

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський національний університет будівництва і архітектури

МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ

Методичні рекомендації
до виконання курсових робіт
для здобувачів вищої освіти
другого (магістерського) рівня
спеціальності 075 «Маркетинг»
денної та заочної форм навчання

Київ 2024

УДК 658.8.167.1

M25

Укладачі: Р. А. Дименко, д-р екон. наук, професор;
С. М. Марченко, канд. екон. наук, доцент;
А. В. Колесник, аспірант

Рецензент Н. П. Ляліна, д-р техн. наук, професор

Відповідальний за випуск П.В. Захарченко, канд. техн. наук,
професор

*Затверджено на засіданні кафедри товарознавства та
комерційної діяльності у будівництві, протокол № 3 від 20 вересня
2023 року.*

В авторській редакції.

Маркетинговий аналіз : методичні рекомендації до виконання
M25 курсових робіт / уклад. : Р. А. Дименко та ін. – Київ : КНУБА, 2024. –
20 с.

Містять вимоги та характеристику основних етапів виконання
курсвої роботи з навчальної дисципліни «Маркетинговий аналіз»,
вимоги до її змісту, перелік орієнтовних тем курсових робіт та зразки
змісту. Наведено критерії оцінювання курсвої роботи.

Призначено для здобувачів вищої світи другого (магістерського)
рівня спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форм навчання
освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр».

Загальні положення

Відповідно до чинних навчальних планів студентами будівельно-технологічного факультету всіх форм навчання, які навчаються за спеціалізацією «Товарознавство і комерційна діяльність» спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр», виконується курсова робота з дисципліни «Маркетинговий аналіз».

Курсова робота є однією з найефективніших форм самостійної роботи студентів. Мета курсової роботи – допомогти студенту закріпити та поглибити теоретичні знання, здобуті у процесі вивчення дисципліни «Маркетинговий аналіз».

Курсова робота як важлива форма навчального процесу покликана навчити майбутнього фахівця самостійно узагальнювати й аналізувати інформаційні джерела (монографії, підручники, навчальні посібники, публікації періодичної преси), статистичні і практичні матеріали, що характеризують фінансові процеси на різних рівнях господарювання.

Курсова робота свідчить, наскільки знання, здобуті студентами в процесі вивчення курсу «Маркетинговий аналіз», є глибокими і фундаментальними; характеризує вміння студентів самостійно дослідити поставлені питання обраної теми.

В курсовій роботі повинні знайти відображення теоретичні і практичні знання студентів з питань електронної комерції як складової електронного бізнесу, її форм і методів, механізмів функціонування, здійснення ділових операцій та угод з використанням електронних засобів. Студент повинен використовувати складний арсенал практичних засад електронної комерції, типів електронних платежів, методів захисту інформації; вмінь оцінювати стан електронної торгівлі з метою створення стратегічних конкурентних переваг для організації.

Студенти самостійно підбирають літературні джерела, іншу інформацію, опрацьовують її, послідовно та логічно розкривають проблеми, тему роботи, обґрунтовують висновки і пропозиції.

Курсова робота має бути виконана за фактичними матеріалами підприємства, незалежно від того, якими підприємствами закуповується чи реалізується цей товар.

Зміст курсової роботи повинен розкривати назву теми.

Складові частин роботи мають бути поєднані між собою. Робота повинна складатися з оглядового, дослідженого матеріалу, висновків та пропозицій, написана літературною мовою, на достатньому науковому рівні, мати аналіз літературних джерел за темою, стандартів, технічних умов, документації, практичного матеріалу підприємства.

У цілому курсова робота розглядається як попередній етап і одна зі складових частин дипломної випускної роботи. Її матеріали можуть бути використані як одна зі складових частин дипломної роботи, а також для виступів на студентській науковій конференції.

Студенти повинні виконати курсові роботи і надати її на перевірку в термін, який передбачено графіком навчального процесу. Робота, яка не розкриває затвердженої теми, а також не відповідає вимогам оформлення, до захисту не допускається і повертається студенту для доопрацювання.

Студенти, які не виконали курсову роботу у встановлений термін або отримали незадовільну оцінку, до наступної екзаменаційної сесії не допускаються.

Процес виконання курсової роботи повинен складатися з:

- вибору теми і об'єкта дослідження, на матеріалах якого буде виконуватися курсова робота;
- затвердження теми курсової роботи;
- формування мети й складання плану курсової роботи та погодження його з науковим керівником;
- підбору, вивчення та аналізу інформаційних джерел;
- збору і узагальнення практичних матеріалів, проведення досліджень, обробки і аналізу матеріалів;
- написання роботи, формування висновків та пропозицій, оформлення висновків та пропозицій, оформлення списку літератури;
- рецензування роботи;
- підготовки і захисту роботи.

ВИБІР ТЕМИ І СКЛАДАННЯ ПЛАНУ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Виконання студентом курсової роботи починається з визначення її теми і об'єкта, на матеріалах якого буде проведено дослідження. Під час вибору теми повинні бути враховані особисті нахили студента, актуальність, елементи новизни, можливість використання практичних

даних підприємства, відповідати сучасному стану і перспективам розвитку підприємств.

Студент повинен ознайомитися з проблемами, розв'язання яких передбачає та чи інша тема курсової роботи, переліком наукової та навчальної літератури з певної проблеми, вивчити відповідний розділ дисципліни «Маркетинговий аналіз», ознайомитися із нормативно-правовими документами.

Студент може вибрати тематичний напрям курсової роботи з нижченаведеного переліку на конкретному об'єкті дослідження або може запропонувати власну тему, обґрунтувавши її доцільність і актуальність.

Тему курсової роботи може запропонувати студенту його науковий керівник, який у цей час працює над розробкою певної науково-дослідної теми.

Науковий керівник разом зі студентом остаточно узгоджує тему курсової роботи, визначає її мету, завдання і складає план дослідження.

Студент, виходячи з тематики курсової роботи, самостійно складає її план і погоджує його з науковим керівником.

Після затвердження теми курсової роботи її зміна (у разі необхідності) здійснюється з дозволу завідувача кафедри, за письмовою заявою студента, не пізніше одного місяця до закінчення строку виконання курсової роботи.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Збір необхідної інформації для написання курсової роботи є дуже важливим етапом, оскільки її достатність дозволяє у повному обсязі розкрити окрему тему, зробити обґрунтовані висновки, надати відповіді рекомендації і не порушувати передбачені строки виконання роботи.

Курсова робота повинна ґрунтуватися на відповідних законодавчих, нормативно-правових документах, які безпосередньо стосуються досліджуваної теми. Варто широко використовувати спеціальну літературу, періодичні видання, газети, різні статистичні збірники, збірники наукових праць провідних навчальних закладів. Доцільним є використання різноманітної інформації з мережі Інтернет.

Зібраний студентом матеріал потребує ретельної обробки, систематизації та упорядкування відповідно до теми, плану курсової роботи. Його необхідно скласти у потрібні таблиці, графіки, діаграми, здійснити групування, ранжирування, класифікацію.

Є три різновиди аналізу:

- *діагностичний* – укрупнений аналіз досліджуваного явища, процесу тощо, який дозволяє у загальних рисах виявити не лише недоліки, а й позитивне, а також виділити ті елементи дослідження, які потребують глибшого аналізу;

- *детальний* – більш поглиблений аналіз окремих сторін процесу та явища, які досліджуються;

- *прогностичний* – пряма протилежність діагностичному, тобто потрібно не виявляти позитивне та негативне, а встановлювати тенденції розвитку досліджуваної проблеми і робити підґрунтя для визначення перспектив розвитку.

На засадах результатів аналізу зібраної інформації студент повинен сформулювати висновки.

Формування висновків із курсової роботи являє собою стислий виклад одержаних результатів щодо суті розробленої теми й окремих питань, що мають практичне значення та можливості застосування у практичній діяльності торговельного (виробничого) підприємства, на базі якого проводилися дослідження.

Висновки повинні бути обґрунтовані, лаконічно сформовані й викладені у відповідному розділі роботи. Вони можуть бути спрямовані як на вирішення теоретичних, так і практичних питань і проблем, повинні бути перспективними в певних умовах. Висуваючи ті або інші пропозиції, студент повинен розрахувати їхню потенційну економічну і соціальну ефективність.

СТРУКТУРА КУРСОВОЇ РОБОТИ

Курсова робота з дисципліни «Маркетинговий аналіз» повинна відповідати темі виданого завдання та мати такі структурні елементи:

- титульний аркуш;
- висновки і пропозиції;
- список використаних літературних та інформаційних джерел.

Обсяг курсової роботи має складати приблизно 50 сторінок.

Титульний аркуш – є першою сторінкою курсової роботи і містить дані про керівника та рік виконання курсової роботи (див. дод. А, Б).

Зміст розташовують безпосередньо після титульного аркуша, починаючи з нової сторінки. До змісту включають:

- послідовно перелічені назви усіх розділів, підрозділів, пунктів і підпунктів (якщо вони мають заголовки);

- список використаних літературних та інформаційних джерел;
- назви додатків і номери сторінок.

План (зміст) – це основа роботи. Правильність його складання обумовлює повноту розкриття змісту теми, логічний зв'язок окремих частин роботи.

Питання плану повинні бути чітко сформульовані, не дублювати назву теми, доповнювати одне одного. Самостійно складаючи план, студент повинен звернути увагу на дотримання підпорядкованості пунктів внутрішній логіці дослідження вибраної теми.

Перш ніж скласти план, студент повинен ретельно вивчити літературні джерела з даної теми та провести дослідницьку роботу, тобто перш за все визначити об'єкт дослідження.

Головним методологічним інструментом, який організовує процес дослідження і визначає його логіку, є гіпотеза.

Завдання гіпотези – розкрити ті об'єктивні зв'язки і співвідношення, які є визначальними для досліджуваного явища, процесу і т. п.

Вивчення літературних джерел дає можливість кваліфіковано сформулювати робочу гіпотезу, а на її основі і логічний план дослідження, що сприятиме виконанню курсової роботи на належному рівні.

Головним завданням вступу курсової роботи є обґрунтування актуальності і практичної значущості обраної теми роботи, особливостей постановки і вирішення питань стосовно конкретних умов дослідження.

Вступ має таку структуру:

– актуальність теми. Актуальність теми обґрунтовують шляхом критичного аналізу та порівняння з відомими розв'язаннями наукової проблеми (наукової задачі);

– мета і задачі дослідження. Формулюють мету і задачі, які необхідно вирішити для досягнення поставленої мети. Не варто формулювати мету як «Дослідження ... », «вивчення ... », тому що ці слова вказують на засіб досягнення мети, а не на саму мету;

– об'єкт дослідження – процес або явище, що породжує проблемну ситуацію і обране для вивчення. В межах об'єкта дослідження наводять повну юридичну назву та стислу загальну характеристику підприємства, на прикладі якого виконують роботу. У стислій характеристиці підприємства вказують його організаційно-правову форму, галузеву приналежність, коли і ким засноване підприємство, його місцезнаходження, основні економічні

показники за звітний період, чисельність працюючих та перелік основних конкурентів. Основні результати господарської діяльності підприємства за минулі роки бажано навести у формі узагальненої таблиці;

– предмет дослідження міститься в межах об'єкта. Об'єкт і предмет дослідження як категорії наукового процесу співвідносяться між собою як загальне і часткове. Предметом дослідження є найбільш значущі властивості сторони об'єкта, які підлягають вивченню.

– джерела інформації. Вказують основні джерела інформації, які було використано у роботі;

– методи дослідження. Вказують основні методи дослідження, які було використано у роботі.

Обсяг вступу не повинен перевищувати 3–4 сторінки.

Зміст основної частини курсової роботи викладають, поділяючи матеріал на розділи, які можуть мати підрозділи, пункти, підпункти. Кожен пункт і підпункт повинен містити закінчену інформацію.

В основній частині роботи, яка складається із 2(3) розділів, теоретичні питання можуть займати не більше 30% її загального обсягу, 70% – це аналітичний матеріал щодо підприємства, яке досліджувалося. У першому розділі виконується аналітичний огляд літературних джерел, необхідно висвітлити основні теоретичні положення досліджуваної проблеми, проаналізувати погляди науковців на певну проблему, теоретично довести і обґрунтувати власну точку зору за допомогою вивченого, відібраного і систематизованого матеріалу. Для якісної підготовки цієї частини курсової роботи студенту необхідно ґрунтовно опрацювати літературні джерела, законодавчі та нормативно-правові документи, ознайомитися зі статтями у наукових журналах та збірниках наукових праць, опрацювати необхідну інформацію різних статистичних збірників.

У наступних розділах курсової роботи повинні розглядатися питання, що безпосередньо розкривають зміст досліджуваної теми. Вони мають відповідати назві певного розділу, розкриватися на конкретному практичному матеріалі, у кожному розділі теоретичні положення проблеми необхідно пов'язувати з практичним станом досліджуваних процесів у роботі підприємства. У кінці кожного розділу необхідно сформулювати висновки зі стислим викладенням наведених у ньому наукових і практичних результатів.

Викладення текстового матеріалу потрібно супроводжувати таблицями аналітичного характеру, графіками, діаграмами, схемами тощо після посилання на них у тексті. За необхідності наводять посилання і на додатки, в яких міститься первинна інформація або копії документів, які розглядаються у роботі.

У висновках наводять оцінку одержаних результатів роботи: спочатку коротко оцінюють стан питання, далі розкривають методи вирішення поставленої теми, їх практичний аналіз, обґрунтування достовірності результатів. Текст висновків повинен поділитися на пункти.

На підставі одержаних результатів наводяться рекомендації щодо використання здобутих результатів.

Рекомендації повинні мати конкретний, адресний характер і бути повністю підтвержені результатами виконаної роботи. Текст рекомендації повинен поділитися на пункти.

Перелік джерел, на які є посилання в основній частині роботи, наводять у кінці тексту роботи, починаючи з нової сторінки. У відповідних місцях тексту мають бути посилання. Список використаних джерел необхідно розташувати одним із таких способів: у порядку посилань у тексті або у алфавітному порядку прізвищ перших авторів.

Використані джерела літератури складають у список відповідно до чинних стандартів з бібліотечної та видавничої справи (ДСТУ 8302:2015).

У разі необхідності до додатків може бути включений допоміжний матеріал, необхідний для повноти сприйняття роботи:

- додаткові ілюстрації або таблиці;
- матеріали, які, через великий обсяг, не можуть бути внесені до основної частини;
- протокол і акти випробувань, впроваджень;
- розрахунки економічного ефекту;
- інструкції і методики, опис комп'ютерних програм тощо.

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Курсова робота перевіряється на плагіат. Оригінальність тексту курсової роботи має складати не менше 60%. Виняток становлять випадки зарахування публікацій студентів у матеріалах наукових конференціях та інших наукових збірниках, які вже пройшли перевірку на плагіат.

ПРАВИЛА ОФОРМЛЕННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Курсова робота набирається на комп'ютері у текстових редакторах (Microsoft Word або аналогічних) на одній стороні аркуша білого паперу формату А4 (210×297 мм). Обсяг – близько 50 сторінок тексту.

У процесі оформлення необхідно залишати поля: ліве – 30 мм, праве – 10 мм, верхнє – 20 мм, нижнє – 20 мм. Текст друкується з міжрядковим інтервалом 1,5, шрифт – Times New Roman 14 кегль.

Текст викладається за планом:

- Титульна сторінка
- Зміст
- Вступ
- Основна частина (2–3 підрозділи)
- Висновки
- Список використаних джерел
- Додатки

Обсяг вступу не повинен перевищувати однієї сторінки.

В основній частині аналізуються теоретичні погляди та практичні вирішення досліджуваної проблеми.

Висновки робляться на основі викладеного матеріалу. Обсяг цієї частини роботи не повинен перевищувати трьох сторінок.

Список використаних джерел має містити лише ті літературні та інші джерела (ресурси Інтернету), матеріали з яких було взято для написання роботи.

До додатків включають, як правило, допоміжний матеріал, потрібний для повноти сприйняття дослідження, наприклад, допоміжні таблиці, опис методик та алгоритмів, ілюстрації допоміжного характеру тощо.

Заголовки підрозділів друкують маленькими літерами (крім першої великої) жирним шрифтом і розміщують посередині сторінки. Крапка в кінці заголовку не ставиться. Кожен підрозділ індивідуального завдання повинен починатися з нової сторінки. Нумерацію сторінок подають арабськими цифрами у правому верхньому куті сторінки. Першою сторінкою індивідуального завдання є титульний аркуш. Другою сторінкою є зміст. На першій сторінці номер не проставляється.

Ілюстрації (рисунок, графіка, діаграма та фотографія), а також таблиці подаються безпосередньо після тексту, де вони вперше згадані. Ілюстрації позначають скорочено словом «Рис». Номер і назву ілюстрації розміщують посередині під ілюстрацією. Після назви ілюстрації крапка не ставиться.

Цифровий матеріал повинен, як правило, оформлятися у таблиці. Кожна таблиця має свої номер і назву, які розміщують над таблицею. Перед номером таблиці пишуть слово «Таблиця», після нього ставиться номер.

Назва таблиці починається з великої літери, після назви крапка не ставиться.

Під час написання роботи студент повинен робити посилання на джерела, дані з яких наводяться у тексті завдання. Наявність посилань на джерела у тексті є обов'язковою. Такі посилання дають змогу відшукати і перевірити достовірність відомостей, наведених у тексті роботи. Посилання за текстом необхідно брати у квадратні дужки, вказувати послідовний номер джерела у списку використаних джерел і номери сторінок, на яких подано інформацію, наприклад [5, с. 15–17].

Посилання на ілюстрацію наводять за її порядковим номером, наприклад, «на рис. 1 зображено...». Посилання на формули наводять за їхнім порядковим номером в дужках, наприклад «у формулі (1)...». На всі таблиці в тексті індивідуального завдання повинні бути посилання, які пишуться скорочено, наприклад, «див. табл. 1».

У списку використаних джерел їх варто розміщувати в алфавітному порядку прізвищ перших авторів. Список повинен містити не менше десяти використаних позицій.

Додатки нумерують великими українськими літерами – А, Б, В і т. д. Кожен з них має розміщуватися на новій сторінці і мати заголовок угорі посередині сторінки.

Тема курсової роботи вибрана студентом і погоджена з керівником курсової роботи закріплюється за студентом .

Викладач-керівник з курсової роботи:

- допомагає студенту скласти план курсової роботи;
- допомагає в організації виконання досліджень з теми курсової роботи;
- рекомендує студенту інформаційні джерела: основну і додаткову літературу;
- проводить необхідні систематичні консультації;
- організує дотримання студентом графіка виконання курсової роботи.

Курсова робота виконується й оформлюється студентом за вимогами наступних методичних вказівок.

Виконання курсової роботи у встановлений термін (графік деканату) подається на кафедру, реєструється у журналі обліку курсових робіт і передається на рецензування керівнику-викладачеві.

Керівник у термін (5–7 діб) перевіряє курсові роботи, дає на неї рецензію і допуск до захисту.

Якщо курсова робота має суттєві недоліки, вона повертається студенту на доопрацювання відповідно до зауважень.

На захист курсової роботи студент готує презентаційний матеріал (Power Point або його аналоги), в якому тезисно викладені актуальність обраної теми, мета і задачі дослідження, об'єкт і предмет дослідження, основні етапи проведеного дослідження та висновки, яких дійшов студент за результатами дослідження.

На захисті курсової роботи студент коротко презентує основні положення і результати роботи, висновки, дає пояснення щодо суті зауважень, відповідає на запитання.

У процесі вирішення питання про оцінку, окрім якості виконаної роботи, враховується вміння студента пов'язувати теоретичні знання з практикою, логічно мислити, змістовно відповідати на запитання. У випадку неповного або невчасного виконання курсової роботи студентом, йому у відомості записується оцінка «Незадовільно». Якщо студент виконав роботу, і вона одержала позитивну рецензію, але він не з'явився на захист, то під час закриття відомості проти прізвища такого студента викладач робить запис – «Не з'явився». Рішення про академічну заборгованість у такому випадку приймає декан.

ТЕМАТИЧНА НАПРАВЛЕНІСТЬ КУРСОВИХ РОБІТ

1. Аналіз поведінки споживачів на ринку.
2. Аналіз товарів і товарної політики.
3. Аналіз асортименту та асортиментної політики.
4. Аналіз цінової політики.
5. Аналіз збуту та збутової політики.
6. Аналіз рекламної діяльності підприємства.
7. Маркетингові дослідження конкуренції та конкурентів.
8. Дослідження конкурентоспроможності підприємства.

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS

| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Оцінка ECTS | Оцінка за національною шкалою | |
|--|-------------|--|--|
| | | для курсового проєкту (роботи) | |
| 90–100 | A | відмінно | Студент вільно володіє проблемою, здійснює самостійний аналіз опрацьованого матеріалу, використав значну кількість наукової літератури, у тому числі й іноземної, опанував всю різноманітність теорій, методологічних підходів з даної проблеми, вийшов на високий рівень практичного застосування, а його робота виконана з дотриманням усіх необхідних вимог |
| 82–89 | B | добре | Студент, що виявив добрий рівень підготовки, допускає неточності у трактуванні окремих проблем, відчуває певні труднощі у володінні цифровим матеріалом, не використав усіх можливих літературних джерел, не повністю виконав окремі завдання, пункти плану |
| 74–81 | C | | |
| 64–73 | D | задовільно | Студент орієнтується в обраній темі, але не може без допомоги викладача зробити висновки, пов'язати теоретичні узагальнення з практикою, не може логічно викласти проблеми, не виправив повністю недоліки, наведені у рецензії, не повністю розкрив питання плану |
| 60–63 | E | | |
| 35–59 | FX | незадовільно з можливістю повторного складання | Студент, навіть за наявності курсової роботи, яка допущена до захисту, не орієнтується в проблемі, не опанував навіть мінімуму наукової та спеціальної літератури |
| 0–34 | F | незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни | Студент не надав курсову роботу для перевірки |

Студент, який отримав на захисті курсової роботи незадовільну оцінку, може захистити роботу під час додаткової сесії, строки якої призначає завідуючий кафедрою товарознавства та комерційної діяльності в будівництві.

Найкращі курсові роботи можуть бути рекомендовані до публікації у наукові збірники або використані їхніми авторами у виступах на науковій конференції.

Курсова робота після захисту зберігається визначений термін на кафедрі товарознавства та комерційної діяльності в будівництві.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Навчальні посібники:

1. Зоріна О.І. Маркетингово-економічний аналіз : конспект лекцій / О.І. Зоріна, Т.В. Нескуба, О.М. Мкртичян.– Харків : УкрДУЗТ, 2021. – 65 с.
2. Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності : навч. посіб. Київ : ДУТ, 2019. – 146 с.
3. Кулик А.В. Теорія економічного аналізу : навч. посіб. – Київ : ДП «Вид. дім «Персонал», 2018. – 452 с.
4. *Маркетинговий* аналіз : навч. посіб. / за ред. В. В. Липчука. – Київ : Академвидав, 2008. – 216 с.
5. Макаренко Т.І. Моделювання та прогнозування у маркетингу : навч. посіб. – Київ : Центр навчальної літератури, 2005. – 160 с.
6. *Основи* економічного аналізу : навч.-метод. посіб. / В.М. Микитюк та ін.; за ред. В.М. Микитюка. – Житомир : Рута, 2018. – 440 с.

Інформаційні ресурси:

1. Верховна Рада України. <http://www.rada.gov.ua>.
2. Кабінет Міністрів України. URL : <http://www.kmu.gov.ua>.
3. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет будівництва і архітектури
Будівельно-технологічний факультет
Кафедра товарознавства та комерційної діяльності у будівництві

КУРСОВА РОБОТА

з дисципліни «Маркетинговий аналіз»

на тему _____

Роботу виконано за матеріалами _____

(назва підприємства (організації))

Студент(ка) I курсу
групи МАРКм-_____
денної форми навчання
будівельно-технологічного
факультету

(прізвище, ім'я, по батькові студента)

Оцінка
за національною шкалою _____
Кількість балів: _____ Оцінка: ETCS _____

Члени комісії

(підпис)

(прізвище та ініціали)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Київ 202____

Для нотаток

Для нотаток

Навчально-методичне видання

МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ

Методичні рекомендації
до виконання курсових робіт
для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня
спеціальності 075 «Маркетинг»
денної та заочної форм навчання

Укладачі: **Дименко** Руслан Анатолійович,
Марченко Світлана Миколаївна,
Колесник Артем Володимирович

Випусковий редактор *Л. С. Тавлуй*
Комп'ютерне верстання *Д. М. Ніколаєвич*

Підписано до друку 05.09.2024. Формат 60 x 84_{1/16}
Ум. друк. арк. 1,16. Обл.-вид. арк. 1,25.
Електронний документ. Вид. № 70/III-24

Видавець і виготовлювач:
Київський національний університет будівництва і архітектури

Проспект Повітряних Сил, 31, Київ, Україна, 03037

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів
видавничої справи ДК № 808 від 13.02.2002