: Укр. акад. друкарства, 2019. — 32 с.

*Затверджено на засіданні кафедри підприємництва та маркетингу Української академії друкарства  
(протокол № 2 від 20.09.2018 р.)*

### **Укладач:**

канд. техн. наук, доц. Босак І. П.

### **Відповідальний за випуск :**

д-р екон. наук, проф. Палига Є. М.

### **Рецензенти:**

Гірняк О. М., канд. екон. наук, доц.

Гомольська В. В., канд. екон. наук, доц.

Методичні рекомендації містять загальні вимоги та структуру курсової роботи, методичні вказівки щодо виконання її основних розділів і оформлення, організацію процесу підготовки та порядок захисту.

Методичні рекомендації розроблено для надання студентам практичної та методичної допомоги при виконанні курсової роботи; формування практичних умінь та навичок збору, опрацювання й аналізу маркетингової інформації, проведення маркетингових досліджень.

© Босак І. П., 2019

© УАД, 2019

## ЗМІСТ

Вступ .....	4
1. Мета та завдання курсової роботи .....	5
2. Загальні вимоги до курсової роботи .....	5
3. Структура і зміст курсової роботи .....	6
4. Оформлення курсової роботи .....	10
5. Критерії оцінювання курсової роботи .....	12
6. Тематика курсових робіт .....	15
Додаток А. Зразок титульного листа .....	19
Додаток Б. Зразок завдання на курсову роботу .....	20
Додаток В. Приклади оформлення списку використаних джерел. ....	21

## ВСТУП

Виконання курсової роботи як важливого виду індивідуальної роботи студентів передбачає поглиблення і закріплення знань курсу «Маркетингові дослідження у підприємницькій діяльності», а також здатність розвитку навичок самостійних досліджень; формує фахівця як науковця-дослідника у сфері організаційного управління, маркетингу та підприємництва. Курсова робота передбачена навчальним планом для бакалаврського рівня підготовки спеціальностей 075 «Маркетинг» та 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

Виконання курсової роботи дозволяє визначити рівень засвоєння студентами теоретичного матеріалу та вміння його обґрунтовувати, аналізувати і застосувати у практичній діяльності.

Розроблені методичні рекомендації призначені для надання допомоги студентам денної та заочної форм навчання у підготовці, виконанні, оформленні курсової роботи.

## **1. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ**

*Метою написання курсової роботи є засвоєння знань теорії і практики проведення маркетингових досліджень різних організаційно-правових форм, поглиблення, закріплення і узагальнення теоретичних та практичних знань студентів, оволодіння навиками самостійної роботи з навчальною та науковою літературою, засвоєння сучасних способів аналітичної та науково-дослідної роботи.*

*Завдання курсової роботи:*

– глибоке засвоєння теорії з маркетингових досліджень, на основі якої виконується курсова робота та висвітлення проблемних питань і способів їх вирішення;

– набуття досвіду та формування навиків теоретичного обґрунтування важливих науково обґрунтованих рішень з метою отримання оптимального результату;

– уміння опрацьовувати літературні джерела та нормативно-правові акти;

– прищеплення навиків проведення наукового дослідження;

– набуття уміння логічного і послідовного викладу матеріалу.

Курсова робота повинна відповідати завданням дисципліни, всебічно та ґрунтовно розкривати суть і зміст вибраної теми, мати відповідний науковий рівень.

## **2. ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО КУРСОВОЇ РОБОТИ**

Курсова робота – це самостійне дослідження обраної теми науково-дослідницького та творчого характеру, яка дає можливість оцінити якість знань студента, його вміння застосовувати їх на практиці. Виконуючи курсову роботу, студент має навчитися користуватися потрібною літературою, самостійно її аналізувати та робити висновки. Матеріал курсової роботи має бути викладений відповідно до вимог, твердження повинні бути чітко сформульовані, узагальнення - достатньо

обґрунтовані. Курсову роботу студент повинен виконувати на основі ретельного вивчення й узагальнення прогресивного досвіду маркетингових досліджень, висвітленого в літературних джерелах, аналізу міжнародної практики організації та методики проведення маркетингових досліджень, обов'язкового використання статистичного матеріалу, правового забезпечення тощо.

Результати дослідження мають бути викладені у вигляді ґрунтовних висновків та пропозицій. Обсяг курсової роботи – 30-50 аркушів стандартизованої форми (включаючи таблиці, схеми, діаграми, графіки тощо). У тексті не дозволяється робити правки, закреслення, вставки, а також скорочувати слова та використовувати абрєвіатуру (крім загально прийнятої). Основною вимогою, яку ставлять перед студентами, які працюють над курсовою роботою, є самостійний і творчий підхід щодо виконання.

### **3. СТРУКТУРА І ЗМІСТ КУРСОВОЇ РОБОТИ**

Студент повинен розробити й викласти в письмовій формі план курсової роботи та погодити її з науковим керівником. План курсової роботи залежить від теми дослідження, кожна з яких має власні рівні дослідження, особливості вивчення, свою проблематику і формується студентом після осмислення вибраної теми та наявної інформації.

Матеріал курсової роботи може бути вичерпним, а зміст правильно розкритим, якщо студент попередньо вивчив наукові праці українських та зарубіжних учених з досліджуваної проблеми, ознайомлений з чинним законодавством, зібрав та проаналізував статистичні дані, опубліковані в статистичних довідниках та в мережі Internet тощо.

У процесі виконання курсової роботи студент повинен проявити вміння аналізувати первинну і вторинну маркетингову інформацію, здатність проводити власні маркетингові дослідження, здійснювати аналіз та прогноз маркетингової

ситуації, обґрунтовувати стратегію підприємства в межах теми дослідження.

План теми слід розробляти після ознайомлення з літературними джерелами, які висвітлюють ті чи інші питання і проблеми теми дослідження. Це дасть змогу студенту детальніше уявити собі структуру роботи, послідовно викласти її зміст, повніше висвітлити коло питань, які мають бути вирішені. Зміст плану курсової роботи, співвідношення її розділів визначаються обраною темою. Зміст курсової роботи повинен відповідати обраній темі, плану роботи, сучасному науковому рівню розроблення досліджуваної проблеми, поставленим завданням.

Курсова робота повинна передбачати:

- практичну спрямованість,
- логічну послідовність викладу матеріалу;
- переконливість аргументації;
- стислість і точність формулювань;
- конкретність викладу результатів роботи;
- наукову обґрунтованість висновків, рекомендацій та пропозицій, їх відповідність проблематиці роботи.

Основні структурні елементи курсової роботи :

- титульний аркуш;
- завдання на курсову роботу;
- зміст;
- вступ;
- основна частина (3 розділи, передбачені завданням);
- висновки;
- список використаних джерел;
- додатки (за необхідності).

**Титульний аркуш** є першою сторінкою курсової роботи (не нумерується). Зразок титульного аркушу наведений у Додатку А.

**Завдання на курсову роботу** оформляється на стандартному бланку, видається керівником, підписується ним та студентом (Додаток Б).

**Зміст** подають на початку курсової роботи. Він містить найменування та номери початкових сторінок усіх розділів та пунктів зокрема вступу, загальних висновків, списку використаної літератури, додатків(за потреби).

**Вступ** (2–3 сторінки) – обґрунтування суті і актуальності теми, постановка мети та визначення кола завдань, структури та обсягу курсової роботи, джерела інформації.

**Основна частина** (складається з 3 розділів) – виклад теоретичних та методологічних питань, нормативно-законодавчі положення що стосуються теми курсової роботи, огляд літературних джерел, розкривається суть та значення досліджуваної проблеми, практична значимість.

*У першому розділі основної частини* курсової роботи розкривається суть досліджуваної проблематики (об'єкта дослідження), характер прояву в сучасних умовах, узагальнюються різні підходи щодо трактування основних понять та категорій. Слід показати і обґрунтувати власну позицію проблемних питань та можливі напрямки їх вирішення. Необхідно зробити узагальнення різних підходів трактування авторів щодо проблеми наукового дослідження, які цитуються в літературних джерелах і висловити свою думку та власну позицію стосовно повноти та особливостей висвітлення. Перший розділ варто ілюструвати різними діаграмами, графіками, таблицями, схемами, рисунками.

*У другому розділі основної частини* потрібно провести аналітично-дослідницьку роботу, охарактеризувати та оцінити сучасний стан та тенденції розвитку об'єкта дослідження, використовуючи наукову інформацію, дані офіційних сайтів, конкретні приклади з практичної діяльності підприємств. Необхідним є використання та посилання на нормативно-правову базу щодо досліджуваних питань.

Студент може навести методи розв'язання поставленого завдання та здійснити їх порівняльний аналіз.

Базуючись на теоретичному, практичному та інструктивному матеріалі розробити загальну методику проведення маркетингових досліджень.



Розкрити найбільш специфічні особливості організації та здійснення маркетингових досліджень відповідно до обраної тематики. Виокремити, оцінити і описати основні елементи ефективного процесу проведення маркетингових досліджень.

Цифровий матеріал потрібно подавати у вигляді таблиць, діаграм, графіків, що є логічним продовженням викладених теоретичних аспектів та положень. Графічний матеріал повинен супроводжуватися висновками і посиланнями на джерело інформації.

*У третьому розділі основної частини* на основі теоретичних, аналітичних досліджень та виявлення відповідних проблемних аспектів потрібно показати напрями удосконалення і способи їх вирішення, а також подальші перспективи та тенденції. Рекомендації можуть бути розроблені студентом самостійно, так і через пропозиції на основі літературних джерел.

Студент на власний вибір може опрацювати теоретичні і практичні аспекти проведення маркетингових досліджень. Аргументовано і логічно викласти результати і зміст власних досліджень.

**Висновки** (3–4 сторінки) – виклад основних результатів дослідження та основних заходів щодо ефективного вирішення питань, які розглядалися у роботі. Висновки повинні бути сформульовані чітко та відображати результати дослідження.

**Список використаних джерел** – перелік літературних джерел, що використовувались при написанні курсової роботи (підручники, навчальні посібники, наукові статті, нормативно-правова база тощо) і мають складати не менше 25 назв, з яких 8–10 джерел – статті періодичних видань за останні 5 років.

**Додатки** – допоміжний матеріал, потрібний для забезпечення повноти сприйняття дослідження.

## 4. ОФОРМЛЕННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Курсова робота має бути літературно та технічно грамотно виконана і оформлятися відповідно до Державного стандарту. Курсову роботу друкують за допомогою комп'ютера на одній стороні аркуша білого паперу формату А4 (21 x 29,7 см) з використанням шрифтів текстового редактора Word розміру 14 з полуторним міжрядковим інтервалом. Текст курсової роботи необхідно друкувати, залишаючи поля таких розмірів: лівий – 3 см, правий – 1,5 см, верхній – 2 см, нижній – 2 см. Шрифт друку повинен бути чітким, щільність тексту повинна бути однаковою.

Структурні елементи «ЗМІСТ», «ВСТУП», «ОСНОВНА ЧАСТИНА», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ» пишуть великими літерами симетрично до тексту. Заголовки підрозділів основної частини – маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу. Крапку в кінці заголовку не ставлять. Якщо заголовок складається з двох або більше речень, їх розділяють крапкою. Відстань між заголовками та текстом повинна дорівнювати 1-2 рядкам. Кожний структурний елемент курсової роботи починають з нової сторінки. Нумерацію сторінок, розділів, підрозділів, рисунків, таблиць, формул подають арабськими цифрами без знака №.

Першою сторінкою курсової роботи є титульний аркуш, який включають до загальної нумерації сторінок, не проставляючи його номера. Сторінки нумерують у правому верхньому куті без крапки в кінці. Підрозділи нумерують у межах основної частини. Ілюстрації (схеми, діаграми, графіки) і таблиці повинні мати назви, їх необхідно подавати в курсовій роботі безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше, або на наступній сторінці. Ілюстрації позначають словом «Рис.» і нумерують послідовно, за винятком ілюстрацій, поданих у додатках. Номер ілюстрації, її назва і пояснювальні підписи розміщують послідовно під ілюстрацією.

Таблиці нумерують послідовно (за винятком таблиць, поданих у додатках). У правому верхньому куті над відповідним заголовком таблиці розміщують напис «Таблиця» із зазначенням її номера. 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, наприклад: «продовження табл. 2». Назву таблиці треба писати симетрично до тексту.

Формули в курсовій роботі (якщо їх більше однієї) нумерують у межах розділу. Нумери пишуть біля правого поля аркуша в одному рядку з відповідною формулою в круглих дужках, наприклад: (3). Примітки до тексту і таблиць, в яких вказують довідкові і пояснювальні дані, нумерують послідовно в межах однієї сторінки.

Список використаних джерел наводять у такій послідовності: закони, нормативно-правові акти, а потім літературні джерела подають в алфавітному порядку за прізвищами авторів; ініціали подають після прізвища автора. Авторів з однаковими прізвищами подають в алфавітному порядку їхніх ініціалів. Наукові праці одного автора записують за алфавітом перших літер назв праць.

Додатки оформлюють як продовження роботи на наступних її сторінках, розміщуючи їх у порядку появи посилань у тексті курсової роботи. Це можуть бути рисунки допоміжного характеру, статистичний матеріал, таблиці з допоміжними цифровими даними. Кожний такий додаток повинен починатися з нової сторінки. Додаток повинен мати заголовок, надрукований угорі малими літерами з першої великої симетрично до тексту сторінки. Над заголовком малими літерами з першої великої друкується слово «Додаток» і велика 18 літера, що позначає додаток.

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

Курсова робота повинна бути зброшурована.

## 5. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Виконана курсова робота у встановлений термін подається на кафедру та після реєстрації передається науковому керівнику для перевірки.. Процедура захисту передбачає стислий (до 5 хвилин) виклад студентом основних результатів проведеного дослідження та пропозиції.

При аналізі та оцінюванні як самої курсової роботи, так і рівня презентації її результатів увага звертається в першу чергу на:

- відповідність змісту курсової роботи темі та затвердженому плану;
- уміння студента визначати найсуттєвіші проблемні питання, що потребують концептуального вирішення;
- відповідність логічної побудови роботи поставленим цілям і завданням;
- різноманітність опрацьованих інформаційних джерел;
- наявність нестандартних елементів аналізу та діагностики;
- різноманітність використаних способів порівняння інформації;
- здатність студента до систематизації вихідної інформації;
- глибину опрацювання проблеми;
- аргументованість, переконливість обґрунтування запропонованих рішень;
- уміння студента стисло, послідовно та чітко викласти сутність і результати дослідження;
- наявність посилань на джерела, з яких запозичено будь-яку інформацію;
- ступінь самостійності у проведенні дослідження;
- логічність, конкретність і переконливість доповіді;
- повноту відповідей на запитання;
- здатність аргументовано захищати свої пропозиції, думки, погляди.

### ***Розподіл балів за виконання курсової роботи:***

Курсова робота максимально оцінюється у 100 балів.

1. Виконання курсової роботи (60 балів):

- опрацювання літературних джерел, висвітлення та узагальнення суті щодо досліджуваної проблематики – 20 балів;
- виявлення та обґрунтування проблемних питань дослідження – 20 балів;
- обґрунтування пропозицій та узагальнення результатів – 20 балів.

2. Захист курсової роботи – 40 балів.

*Таблиця 1*

### **Шкала оцінювання курсової роботи**

<b><i>Бали за виконану роботу</i></b>	<b><i>Оцінка за шкалою ECTS</i></b>	<b><i>Визначення</i></b>	<b><i>Оцінка за національною шкалою</i></b>
<b><i>1</i></b>	<b><i>2</i></b>	<b><i>3</i></b>	<b><i>4</i></b>
90-100	A	<b>Відмінно</b> – відмінне виконання та захист роботи з незначною кількістю недотриманих вимог, або з незначною кількістю несуттєвих помилок при відповідях на запитання	відмінно
82-89	B	<b>Добре</b> – роботу виконано і представлено вище середніх стандартів, але не дотримано деяких встановлених вимог, або з деякими неточностями у відповідях на запитання	добре

74-81	С	<b>Добре</b> - в цілому змістовна та правильна відповідь, непогане розкриття теми на захисті, але є порушення встановлених вимог та/ або студент не зміг відповісти на певну кількість запитань на захисті	добре
64-73	Д	<b>Задовільно</b> – роботу виконано і представлено на захисті непогано, але в роботі наявна велика кількість недоліків та студент не зміг відповісти на значну кількість запитань	задовільно
60-63	Е	<b>Задовільно</b> – виконання, представлення роботи на захисті, відповіді на запитання відповідають мінімальним критеріям	
35-59	FX	<b>Незадовільно</b> – необхідно допрацювати роботу та/або краще підготуватися до захисту роботи	незадовільно
0-34	F	<b>Незадовільно</b> – роботу необхідно повністю переробити	

## 6. ТЕМАТИКА КУРСОВИХ РОБІТ

1. Удосконалення інформаційної системи маркетингових досліджень.
2. Управління маркетинговою діяльністю підприємства.
3. Планування і оцінка ефективності рекламної діяльності підприємства.
4. Оцінка конкурентоспроможності підприємства.
5. Контроль маркетингової діяльності підприємства.
6. Розробка і оцінка ефективності маркетингової стратегії підприємства.
7. Маркетингові дослідження в Україні: стан і перспективи розвитку.
8. Організація дослідження поведінки споживачів.
9. Організація маркетингових досліджень ринкового середовища.
10. Управління інноваціями в маркетинговій діяльності.
11. Організація стратегічного маркетингового планування.
12. Організація комунікацій служби маркетингу з іншими підрозділами підприємства.
13. Планування і оцінка ефективності рекламних інструментів в мережі Internet.
14. Методи польових досліджень в маркетинговій діяльності підприємства (на прикладі окремого товару).
15. Основні підходи до розробки брендів підприємства.
16. Сучасні підходи до управління якістю на підприємстві.
17. Маркетингове дослідження споживчих переваг при виборі товарів на прикладі конкретного товару.
18. Маркетингове дослідження споживчих переваг при виборі послуг на прикладі конкретних послуг.
19. Маркетингове дослідження місткості ринку продовольчих товарів на прикладі конкретного товару.
20. Маркетингове дослідження місткості ринку непродовольчих товарів на прикладі конкретного товару.

21. Маркетингове дослідження місткості ринку товарів довгострокового користування на прикладі конкретного товару.
22. Маркетингове дослідження місткості ринку товарів короткострокового користування на прикладі конкретного товару.
23. Маркетингове дослідження асортименту роздрібного підприємства.
24. Маркетингове дослідження асортименту оптового підприємства.
25. Маркетингове дослідження фінансового ринку в Україні на прикладі конкретних послуг.
26. Маркетингове дослідження ринку сфери послуг в Україні на прикладі конкретних послуг.
27. Маркетингове дослідження потенціалу конкурентоспроможності підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
28. Маркетингове дослідження сильних та слабких сторін підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
29. Маркетингове дослідження перспектив кар'єрного зростання по конкретних професіях та видах економічної діяльності.
30. Маркетингове дослідження консалтингових послуг в містах України та України загалом.
31. Маркетингове дослідження ринку соціальної реклами в конкретному регіоні або України в цілому.
32. Маркетингове дослідження сегментації споживачів конкретного ринку.
33. Удосконалення інформаційної бази маркетингових досліджень на прикладі ринку конкретного товару.
34. Маркетингове дослідження конкретного товару з використанням глобальних інформаційних мереж.
35. Дослідження маркетингової діяльності підприємства – основний показник успіху на ринку.
36. Розробка програми маркетингових досліджень.



37. Використання маркетингової інформації в діяльності підприємства.
38. Первинна маркетингова інформація та методи її збирання в ході маркетингових досліджень.
39. Опитування як метод збору первинної інформації на споживчому ринку.
40. Анкетне опитування як метод вивчення і дослідження запитів та поведінки покупців на споживчому ринку.
41. Дослідження внутрішнього підприємницького середовища.
42. Сегментація ринку – першочерговий етап маркетингового дослідження.
43. Маркетингові дослідження рекламної діяльності підприємства.
44. Маркетингове середовище та його дослідження.
45. Історія і практика організації маркетингових досліджень за кордоном і в Україні.
46. Маркетингової дослідження – ключовий інструмент інноваційного менеджменту.
47. Використання кількісних та якісних методів дослідження в системі маркетингового планування.
48. Методи експертних оцінок в маркетингових дослідженнях.
49. Методи опитування в системі маркетингових досліджень та практичні аспекти використання.
50. Анкетне опитування як метод вивчення і дослідження запитів та поведінки покупців на споживчому ринку.
51. Спостереження – як метод маркетингових досліджень. Методика його організації.
52. Маркетингові дослідження персоналу підприємства.
53. Методологія маркетингових досліджень брендів.
54. Маркетингові дослідження основних конкурентів підприємства виробничого призначення.
55. Маркетингові дослідження конкурентів торговельного підприємства.
56. Дослідження попиту і прогнозування збуту.

57. Визначення напрямів маркетингових досліджень підприємства та оцінка їх ефективності.
58. Маркетингове дослідження для визначення ємності ринку і ринкової частки підприємства.
59. Основні принципи та напрямки маркетингових досліджень підприємства.
60. Організація маркетингових досліджень на підприємстві.

**Міністерство освіти і науки України**  
**Українська академія друкарства**  
**Кафедра підприємництва та маркетингу**

**КУРСОВА РОБОТА**  
**з дисципліни «Маркетингові дослідження**  
**у підприємницькій діяльності»**

на тему \_\_\_\_\_

---

Виконав (ла) \_\_\_\_\_

Студент (ка ) \_\_\_\_\_ курсу \_\_\_\_\_ групи

Керівник \_\_\_\_\_

Львів – 201\_\_р

**УКРАЇНЬСЬКА АКАДЕМІЯ ДРУКАРСТВА**

Кафедра \_\_\_\_\_

Дисципліна \_\_\_\_\_

Спеціальність \_\_\_\_\_

Курс \_\_\_\_\_ Група \_\_\_\_\_ Семестр \_\_\_\_\_

**ЗАВДАННЯ  
НА КУРСОВУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

---

(Прізвище, ім'я, по-батькові )

1. Тема роботи \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2. Термін подачі студентом закінченої роботи \_\_\_\_\_

3. Вихідні дані до роботи \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які необхідно опрацювати) \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5. Перелік графічного матеріалу(з точним зазначенням обов'язкових креслень) \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

6. Дата видачі завдання \_\_\_\_\_

## Приклади оформлення списку використаних джерел

Хар-ка джерела	Приклад оформлення
Книги: Один автор	1. Василій Великий. Гомілії / пер. з давньогрец. Л. Звонської. Львів : Свічадо, 2006. 307 с. (Серія: Джерела християнського Сходу). 2. Шкляр В. Елементал. Львів : Кальварія, 2005. 196 с.
Два автори	1. Матяш І., Мушка Б. Ю. Діяльність Надзвичайної дипломатичної місії УНР в Угорщині : історія, спогади, арх. док. Київ : Києво-Могилянська академія, 2005. 397 с. 2. Ромовська З. В., Черняк Ю. В. Сімейне законодавство України. Київ : Прецедент, 2006. 93 с.
Три автори	3. Суберляк О. В., Баштанник П. І. Технологія переробки полімерних та композиційних матеріалів : підруч. Львів : Растр-7, 2007. 375 с. 1. Акофф Р. Л., Магидсон Д., Эддисон Г. Д. Идеализированное проектирование: как предотвратить завтрашний кризис сегодня. Создание будущего организации / пер. с англ. Ф. П. Тарасенко. Днепропетровск : Бизнес Букс, 2007. 265 с.
Чотири автори	1. Методика нормування ресурсів для виробництва продукції рослинництва / Вітвіцький В. В., Кисляченко М. Ф., Лобастов І. В., Нечипорук А. А. Київ : НДІ «Украгропром-продуктивність», 2006. 106 с. 2. Механізація переробної галузі агропромислового комплексу : підруч. для учнів проф.-техн. навч. закл. / Гвоздев О. В., Ялпачик Ф. Ю., Рогач Ю. П., Сердюк М. М. Київ : Вища освіта, 2006. 478 с.

П'ять і більше  
авторів

1. Психология менеджмента / Власов П. К., Липницкий А. В., Луцихина И. М. и др.; под ред. Г. С. Никифорова. 3-е изд. Харьков : Гуманитар. центр, 2007. 510 с.

2. Формування здорового способу життя молоді : навч.-метод. посіб. для працівників соц. служб для сім'ї, дітей та молоді / Бондар Т. В., Карпенко О. Г., Дикова-Фаворська Д. М. та ін. Київ : Укр. ін-т соц. дослідж., 2005. 115 с. (Серія: Формування здорового способу життя молоді: у 14 кн., кн. 13).

Без автора

1. Історія Свято-Михайлівського Золотоверхого монастиря. Київ : Грані-Т, 2007. 119 с. (Серія: Грані світу).

2. Воскресіння мертвих : українська барокова драма : антологія / упоряд. В. О. Шевчук. Київ : Грамота, 2007. 638 с.

3. Тіло чи особистість? Жіноча тілесність у вибраній малій українській прозі та графіці кінця ХІХ – початку ХХ століття : антологія / упоряд.: Л. Таран, О. Лагутенко. Київ : Грані-Т, 2007. 190 с.

4. Проблеми типологічної та квантитативної лексикології : зб. наук. праць / наук. ред. В. Каліущенко та ін. Чернівці : Рута, 2007. 310 с.

Багатотомний  
документ

1. Історія Національної академії наук України, 1941–1945: у 2 ч. / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Ін-т укр. археографії та джерелознавства ім. М. С. Грушевського; упоряд.: Л. М. Яременко та ін.; редкол.: О. С. Онищенко (відп. ред.) та ін. Київ : НБУВ, 2007. Ч. 1: Документи і матеріали. 808 с. Ч. 2: Додатки. 576 с.

2. Межгосударственные стандарты : каталог в 6 т. / сост. И. В. Ковалева, Е. Ю. Рубцева; ред. В. Л. Иванов. Львов : НТЦ «Леонорм-Стандарт», 2005. (Серия: Нормативная база предприятия). Т. 1. 2005. 277 с.

3. Кучерявенко Н. П. Курс налогового права : Особенная часть : в 6 т. Харьков : Право, 2002. Т. 4: Косвенные налоги. 2007. 534 с.

4. Бондаренко В. Г., Канівська І. Ю., Парамонова С. М. Теорія ймовірностей і математична статистика. Ч. 1. Київ : НТУУ «КПІ», 2006. 125 с.

Матеріали  
конференцій,  
з'їздів

1. Економіка, менеджмент, освіта в системі реформування агропромислового комплексу. *Молодь України і аграрна реформа*: матеріали Всеукр. конф. молодих учених-аграрників (Харків, 11–13 жовт. 2000 р.). Харків : Харк. держ. аграр. ун-т ім. В. В. Докучаєва, 2000. 167 с.

2. 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 XXII Харків. політолог. читань (Харків, 21 трав. 2009 р.). Харків, 2009. С. 47–49.

3. 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.

4. Матеріали ІХ з'їзду Асоціації українських банків: інформ. бюл. (30 червня 2000 р.). Київ : Асоц. укр. банків, 2000. 117 с.
- Депоновані наукові праці
1. Социологическое исследование малых групп населения / В. И. Иванов и др.; М-во образования Рос. Федерации, Финансовая академия. Москва, 2002. 110 с. Деп. в ВИНТИ 13.06.02, № 145432.
2. Разумовский В. А., Андреев Д. А. Управление маркетинговыми исследованиями в регионе. Москва, 2002. 210 с. Деп. в ИНИОН Рос. акад. наук 15.02.02, № 139876.
- Словники
1. Географія : словник-довідник / авт.-уклад. В. Л. Ципін. Харків : Халімон, 2006. 175 с.
2. Тимошенко З. І., Тимошенко О. І. Болонський процес в дії : словник-довідник основ. термінів і понять з орг. навч. процесу у вищ. навч. закл. Київ : Європейський університет, 2007. 57 с.
3. Українсько-німецький тематичний словник / уклад. Н. Яцко та ін. Київ : Карпенко, 2007. 219 с.
4. Європейський Союз : словник-довідник / ред.-упоряд. М. Марченко. 2-ге вид., оновл. Київ : К.І.С., 2006. 138 с.
- Атласи
1. Україна : екол.-геогр. атлас : присвяч. всесвіт. дню науки в ім'я миру та розвитку згідно з рішенням 31 сесії ген. конф. ЮНЕСКО / наук. редкол.: С. С. Куруленко та ін.; Рада з вивч. продукт. сил України НАН України та ін. Київ : Варта, 2006. 217 с.
2. Анатомія пам'яті : атлас схем і рисунків провідних шляхів і структур нервової системи, що беруть участь у процесах пам'яті : посіб. для студ. та лікарів / Дроздов О. Л., Дзяк Л. А., Козлов В. О., Маковецький В. Д. 2-ге вид.,



Законодавчі  
та нормативні  
документи

розшир. та доповн. Дніпропетровськ : Пороги, 2005. 218 с.

3. Куерда Х. Атлас ботаніки. Харків : Ранок, 2005. 96 с.

1. Правова основа діяльності органів державної влади: зб. нормат. актів / упоряд. П. М. Любченко. Харків: ФІНН, 2010. 303 с.

2. Конституційний Суд України: рішення, висновки / відп. ред. А. С. Головін; уклад.: К. О. Пігнаста, О. І. Кравченко. Київ: Логос, 2011. Кн. 10. 431 с.

3. Кримінальний кодекс України: Закон України від 05.04.2001 р. № 2341-III. *Відомості Верховної Ради України*. 2001. № 25–26. Ст. 131.

4. Про порядок класифікації надзвичайних ситуацій: Постанова Кабінету Міністрів України від 15.06.1998 р. № 1099. *Офіційний вісник України*. 1998. № 28. Ст. 1062.

5. Про правовий режим воєнного стану: Закон України від 12.05.2015 р. № 389-VIII. *Голос України*. 2015. 10 черв. (№ 101). С. 4.

6. Національна доктрина розвитку освіти: затв. Указом Президента України від 17.04.2002 р. № 347. *Освіта*. 2002. 24 квіт. (№ 14). С. 2–4.

7. Інструкція про призначення та проведення судових експертиз та експертних досліджень: затв. наказом М-ва юстиції України від 08.10.1998 р. № 53/5 (у ред. наказу від 26.12.2012 р. № 1950/5). *Офіційний вісник України*. 2013. № 3. Ст. 91.

8. Про запобігання корупції: Закон України від 14.10.2014 р. № 1700-VII. Дата оновлення: 12.03.2017. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/>

laws/show/1700-18/page (дата звернення: 17.03.2017).

9. Податковий кодекс України: проект Закону України. URL: [http://minfin.gov/control/uk/publish/category/main?cat\\_id=71375](http://minfin.gov/control/uk/publish/category/main?cat_id=71375).

10. Ухвала апеляційного суду Полтавської області від 27 серпня 2014 р., судова справа № 551/818/14-к. URL: <http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/41131992#> (дата звернення: 17.03.2017).

## Каталоги

1. Пам'ятки історії та мистецтва Львівської області: каталог-довідник / авт.-упоряд. М. Зобків та ін.; Упр. культури Львів. облдержадмін., Львів. іст. музей. Львів: Новий час, 2003. 160 с.

2. Горницкая И. П. Каталог растений для работ по фито дизайну / Донец. ботан. сад НАН Украины. Донецк: Лебедь, 2005. 228 с.

3. 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.

## Бібліографічні показники

1. Куц О. С., Вацеба О. Бібліографічний покажчик та анотації кандидатських дисертацій, захищених у спеціалізованій вченій раді Львівського державного університету фізичної культури у 2006 році. Львів : Укр. технології, 2007. 74 с.

2. Систематизований покажчик матеріалів з кримінального права, опублікованих у Віснику Конституційного Суду України за 1997–2005 роки / уклад. Б. О. Кириць, О. С. Потлать. Львів : Львів. держ. ун-т внутр. справ, 2006. 11 с. (Серія: Бібліографічні довідники).

- Дисертації 1. Петров П. П. Активність молодих зірок сонячної маси : дис. ... д-ра фіз.-мат. наук. Київ, 2005. 276 с.
- Автореферати дисертацій 1. Новосад І. Я. Технологічне забезпечення виготовлення секцій робочих органів гнучких гвинтових конвеєрів : автореф. дис. ... канд. техн. наук. Тернопіль, 2007. 20 с.  
2. Нгуен Ші Данг. Моделювання і прогнозування макроекономічних показників в системі підтримки прийняття рішень управління державними фінансами : автореф. дис. ... канд. техн. наук. Київ, 2007. 20 с.
- Авторські свідоцтва 1. А. с. 1007970, МКИ<sup>3</sup> В 25 І 15/00. Устройство для захвата неориентированных деталей типа валов / Ваулин В. С., Кемайкин В. Г. № 3360585/25-08; заявл. 23.11.81; опубл. 30.03.83, Бюл. № 12.
- Патенти 1. Приемопередающее устройство: пат. 2187888 Российская Федерация: МПК<sup>7</sup> Н 04 В 1/38, Н 04 J 13/00; заявл. 18.12.00; опубл. 20.08.02, Бюл. № 23 (II ч.).
- Частина книги, періодичного, продовжуваного видання 1. Козіна Ж. Л. Теоретичні основи і результати практичного застосування системного аналізу в наукових дослідженнях в області спортивних ігор. *Теорія та методика фізичного виховання*. 2007. № 6. С. 15–18, 35–38.  
2. Гранчак Т., Горовий В. Інформаційно-аналітичні структури бібліотек в умовах демократичних перетворень. *Бібліотечний вісник*. 2006. № 6. С. 14–17.  
3. Валькман Ю. Р., Быков В. С., Рыхальский А. Ю. Моделирование НЕ-факторов – основа интеллектуализации компьютерных технологий. *Системні дослідження та інформаційні технології*. 2007. № 1. С. 39–61.

4. Регіональні особливості смертності населення України / Чепелевська Л. А., Моїсеєнко Р. О., Баторшина Г. І. та ін. *Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України*. 2007. № 1. С. 25–29.

5. Валова І. Нові принципи угоди Базель II / пер. з англ. Н. М. Середи. *Банки та банківські системи*. 2007. Т. 2. № 2. С. 13–20.

7. Зеров М. Поетична діяльність Куліша. *Українське письменство XIX ст. Від Куліша до Винниченка: нариси з новітнього укр. письменства : статті*. Дрогобич, 2007. С. 245–291.

8. Чорний Д. Міське самоврядування: тягарі проблем, принади цивілізації. *По лівий бік Дніпра: проблеми модернізації міст України: кінець XIX–початок XX ст.* Харків, 2007. Розд. 3. С. 137–202.

Електронні  
ресурси

1. Оболенцев В. Ф. Базові засади системного аналізу злочинності та віктимізації в Україні : монографія. Харків; м. Костянтинівка, Сектор «С» АТО: Юрайт, 2016. 116 с. URL: [http://dSPACE.nulau.edu.ua/bitstream/123456789/12015/1/Obolencev\\_2016\\_mon.pdf](http://dSPACE.nulau.edu.ua/bitstream/123456789/12015/1/Obolencev_2016_mon.pdf). (дата звернення: 15.02.2017).

2. Бібліотека і доступність інформації у сучасному світі: електронні ресурси в науці, культурі та освіті : підсумки 10-ї Міжнар. конф. «Крим-2003» / Костенко Л. Й., Чекмарьов А. О., Бровкін А. Г., Павлуша І. А. *Бібліотечний вісник*. 2003. № 4. С. 43. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/articles/2003/03klinko.m>.

3. Карнаух Б. П. Тлумачення договору: короткий нарис із наднаціональної і транснаціональної точок зору. *Проблеми законності*. 2016. Вип. 135. С. 39–51. URL:

<http://dx.doi.org/10.21564/2414-990x.135.83852>.

4. Аналіз стану здійснення судочинства в 2015 році (за даними судової статистики). URL: [http://www.scourt.gov.ua/clients/vsu/vsu.nsf/\(documents\)/D7F9F72E78DA88ECC2257F730036F282](http://www.scourt.gov.ua/clients/vsu/vsu.nsf/(documents)/D7F9F72E78DA88ECC2257F730036F282) (дата звернення: 17.03.2017).

5. Franzinetti G. Sociopolitical Engineering. *The Palgrave Handbook of Mass Dictatorship*. Palgrave Macmillan, 2016. Pp. 23–35. URL: <https://www.palgrave.com/us/book/9781137437624> (Last accessed: 17.03.2016).

**ДЛЯ НОТАТОК**

**ДЛЯ НОТАТОК**

*Навчальне видання*

Босак І. П.

**МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ  
У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ**  
до виконання курсової роботи з дисципліни  
для студентів спеціальностей  
075 «Маркетинг»  
та 076 «Підприємництво, торгівля  
та біржова діяльність»

*Видання виходить в авторській редакції*

***Підготовка до друку:*** Сапіга А. І.

Свідоцтво про внесення до державного реєстру  
ДК № 3050 від 11.12.2007 р.

Підписано до друку 09.01.2018 р.  
Формат 60 90/16. Папір офсетний.  
Обсяг 3,0 друк. арк.; 2,8 умовн. друк. арк.; 3,6 обл.—вид. арк.  
Тираж 50. Зам. № \_\_\_\_

Українська академія друкарства,  
79020, м. Львів, вул. Під Голоском, 19

Віддруковано в НВЛІТТ УАД  
79008, м. Львів, вул. Личаківська, 3