

**СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ «МІЖНАРОДНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
МОДИ І ДИЗАЙНУ»
ВНЗ «КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ»**

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ДО НАПИСАННЯ ТА
ОФОРМЛЕННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ**
з навчальної дисципліни
« ЕКНОМІКА ТА МАРКЕТИНГ »
(для студентів усіх спеціальностей та всіх форм навчання Академії)

КИЇВ - 2023

Методичні вказівки містять загальні вимоги до написання та оформлення курсової роботи з дисципліни «Економіка та маркетинг». У методичних вказівках визначається мета, завдання та послідовність виконання курсової роботи, наводяться рекомендації щодо написання окремих розділів роботи, вимоги до структури, змісту і оформлення.

Розробник: Воронова С.А., викладач економічних дисциплін першої категорії

Методичні вказівки до виконання курсової роботи з дисципліни «Економіка та маркетинг»

Затверджено на засіданні кафедри «Економіки та підприємництва» КАПМ Міністерства освіти і науки України (протокол № 2 від 30.08.2023 р.)

Зміст

I. Вступ.....	3
II. Основні етапи виконання курсової роботи	6
III. Вимоги до оформлення курсової роботи.....	7
IV. Структура і зміст курсового проекту.....	6
V. Вимоги до оформлення курсового проекту.....	8
VI. Порядок захисту курсового проекту.....	9
VII. Додатки	

ВСТУП.

Забезпечення розвинутої економіки, конкурентноздатності виробництва та ефективності стартапів потребує опрацювання і прийняття всебічно аргументованих рішень відносно всіх процесів, пов'язаних з діяльністю суб'єктів економічного процесу як на макро- так і на мікрорівнях.

Курсова робота є свідченням вміння студентів самостійно збирати, опрацьовувати інформацію стосовно обраної теми, об'єктивно оцінювати результати економічної та виробничо-господарської діяльності суб'єктів економічного процесу, виявляти невикористані резерви, знаходити шляхи підвищення конкурентоспроможності та приймати самостійні рішення з практичних питань в умовах формування ринкового середовища.

У процесі виконання курсової роботи студенти повинні максимально віддзеркалити набуті теоретичні знання, вміння поєднати їх з практикою економічної та виробничо-господарської діяльності суб'єктів економічного процесу, враховуючи як особливості економічних процесів на рівні країни, так і особливості виробничого процесу на рівні окремо взятого підприємства, особливості розподілу та використання фінансових і матеріальних ресурсів на мікро та макрорівнях, використання кадрів та організації праці на підприємстві, опрацьовування інформації та приймання управлінські рішення.

Запропоновані методичні рекомендації висвітлюють зміст і методику виконання курсової роботи студентами, містять завдання щодо її виконання, визначають порядок опрацювання літературних джерел, економічної інформації досліджуваних підприємств та порядок оформлення курсової роботи, визначають окремі етапи виконання роботи та логічну послідовність розробки окремих питань теми, що досліджується.

Використовуючи рекомендований методичний підхід, студент визначає тенденції та закономірності розвитку конкретного економічного явища, приводить висновки і надає пропозиції.

Для успішного виконання курсової роботи важливим є вибір теми, підбір літератури з теми, вивчення її, складання плану, збір, обробка, аналіз та узагальнення теоретичного та практичного матеріалу з виділенням самостійних висновків і пропозицій.

Методичні рекомендації щодо підготовки та оформлення курсової роботи з дисципліни «Економіка та маркетинг»

Курсова робота подається у формі бізнес-плану. У процесі бізнес-планування визначається, як буде організовано реалізацію проєкту; переваги передбачуваного бізнесу перед конкурентами; як сприятиме ринок на прогнозовані послуги, та як реалізувати свої послуги, який обсяг фінансових ресурсів необхідно залучити для реалізації проєкту; яку рекламу та фірмовий колір краще обрати; яким буде джерело фінансування, якою є рентабельність проєкту та за який час він окупиться.

ОСНОВНІ ЕТАПИ ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

1. Вибір об'єкта дослідження і затвердження теми курсової роботи.

Тема курсової роботи повинна вибиратись студентом із пропонованого переліку в методичних вказівках або тему обговорює студент з викладачем.

2. Складання плану до курсової роботи.

План курсової роботи студент розробляє на основі методичних рекомендацій та ухвалює його з викладачем. Рекомендований план наведений (Додаток Б).

Титульний аркуш курсової роботи оформляється наступним чином: зміст розміщують на початку курсової роботи. Він містить найменування та номер початкових сторінок усіх розділів, підрозділів та пунктів (якщо вони є і мають заголовки), зокрема вступу, загальних висновків, додатків, списку використаних джерел та ін.

3. Структура, зміст та обсяги курсової роботи.

Вступ курсової роботи є досить відповідальною частиною роботи, у якій коротко викладають оцінку сучасного стану проблеми, відзначаючи практично розв'язані або ж нерозв'язані задачі, наукові підходи, що існують у науковому світі, провідних вчених і фахівців, світові тенденції розв'язання поставлених задач та обов'язково обґрунтування доцільності проведення наукових досліджень. У вступі коротко розкривається актуальність теми, чітко формулюється мета дослідження і завдання, які треба розглянути, щоб досягти поставленої у курсовій роботі мети. У вступній частині обов'язково необхідно: розкрити актуальність теми курсової роботи; розкрити ступінь розробленості теми курсової роботи у наукових– працях вітчизняних і зарубіжних учених; чітко сформулювати мету та завдання дослідження; визначити об'єкт і предмет дослідження; описати основні методи дослідження; навести вихідні дані для розробки теми; сформулювати практичне значення проведеного дослідження.

Опис актуальності теми курсової роботи не повинен бути багатослівним, оскільки цьому передувала характеристика сучасного стану розвитку явищ, що стосуються курсової роботи. Метою написання курсової роботи, як правило, є «розробка бізнес-плану та реалізації комерційної ідеї». **Завдання курсової роботи** мають бути сформовані у вступі, обов'язково формуються за розділами роботи і мають відповідати завданням, сформований науковим керівником бланк індивідуального завдання. Відповідно до мети дослідження ставляться такі завдання:

- 1) дослідити ...
- 2) проаналізувати...
- 3) оцінити ...
- 4) розробити ...
- 5) застосувати ...

Об'єктом дослідження в курсовій роботі є процес планування (бізнес-планування) підприємницької діяльності, що визначена умовами індивідуального завдання. Предметом дослідження є певна частина об'єкта дослідження.

Вступна частина повинна займати 1,5 – 2 сторінки.

Дослідження ринку і конкуренції.

Як правило, цей розділ має такі складові:

- характеристика ринкової ситуації;
- цільовий ринок бізнесу — споживачі/клієнти;
- місцезнаходження фірми із зазначенням приналежності приміщення засновникам;
- аналіз кон'юнктури ринку — опис конкурентів, виробників аналогічної продукції/послуг (характеристика їх продукції, рівень цін, способи отримання інформації про них); постачальників із зазначенням того, яка медична техніка та обладнання потрібне, форми їх залучення (закупівля чи оренда), визначення переліку необхідних фахівців;
- оцінювання впливу зовнішніх чинників.

У цьому розділі визначають і оцінюють ринкові можливості бізнесу, оцінюють існуючі та потенційні потреби у продукції чи послугі, яку планується випускати/надавати; точно і реалістичне оцінювання стану конкуренції, сильних і слабких сторін конкурентів.

Сегментація ринку, тобто поділ усіх можливих споживачів продукції чи послуг підприємства на певні групи - сегменти;

- порівняльна оцінка привабливості кожного із виділених сегментів ринку;

- вибір найкращого, потенційно привабливого та найприбутковішого сегменту ринку, тобто виділення цільової групи споживачів, на яку буде орієнтуватися підприємство.

Обсяг цього розділу — 5 -7 сторінок.

Планування маркетингу та рекламна діяльність.

У цьому розділі включаються такі поняття, як:

- комплекс маркетингу;
- стратегію маркетингу;
- спосіб реалізації продукції/надання послуг;
- передбачувані обсяги реалізації продукції / надання послуг.

Міститься інформація про загальну маркетингову стратегію фірми: тип стратегії, на яку орієнтується фірма. У цьому розділі наводять основні складові комплексу маркетингу: ціноутворення; система поширення та просування товару/послуги на ринок; спосіб реалізації (власні заклади згідно з договорами); вартість та види реклами; методи стимулювання продажу; організація обслуговування клієнтів. Розглядаються поняття та обираються види реклами для просування бізнесу. Приводяться види обраної реклами та розроблюється логотип.

Обсяг розділу 5-7 сторінок.

Організаційне планування.

У цьому розділі наводять таку інформацію:

- організаційну структуру управління, розподіл обов'язків, делегування повноважень;
- потреби в персоналі та фонд оплати праці;
- кадрову політику та стратегію.

Насамперед, треба навести організаційну схему організаційної структури управління, за якою має бути видно рівні підпорядкування, які підрозділи взаємодіють, як планується координувати та контролювати їх діяльність. До цієї схеми подається короткий опис, де пояснюють особливості організаційної структури підприємства і розкривають окремі її деталі. Це надає можливість здобути уявлення про ефективність взаємодії служб підприємства. У процесі визначення потреб персоналу підприємство складає перелік необхідних видів діяльності, визначає необхідність та чисельність персоналу.

Розділ «Організаційний план» містить також інформацію про терміни комплектування штату, процедури підбору персоналу, мотиваційного механізму сонату підприємства .

Обсяг розділу 10- 12 сторінок.

Фінансове планування та розрахунки.

Цей розділ бізнес-плану дає узагальнюючу картину попередніх складових плану, але у вартісному вираженні.

Розглядаються поняття витрат, фінансового планування, основних засобів, матеріалів.

Він включає :

- прогноз обсягу реалізації;
- розрахунки заробітної плати персоналу;
- витрати на рекламу;

- витрати на оренду та комунальні послуги.

Необхідно також порахувати усі загальні витрати. Розрахунок витрат враховується на місяць, пів року, рік.

Обсяг розділу не менш 10 сторінок.

Висновки

Після написання курсової роботи сформулюються її підсумки. У висновку перераховуються в короткій формі підсумки – сформульовані студентом визначення термінів, удосконалена класифікація, певні особливості явища, результати проведених розрахунків та інші. Доцільно писати висновок, орієнтуючись на перелік завдань, написаний у вступі до курсової, і не забуваючи про те, що вони повинні відповідати на головне питання роботи, відображаючи мету її написання. Висновки для зручності сприйняття можна розділити на абзаци за кількістю завдань, написаних у вступі до курсової роботи, або ж вказати в якому розділі курсової роботи було проведено аналіз, який і дозволив зробити те чи інше завдання. Висновки не повинні складатися з шматків тексту курсової роботи, весь матеріал слід ретельно опрацювати і осмислити. Таким чином, у висновку повинно бути зазначено думку студента з даного питання, та підтверджено проведення даного дослідження.

Обсяг висновків курсової роботи також становитиме 2-3 сторінки.

Загалом курсова робота включає в себе 35 – 45 сторінок.

ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Курсова робота виконується з розробки бізнес-плану на стандартному папері формату А4 (210-297) у відповідності до діючого стандарту ДСТУ 3008-95 та «Положення про виконання курсових проєктів та робіт у Академії»

Титульний лист є першою сторінкою курсової роботи і заповнюється за встановленою формою (додаток В). Бланк завдання заповнюється одночасно із затвердженням теми курсової роботи і вміщує умови індивідуального завдання студента.

Титульний лист – це перший лист курсової роботи, він не номерується. На ньому вказують назву навчального закладу, вид роботи, назву кафедри або дисципліни, тема, курс, дані автора і його викладача, рік написання роботи і місто навчального закладу, для якого вона виконується.

Нумерація сторінок курсової починається з другого листа, на якому зазвичай оформляється зміст роботи вказується зверху справа.

При оформленні тексту курсової роботи заголовки структурних частин «ВСТУП», «РОЗДІЛ», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ», «ДОДАТКИ» друкують великими літерами симетрично до тексту або маленькими та виділяються жирним; заголовки розділів – маленькими літерами (крім першої великої) з абзац з відступу. Переноси слів у заголовків не дозволяються. Крапка в кінці заголовків не ставиться. Якщо заголовок складається з двох або більше речень, то їх розділяють крапкою.

Таблиці номерують, виділяють жирним та підписують зверху справа.

Схеми та малюнки номеруються, виділяють жирним та підписують знизу справа.

Список використаних джерел може включати наукові роботи, статті, дисертації, періодичні та інтернет видання, підручники, закони і

законопроекти; оформляються в алфавітному порядку і включаючи не менше 15 найменувань.

Вимоги до оформлення курсової роботи:

1. Курсова робота оформлюється в електронному вигляді з подальшим друком. Формат листа А 4.
2. Назва шрифту *Times New Roman*.
3. Розмір шрифту 14.
4. Міжрядковий інтервал 1,5 (полуторний)
5. Відступ для абзацу 1,5.
6. Розмір полів: зліва (для прошивки роботи) 2,5 -3 см
справа 1 - 1,5 см
зверху та знизу 2 см
7. Вирівнювання тексту по ширині.
8. Назва розділів, підрозділів виділяють жирним шрифтом.

ТЕМИ КУРСОВИХ РОБІТ.

1. Планування діяльності салону краси перукарських послуг.
2. Планування діяльності жіночого салону краси.
3. Планування діяльності косметологічного салону .
4. Планування діяльності салону пірсингу та татуажу.
5. Планування діяльності салону фантазійних зачісок.
6. Планування діяльності салону з надання послуг бодіарту.
7. Планування діяльності салону категорії А.
8. Планування діяльності салону дитячих зачісок.
9. Планування діяльності салону вечірніх та весільних зачісок та макіяжу.
- 10.Планування діяльності салону зачісок та догляду за тваринами.
- 11.Планування діяльності салону по плетінню кіс.
- 12.Планування діяльності весільного салону.
- 13.Планування діяльності чоловічого салону краси.
- 14.Планування діяльності салону краси, надання комплексних послуг.
- 15.Планування діяльності салону манікюру та педикюру.
- 16.Планування діяльності центру краси по догляду за волоссям.
- 17.Планування діяльності центру краси по догляду за шкірою обличчя.
- 18.Планування діяльності закладів громадського харчування.
19. Планування діяльності сфери послуг (магазини, фотостудії, художні студії, магазини флористики, книгарень, друкарень та ін..)
20. Планування діяльності виробничої сфери.

КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ

Кафедра «Економіка і підприємництво»

КУРСОВА РОБОТА

З дисципліни : «Економіка та маркетинг»

На тему : «Планування діяльності салону краси перукарських послуг»

Спеціальність: 022 «Дизайн»

Виконав: студент 2 курсу

гр ПМ - 28

П.І.Б.

Керівник : Воронова С.А.

КИЇВ – 2023 р.

Додаток Б

Зміст

Вступ	3
1. Дослідження ринку	
1.1. Опис салону.....	5
1.2. Аналіз конкурентів.....	9
2. Планування маркетингової та рекламної діяльності.....	14
3. Організаційний план	22
4. Фінансове планування та розрахунки.....	30
Висновки.....	42
Список використаних джерел.....	43
Додатки	

СПИСОК ВИКОРИСТНИХ ДЖЕРЕЛ.

1. Агафонова Л. Т. Підготовка бізнес-плану: Практикум / Л. Т. Агафонова, О. Р. Рога. – [3-є вид.]. – К. : Знання, 2001. – 158 с.
2. Бізнес-планування : навч. посіб. / Т. Г. Васильців, Я. Д. Качмарик, В. І. Блонська, Р. Л. Лупак. – К. : Знання, 2013. – 173 с.
3. Бочко О. Ю. Основи планування діяльності підприємств невиробничої сфери: навч. посіб. / О. Ю. Бочко, В. Ф. Проскура. – К. : Ліра-К, 2014. – 218 с.
4. Данилюк М. О. Планування і контроль на підприємстві: навч. посіб. / М. О. Данилюк. – К. : Ліра-К, 2015. – 328 с.
5. Економіка й організація інноваційної діяльності : підручник / О. І. Волков, М. П. Денисенко, А. П. Гречан та ін. ; під ред. проф. О. І. Волкова, проф. М. П. Денисенка. – К.: ВД «Професіонал», 2004. – 960 с.
6. Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент : навчальний посіб. з грифом МОН. – К. : Знання, 2006. – 366 с.
7. Планування діяльності фірми: навч.-метод. посіб. / Алексеева М. М. – К. : Фінанси і статистика, 2011. – 248 с.
8. Скібіцька Л. І. Антикризовий менеджмент [текст]: навч. посіб. / Л. І. Скібіцька, В. В. Матвеев, В. І. Щелкунов, С. М. Подреза. – К. : Центр учбової літератури, 2014. – 584 с.
9. Тарасюк Г. М. Планування діяльності підприємства. Практикум : навч. посіб. – К. : Кондор, 2016. – 266 с.
10. Філіп Котлер « Основи маркетингу» - К.: Диалектика, 2020. – 800 с.
11. Швайка Л. А. Планування діяльності підприємства / Л. А. Швайка. – К. : Ліра – К , 2014. – 268 с.
12. Господарський Кодекс України [Електронний ресурс] : Кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.

13. Податковий Кодекс України [Електронний ресурс] : Кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

14. Про господарські товариства [Електронний ресурс] : Закон України від 19.09.1991 № 1576-XII. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1576-12>.

15. Про інвестиційну діяльність [Електронний ресурс] : Закон України від 18.09.1991 № 1560-XII. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>.