

Міністерство освіти і науки України
Приватний вищий навчальний заклад «Міжнародний економіко-гуманітарний
університет імені академіка Степана Дем'янчука»

Кафедра менеджменту

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ДО ВИКОНАННЯ КОМПЛЕКСНОЇ КУРСОВОЇ РОБОТИ
ЗДОБУВАЧАМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА
ЗА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЮ ПРОГРАМОЮ «МЕНЕДЖМЕНТ
ОРГАНІЗАЦІЙ» ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 073 «МЕНЕДЖМЕНТ»**

Рівне 2020

Методичні рекомендації до виконання комплексної курсової роботи здобувачами вищої освіти ступеня бакалавра за освітньо-професійною програмою «Менеджмент організацій» зі спеціальності 073 «Менеджмент» / С.М. Демидюк, М.О. Трофімчук. – Рівне: РВВ МЕРУ, 2020. – 45 с.

Рецензенти:

Стрільчук Р.М. – кандидат економічних наук, Рівненський державний гуманітарний університет.

Артюшок К.А. – кандидат економічних наук, доцент, декан економічного факультету ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука»

Розглянуто та схвалено на засіданні
кафедри менеджменту
Протокол № 2 від 15 вересня 2020 р.

Розглянуто і рекомендовано до друку
Вченою радою ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний
університет імені академіка Степана Дем'янчука»
Протокол № 2 від 16 вересня 2020 р.

ЗМІСТ

1. МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА РЕЗУЛЬТАТИ КОМПЛЕКСНОЇ КУРСОВОЇ РОБОТИ.....	4
2. ВИМОГИ ДО ВИКОНАННЯ КОМПЛЕКСНОЇ КУРСОВОЇ РОБОТИ.....	6
2.1. Вимоги до написання комплексної курсової роботи.....	6
2.2. Вимоги до оформлення комплексної курсової роботи.....	22
3. ЗАХИСТ КОМПЛЕКСНОЇ КУРСОВОЇ РОБОТИ.....	25
4. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ КОМПЛЕКСНОЇ КУРСОВОЇ РОБОТИ.....	26
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	28
ДОДАТКИ.....	29
Додаток А. Перелік рекомендованих тем комплексних курсових робіт для здобувачів вищої освіти ступеня бакалавра за освітньо-професійною програмою «Менеджмент організацій» зі спеціальності 073 «Менеджмент».....	30
Додаток Б. Зразок титульної сторінки комплексної курсової роботи.....	42
Додаток В. Форма завдання на комплексну курсову роботу.....	43
Додаток Г. Форма відгуку наукового керівника про комплексну курсову роботу.....	44
Додаток Д. Форма рецензії на комплексну курсову роботу.....	45

1. МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА РЕЗУЛЬТАТИ КОМПЛЕКСНОЇ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Комплексна курсова робота виконується у восьмому семестрі четвертого року навчання здобувачів вищої освіти ступеня бакалавра за освітньо-професійною програмою «Менеджмент організацій» зі спеціальності 073 «Менеджмент». Згідно з навчальним планом на виконання комплексної курсової роботи передбачено 30 годин (один кредит).

Комплексна курсова робота є індивідуальною науково-дослідною роботою, яка дає можливість виявити рівень засвоєння студентом теоретичних знань та практичної підготовки, здатність до самостійної роботи за обраною спеціальністю на первинних посадах відповідно до узагальненого об'єкта діяльності. Комплексна курсова робота є одним із видів індивідуальних робіт студента, оригінальним, завершеним дослідженням у галузі знань «Управління та адміністрування» та містить сукупність результатів, положень, що пропонуються для публічного захисту.

Комплексна курсова робота виконується відповідно до напрямів наукових і прикладних досліджень і має засвідчити: рівень професійної підготовки випускника; вміння застосовувати здобуті у закладі вищої освіти знання для розв'язання практичних завдань; свідоме засвоєння знань та їх систематизацію; наявність у студента навичок професійної роботи; здатність критично мислити та вміння аргументувати власну точку зору.

Комплексна курсова робота виконується на основі вивчення спеціальної вітчизняної та зарубіжної літератури, передового досвіду з обраної проблеми, а також результатів власних досліджень реального об'єкта з метою вирішення визначених прикладних завдань у сфері майбутньої професійної діяльності.

Мета виконання комплексної курсової роботи - визначення рівня підготовленості студента до розв'язання комплексу прикладних завдань відповідно до узагальненого об'єкта діяльності на основі застосування теоретичних знань і практичних навичок, отриманих у процесі всього періоду навчання. Цілями комплексної курсової роботи є формування у здобувачів вищої освіти ступеня бакалавра зі спеціальності 073 «Менеджмент» таких компетентностей:

ЗК-4. Навички використання інформаційно-комунікаційних технологій для пошуку, оброблення, аналізування та використання інформації з різних джерел.

ЗК-7. Здатність до адаптації, креативності, генерування ідей та дій у новій ситуації.

ФК-1. Здатність визначати та описувати характеристики організації.

ФК-2. Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища, визначати перспективи розвитку організації.

ФК-9. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.

Програмними результатами комплексної курсової роботи є:

ПРН-2. Демонструвати навички виявлення проблеми та обґрунтування управлінських рішень.

ПРН-4. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.

ПРН-5. Виявляти навички організаційного проектування.

ПРН-10. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації.

ПРН-15. Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера.

Виконання комплексної курсової роботи забезпечує:

- систематизацію, закріплення, розширення та застосування знань студента під час виконання конкретних завдань;
- розвиток навичок самостійної роботи;
- оволодіння методикою дослідження при вирішенні прикладних проблем.

Комплексна курсова робота має бути написана державною мовою, науковим стилем, логічно й аргументовано.

Основні етапи підготування та виконання комплексної курсової роботи:

- вибір та затвердження теми;
- складання та затвердження завдання на комплексну курсову роботу;
- проведення досліджень;
- опрацювання та викладення результатів досліджень;
- оформлення комплексної курсової роботи;
- допуск комплексної курсової роботи до захисту;
- перевірка комплексної курсової роботи на наявність плагіату;
- рецензування комплексної курсової роботи;
- захист комплексної курсової роботи на засіданні комісії.

2. ВИМОГИ ДО ВИКОНАННЯ КОМПЛЕКСНОЇ КУРСОВОЇ РОБОТИ

2.1. Вимоги до написання комплексної курсової роботи

Тема комплексної курсової роботи має відображати основну ідею, завдання, положення, які необхідно дослідити. Критерієм вибору теми дослідження є її актуальність щодо сучасних тенденцій розвитку менеджменту у певній сфері діяльності.

Теми комплексних курсових робіт формуються відповідно до напрямів науково-дослідної тематики кафедри менеджменту, сучасних досягнень науки у предметній області сфери професійної діяльності. Перелік рекомендованих тем комплексних курсових робіт для здобувачів вищої освіти ступеня бакалавра за освітньо-професійною програмою «Менеджмент організацій» зі спеціальності 073 «Менеджмент» наведено в Додатку А.

У назві теми зазначається об'єкт (підприємство/організація), за матеріалами якого виконувалася робота. Назва теми повинна бути чіткою, лаконічною та містити однозначне тлумачення.

Закріплення теми комплексної курсової роботи, призначення керівника затверджується розпорядженням завідувача кафедри менеджменту.

Комплексна курсова робота складається із:

- титульної сторінки;
- завдання на комплексну курсову роботу;
- змісту;
- вступу;
- основної частини;
- висновків та рекомендацій;
- списку використаних джерел;
- додатків.

Титул є першою сторінкою комплексної курсової роботи і оформлюється відповідно до вимог стандарту та вимог вищого навчального закладу. Зразок титульної сторінки комплексної курсової роботи наведено в Додатку Б.

Завдання на комплексну курсову роботу містить мету, об'єкт і предмет дослідження, зміст роботи, календарний графік виконання роботи. Завдання затверджується керівником комплексної курсової роботи та завідувачем кафедри менеджменту. Форма завдання на комплексну курсову роботу наведено в Додатку В.

Зміст комплексної курсової роботи визначається її темою і відображається в плані, що затверджується науковим керівником, розміщується безпосередньо після завдання, починаючи з нової сторінки. Зміст включає: вступ; послідовно перелічені назви усіх розділів і підрозділів; висновки та рекомендації; список використаних джерел; додатки.

У вступі комплексної курсової роботи зазначаються: проблема, що потребує вирішення, ступінь її дослідження; обґрунтовується актуальність

обраної теми, мета і завдання досліджень; формулюється об'єкт і предмет досліджень, практична значущість для підприємства, організації. Обсяг вступу, як правило, не повинен перевищувати 2-3 сторінки.

Актуальність теми подається у вигляді критичного аналізу та напрямів розв'язання проблеми, обґрунтування необхідності досліджень для підприємств та організацій.

Мета та завдання роботи повинні бути чітко сформульованими та відображати тематику дослідження.

Об'єкт дослідження комплексної курсової роботи - це процес або явище, що створює проблемну ситуацію і обрані для вивчення.

Предметом дослідження комплексної курсової роботи є соціально-економічні закономірності функціонування та розвитку об'єкта, різноманітні його якості, властивості тощо. Предмет дослідження міститься в межах об'єкта.

Об'єкт і предмет як категорії наукового процесу співвідносяться між собою як загальне і часткове.

Методи досліджень - спосіб набуття достовірних наукових знань, умінь та практичних навичок у різних сферах діяльності.

Практична значущість має містити результати самостійно проведених досліджень, що можуть бути впроваджені в діяльність підприємств та організацій.

Основна частина комплексної курсової роботи складається з розділів (теоретичний та дослідницько-аналітичний) і підрозділів, які мають бути взаємопов'язані, а матеріал - викладеним послідовно і логічно із критичним аналізом теоретичних положень, статистичних даних, інформації різноманітного характеру.

У першому теоретичному розділі основної частини розглядаються теоретичні аспекти досліджуваної проблеми, аналітичний огляд літературних джерел з предмета дослідження, критично аналізуються різні погляди, здійснюється їх класифікація, обґрунтовуються основні фактори впливу на стан і розвиток досліджуваного об'єкта, тощо. Теоретичне обґрунтування, суть, значення, класифікаційні характеристики, історія та тенденції розвитку предмета дослідження, методичні підходи повинні мати певні елементи полемічності, розкривати власну позицію щодо предмету дослідження, що створює передумови для проведення у наступному розділі власних прикладних досліджень.

Для констатації та обґрунтування теоретичних висновків та тенденцій доцільно використовувати дані, опубліковані у відповідних енциклопедіях, монографіях, довідниках та інших зарубіжних джерелах та виданнях, у т.ч. з наукометричної бази Scopus. Обсяг першого розділу – 7-10 сторінок.

У другому дослідницько-аналітичному розділі студент, використовуючи фактичний матеріал і зібрану інформацію аналізує та розкриває зміст питань, що підлягають вивченню на прикладі конкретного підприємства, організації.

Другий розділ (аналітична частина) комплексної курсової роботи містить аналіз економічного стану об'єкта дослідження та відображає результати дослідження з теми курсової роботи. Обсяг другого розділу – 10-15 сторінок.

Другий розділ комплексної курсової роботи повинен містити три підрозділи:

2.1. Загальна характеристика підприємства/організації (в якому необхідно:

- дати коротку характеристику об'єкта дослідження, тобто навести назву підприємства; визначити його організаційно-правову форму; особливості заснування та функціонування (зазначити власників (засновників) підприємства, дату його заснування, дату та місце реєстрації); вказати величину статутного капіталу;

- навести коротку історію розвитку об'єкта дослідження;

- зазначити місцезнаходження підприємства;

- вказати профіль і визначитись з основними видами діяльності підприємства;

- дати загальну характеристику продукції, що випускається;

- охарактеризувати ринки збуту та основних конкурентів;

- проаналізувати основні показники фінансово-господарської діяльності підприємства, заповнивши таблицю. Усі проведені розрахунки в таблиці мають супроводжуватись ґрунтовними висновками щодо діяльності підприємства за досліджуваний період. Розрахунки основних економічних показників можуть супроводжуватись графіками, які наочно ілюструють динаміку показників, що досліджуються);

2.2. Практика управління на заводі/фабриці (в якому необхідно охарактеризувати практику вирішення конкретної фахової проблеми (визначеної темою роботи) на досліджуваному підприємстві. В цьому підрозділі аналізуються показники ефективності управління конкретним напрямом діяльності підприємства та робляться ґрунтовні висновки щодо діяльності підприємства за досліджуваний період. Розрахунки основних економічних показників можуть супроводжуватись графіками, які наочно ілюструють динаміку показників, що досліджуються);

2.3. Індивідуальне науково-дослідне завдання.

2.3.1. Прийняття управлінських рішень за результатами SWOT-аналізу.

Метод SWOT аналізу - універсальна методика стратегічного менеджменту. Об'єктом SWOT аналізу може стати будь-який продукт, компанія, країна. Часто компанії проводять SWOT-аналіз не тільки свого товару, але і продукції конкурентів, так як цей інструмент дуже наочно систематизує всю інформацію про внутрішнє і зовнішнє середовище будь-якої організації. Переваги SWOT аналізу полягають в тому, що він дозволяє досить просто, в правильному розрізі поглянути на становище компанії, товару або послуги, і тому є найбільш популярним інструментом в управлінні ризиками та прийнятті управлінських рішень.

Структура SWOT аналізу:

1. S - Сильні сторони
2. W – Слабкі сторони
3. O – Можливості
4. T – Загрози

Дані SWOT аналізу формують у вигляді матриці (таблиця 1).

Результатом проведення SWOT аналізу підприємства є план дій із зазначенням термінів виконання, пріоритетності виконання і необхідних ресурсів на реалізацію.

Таблиця 1

Результати SWOT-аналізу

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. ...	1. ...
2. ...	2. ...
Можливості	Загрози
1. ...	1. ...
2. ...	2. ...

На практиці виділяють 10 напрямків, в яких рекомендується зробити висновки:

1. Подивіться на сильні сторони вашого товару (підприємства): яку конкурентну перевагу продукту слід зміцнювати і розвивати?

2. Які сильні сторони компанії не так очевидні для покупців? Які сильні сторони потребують більш ефективної комунікації?

3. Подивіться на можливості росту компанії: Що необхідно зробити, щоб в максимально короткий термін реалізувати ці можливості?

4. Як в розвитку можливостей використовувати сильні сторони продукту (компанії)?

5. Подивіться на слабкі сторони продукту: як мінімізувати вплив слабких сторін на продукт?

6. Розробіть план дій щодо усунення слабких сторін або перетворенню слабких сторін в сильні.

7. Придумайте, як приховати ті слабкі сторони, які неможливо змінити?

8. Подивіться на існуючі загрози: яким чином можна нейтралізувати загрози, або зменшити їх потенційний вплив?

9. Чи можна перетворити загрози в можливості бізнесу і в джерела зростання продажів?

10. Що необхідно зробити, щоб захиститися від загроз в максимально короткий термін?

ЗАВДАННЯ. Використовуючи дані таблиці 2 сформууйте власну матрицю (таблицю 1) результатів SWOT – аналізу. Під таблицею зробіть висновки, використовуючи наведені вище 10 рекомендацій.

Умови для проведення SWOT-аналізу

Порядковий номер студента в журналі групи	Результати SWOT – аналізу
1	1. Вигляд упаковки привабливіший ніж у конкурентів 2. Розмір упаковки у конкурентів зручніший 3.Слабкий рівень конкуренції на ринку 4. Тенденція до падіння попиту на товари, що виробляються підприємством.
2	1. Якість товару вища ніж аналогів на ринку 2. Післяпродажний сервіс гірший ніж у конкурентів 3. Зручне місцезнаходження (центр міста) не використовується підприємством для реалізації продукції. 4. Нестабільність політичної ситуації в країні.
3	1. Імідж бренду кращий ніж у конкурентів. 2. Не зовсім вдале місце розташування (далеко від транспортних розв'язок) 3. Система прийняття рішень - централізована, це заважає оперативно здійснювати виробничі завдання. 4. Низькі бар'єри виходу на ринок.
4	1. Високий рівень впізнавання на ринку. 2. Гнучкість цінової політики. 3. Несприятлива економічна ситуація в країні. 4.Значні витрати на логістику.
5	1. Ширина асортименту гірша аніж у конкурентів 2. Відкрились нові ринки збуту 3. Відсутність повноважень у начальників служб, від яких передбачається швидке реагування. 4. Високий рівень зношеності основних засобів. 5. Ефективна програма лояльності для клієнтів.
6	1. З'явилися нові товарні групи 2. Зміна стилю життя споживачів. 3.Високий рівень гарантійного обслуговування продукції. 4. Демпінг зі сторони конкурентів
7	1.Зміна уподобань споживачів. 2.Поява нових споживачів на існуючих ринках. 3. Наявність власного інтернет-магазину. 4. Повільне опрацювання інтернет-замовлень.
8	1. Привабливість дизайну упаковки гірша ніж у конкурентів. 2.Можливість охоплення нових потреб існуючих споживачів. 3. Широкий асортимент товарів та послуг. 4. Зростання вартості сировини у постачальників.
9	1.Зниження рівня доходів населення. 2. Існують механізми для збільшення частоти здійснення покупки. 3.Наявність контактної інформації клієнтської бази споживачів. 3. Сезонність реалізації товарів.
10	1. Помітність дизайну товару краща ніж у конкурентів 2.Зростання вимог до продукту зі сторони споживачів. 3. Існує безкоштовна можливість підвищення кваліфікації працівників у бізнес-партнерів. 4. Високі затрати на енергоносії для виготовлення продукції
11	1. Обсяг закупівлі товару споживачем можна збільшити. 2. Функціональні характеристики товару такі ж як і у конкурентів. 3.Гнучка система знижок для постійних клієнтів. 4. Залежність від одного постачальника.
12	1.Низька здатність товару продаватись за більш високою ціною 2.Швидкість випуску (постачання на ринок) нового товару доволі низька. 3. Існує ймовірність зміни обсягу цільової аудиторії. 4. Посилення позицій компаній-конкурентів
13	1.Посилення правового регулювання. 2. Існують варіанти більш дешевого виробництва. 3. Розвинута інфраструктура поряд з підприємством.
14	1. Рівень лояльності до продукту (фірми) на високому рівні. 2.Висока чутливість цільової аудиторії до зміни ціни. 3. Є варіанти більш дешевого просування продукту. 4. Велике навантаження на основні засоби (обумовлене сезонністю виробництва)

15	1. Погіршення економічної ситуації в країні 2. Залишення ринку крупними гравцями 3. Собівартість продукції вища ніж у конкурентів 4. Наявність патентів
16	1. Низька кваліфікація персоналу 2. Висока швидкість прийняття управлінських рішень 3. Вихід на ринок потужних гравців 4. Покращення політичної ситуації в країні
17	1. Поява на ринку дешевших аналогів продукції 2. Креативність реклами 3. Слабка наявність необхідного асортименту в роздрібній торгівлі. 4. Досвід роботи компанії на ринку понад 10 років.
18	1. Слабка помітність товару на полицях в роздрібній торгівлі 2. Наявність технологій, що дозволяють знижувати собівартість 3. Слабкий рівень конкуренції на ринку 4. Закінчення терміну дії патенту на продукцію
19	1. Покращення демографічної ситуації в регіоні 2. Готовність споживачів рекомендувати товар 3. Зручність упаковки товару гірша ніж у конкурентів 4. Розвиток технологій в галузі
20	1. Варіанти більш дешевого розповсюдження товарів 2. Погіршення політичної ситуації в країні. 3. Висока «розкрученість» бренду. 4. Плинність кадрів
21	1. Відсутні вхідні бар'єри на ринок 2. Низька швидкість оформлення та відправки замовлення. 3. Виявлені напрямки підвищення продуктивності праці персоналу. 4. 50% обсягу продаж припадає на одного покупця.
22	1. Закінчення ліцензії 2. Зростання собівартості продукції. 3. SEO веб сайту потребує покращення. 4. Існує можливість розширення асортиментної групи
23	1. Послаблення регулювання в галузі. 2. Дистрибуція товарів краща ніж у конкурентів. 3. Унікальність каналів продажу. 4. Ефективність рекламної кампанії на низькому рівні
24	1. Суспільна підтримка бренду. 2. Моральний знос обладнання. 3. Втрата інноваційності продукту. 4. Низький рівень доходів населення в регіоні
25	1. Погана репутація на ринку. 2. Негативна кредитна історія. 3. Розроблений інноваційний продукт. 4. Відсутність конкурентів на ринку
26	1. Висока чутливість цільової аудиторії до зміни ціни. 2. Часті поломки виробничого обладнання. 3. Розташування складів зумовлює неефективну логістику. 4. Організаційна структура підприємства дозволяє приймати швидкі управлінські рішення.
27	1. Позитивна міграційна динаміка в регіоні. 2. Негативне висвітлення компанії в пресі. 3. Вихід на ринок нових конкурентів. 4. Сталі партнерські відносини з постачальниками, які постачають товар на вигідних для компанії умовах.
28	1. Зростання заробітних плат на підприємстві конкурента. 2. Збільшення податкового навантаження. 3. Управлінські рішення в компанії приймаються відносно швидко. 4. Незадоволеність акціонерів діяльністю менеджменту фірми.
29	1. Постачальник збільшив ціни на продукцію. 2. Велика дебіторська заборгованість на підприємстві. 3. Фірма-конкурент впроваджує нову технологію виробництва. 4. Продукція підприємства має високий рівень лояльності покупців.
30	1. Швидка доставка продукту до клієнтів. 2. Високий рівень браку на виробництві. 3. Ефективна рекламна кампанія. 4. Висока потреба у виробничому персоналі.

2.3.2. Вирішення ситуаційного завдання.

Розподіл ситуаційних завдань за порядковим номером студента в журналі групи наведено в таблиці 3.

Таблиця 3

Розподіл ситуаційних завдань

Порядковий номер студента в журналі групи	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Номер ситуаційного завдання	11	9	13	8	6	12	7	10	2	5	14	1	4	15	3
Порядковий номер студента в журналі групи	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Номер ситуаційного завдання	20	16	19	17	18	10	2	8	4	6	5	7	3	9	1

Ситуаційне завдання №1 «Делегування повноважень».

Керівник конструкторського відділу пішла в декрету відпустку. На її місце призначили Валентину Д. В її обов'язки, крім інших, входило перевірка звітів і розрахунків співробітників відділу. Крім цього, вона щомісяця повинна була подавати відомість на виплату премій. За характером Вікторія була дуже відповідальна і кмітлива. Вона ретельно перевіряла всі звіти і розрахунки співробітників до «крапки». І навіть знаючи, що деякі з них не роблять помилок, все одно детально вивчала всі дані. Це забирало багато часу, вона не встигала виконувати інші обов'язки і часто залишалася допізна. Провідний спеціаліст запропонував їй віддати частину звітів на перевірку йому, а розрахунки і креслення головному інженеру. Але Вікторія не погодилася. В результаті кілька разів поспіль вона не склала відомість і співробітники не отримали премію, що погіршило атмосферу в колективі.

Завдання. Чи потрібні такі детальні перевірки роботи співробітників? Як правильно організувати Вікторії роботу в відділі?

Ситуаційне завдання №2 «Клієнтська лояльність»

Менеджер знайшов нового клієнта за допомогою методу «холодним дзвінком», доклав багато зусиль, щоб опрацювати його і досягти домовленостей про співпрацю. Клієнт складний, примхливий та вимагає до себе особливого ставлення. На етапі укладення договору висунув вимогу замінити менеджера, мотивуючи тим, що «продав товар він добре, а ось наскільки якісно буде вести поточну роботу, організовувати поставки в строк» клієнт не впевнений, тому не хоче ризикувати і нервувати та вимагає відразу замінити менеджера. Це єдина мотивація. Менеджер на всіх етапах опрацювання клієнта працював бездоганно. Клієнт звертається до начальника відділу з бажанням замінити менеджера, інакше він піде в іншу компанію.

Завдання. Виходячи з описаної ситуації дайте розгорнуті відповіді на запитання:

1. Чому клієнт себе так поводить?» Чого він хоче досягти на вашу думку?
2. Які завдання стоять перед менеджером?
3. Як має вирішити ситуацію керівник відділу продажів?

Ситуаційне завдання №3 «Підступність керівника»

Власник бізнесу був присутній на нараді топ-менеджменту компанії. Розглядалося звіт по роботі великого підрозділу, при цьому був запрошений начальник цього підрозділу і його заступники. Начальник підрозділу доручив доповідати замість себе заступнику з виробництва. Він якраз дійшов до показників використання основних фондів одного з заводів компанії, яким займався цей підрозділ. Заступник при підготовці до наради неодноразово намагався отримати дані з заводу, проте в повному обсязі так і не отримав необхідну інформацію для формування релевантного звіту. Про це він завчасно сповістив свого начальника. Але і той не допоміг йому. Тоді доповідач заздалегідь підстрахувався, розрахував ці показники непрямим шляхом, і передав їх своєму шефу. У звіт він ці розрахунки не включив.

На питання власника бізнесу, чому в звіті немає цих показників, доповідач пояснив, що від заводу не отримав необхідних даних. Він промовчав про те, що неодноразово повідомляв свому начальнику свого безпосереднього начальника, який так нічого і не зробив. Він порадив, що таким чином підставить свого керівника, і сподівався, що останній сам скаже своє слово на нараді. Але начальник розсудливо промовчав, а доповідач отримав неслабкий «наганяй» від боса і інших топ-менеджерів, прийнявши весь гнів на себе. Відбувся класичний випадок в ієрархії «Топ керівник - безпосередній начальник - підлеглий», коли безпосередній начальник підставляє під удар свого підлеглого.

Завдання. Виходячи з описаної ситуації дайте розгорнуті відповіді на запитання:

1. Який принцип делегування повноважень було порушено?
2. Повноваження якого виду (лінійні, штабні, функціональні) передаються заступнику від свого безпосереднього керівника?
3. Чи слід було доповідачу вчинити іншим чином? Або він правильно себе повів в ситуації, що створилася?

Ситуаційне завдання №4 «Помилки планування»

Віталій Іванов вирішив розпочати власну справу. У нього була мета і мрія, до якої він давно прагнув. Віталій з'ясував, що біля одного з навчальних коледжів абсолютно відсутні будь-які кафе або їдальні. Взявши кредит у банку, він вирішив відкрити невелике кафе неподалік від коледжу, так як був впевнений, що справа піде добре. Так і сталося.

Півроку кафе мало величезний попит, і у ньому завжди були клієнти. Але потім Віталій Іванов, як розумний підприємець, вирішив, що бізнес потрібно розширювати. Ропочати вирішив із зміни меню, перед ним постав вибір змінити меню, включаючи туди повноцінні обіди, вартістю від 100 грн, або фірмові закуски вартістю не більше 50 грн. Так як було прийнято рішення

розширюватися, і оскільки у всіх хороших кафе вже були повноцінні обіди, він вирішив включити саме їх.

Меню змінили і всі кошти вільні були спрямовані на нові обіди. Але через декілька тижнів було зрозуміло, що справи кафе помітно погіршилися, клієнтів стало мало і продукти для обідів швидко псувалися і пропадали. Ще через два місяці Віталій закрити своє кафе.

Завдання. Виходячи з описаної ситуації дайте розгорнуті відповіді на запитання:

1. Як ви оцінюєте підхід Віталія Іванова до попереднього вивчення ринку?
2. Як можна сформулювати місію підприємства Віталія?
3. Чи відповідали заплановані зміни місії організації?
4. Який фактор зовнішнього середовища погано проаналізував Віталій Іванов?
5. Як би ви порадили діяти Віталію Іванову?

Ситуаційне завдання №5 «Компроміс на відмові»

Дайте якомога більше рішень ситуації: клієнт, здійснює значну закупівлю партії товару і вимагає таку знижку, яку ви не можете надати. Цей кейс дозволяє виявити варіативність мислення і знання специфіки продажів, а також вміння торгуватися. Хороший менеджер з продажу повинен дати не менше 5 варіантів рішення ситуації.

Ситуаційне завдання №6 «Інформація – купуй зараз»

Компанія AMAZON пропонувала (і пропонує до сих пір) поширену і дуже ефективну супутню послугу - доставку в день замовлення. Але багато потенційних покупців не надавали їй значення, тому що просто не знали про це. Тому команда сайту помістила на самому видному місці головної сторінки веб-сайту сторінки великий банер, що повідомляв відвідувачів про швидку доставку. Плюс, на ньому ж вони розмістили таймер, який вказує час до закінчення якого потрібно зробити замовлення, щоб товар привезли в той же день. Після цього про їх швидкісний сервіс доставки дізналися всі. Який результат принесли такі зміни? Збільшення продажів на 10%!

Завдання. Виходячи з описаної ситуації дайте розгорнуті відповіді на запитання: Які висновки можна зробити з вищенаведеної ситуації?

Ситуаційне завдання №7 «Загрози біржового обігу»

Публічне Акціонерне товариство «Сігма» здійснює свою діяльність на ринку портативної спортивної електроніки. Основним конкурентом товариства є компанія «Garmin». Основні акціонери володіють сукупною часткою акцій в розмірі – 47%. Решта акцій розпорошені та вільно обертаються на ринку. В останній час, компанія «Garmin» почала активну кампанію щодо купівлі акцій товариства «Сігма». Так, компанії вже належить 18% акціонерного капіталу. В майбутньому частка тільки зростатиме.

Завдання. Виходячи з описаної ситуації дайте розгорнуті відповіді на

запитання:

1. Які загрози постають перед товариством «Сігма»?
2. Які варіанти вирішення ситуації?
3. З якими проблемами може зіткнутись менеджмент підприємства при реалізації варіантів уникнення від загроз?

Ситуаційне завдання №8 «Диверсифікація заробітної плати»

На малому виробничому підприємстві працюють такі працівники: директор, комерційний директор, головний бухгалтер, бухгалтер, юрист, секретар, маркетинг-менеджер, заступник директора з виробництва, заступник директора з постачання, бригада виробничого персоналу безпосередньо задіяної у виробництві продукції, бригада технічного обслуговуючого персоналу виробничої лінії, іт спеціаліст, який працює неповний робочий день без чіткої регламентації графіку роботи.

Завдання. Запропонуйте конкретні форми та системи оплати праці для працівників підприємства. Пропозиції обґрунтуйте.

Ситуаційне завдання №9 «Ризик імпортера»

Підприємство «Альфа» здійснює зовнішньо-економічну діяльність, зокрема імпортує продукцію з Німеччини та реалізовує на вітчизняному ринку. Розрахунки з німецьким партнером здійснюються в євро у безготівковій формі. Відпуск продукції зі складу в Німеччині здійснюється лише по 100% передоплаті. В свою чергу при замовленні продукції клієнти підприємства «Альфа» розраховуються з ним за схемою 70% передоплата, а решта - 30% оплачуються в день відвантаження товарів зі складу в Україні. Банк, в якому обслуговується підприємство «Альфа» здійснює купівлю валюти по заявкам клієнтів на наступний день після отримання такої заявки.

Завдання. Виходячи з описаної ситуації дайте розгорнуті відповіді на запитання:

1. З якими ризиками може зіткнутись підприємство «Альфа»?
2. Як підприємство альфа повинно сформувавши цінову політику та організувати свою взаємодію з покупцями, враховуючи, коливання валютного ринку та враховуючи, що розрахунки при реалізації продукції в Україні можливі лише в гривнях?

Ситуаційне завдання № 10 «Внутрішня конкуренція»

Приватне підприємство «СМАРТ» як офіційний дистриб'ютор німецького виробника підлогових покриттів «АТРА» в Україні, сформувало дилерську мережу з реалізації продукції, яка включає 5 компаній. З розвитком інтернет технологій та вільного доступу до інформації почалась внутрішня конкуренція між дилерами та покриттями. Це в свою чергу почало негативно впливати на показники продажів. Приклад: Компанія «Буд монтаж» (дилер підприємства «СМАРТ»), яка знаходиться у Львові зробила пропозицію комерційного покриття для підлоги для щойно збудованого офісного центру в м. Львів. Були погоджені візерунки та обсяг необхідного покриття. Отримавши

цінову пропозицію, представники забудовника офісного центру за допомогою інтернет пошуку знайшли іншого дилера цієї ж продукції (Компанію «ЛюксКонтракт») у м. Київ.

Компанія «ЛюксКонтракт» зробила дещо дешевшу цінову пропозицію покриття для підлоги представникам офісного центру, внаслідок чого і здійснило реалізацію продукції.

Компанія «Буд монтаж» була вкрай не задоволена такою ситуацією, та погрожувала припинити дилерство, якщо таке повториться в майбутньому, адже представники цієї фірми здійснили практично всю роботу необхідну для реалізації продукції: знайшли клієнта (офісний центр) запропонували продукцію німецького виробника «АТРА», погодили дизайн, зробили заміри та розрахунки.

Завдання. Виходячи з описаної ситуації дайте розгорнуті варіанти дій, які доцільно зробити приватному підприємству «СМАРТ», для того щоб уникати таких ситуацій в майбутньому при дистрибуції продукції та зберегти партнерські відносини з дилерами.

Ситуаційне завдання № 11 «Небезпечний робочий графік»

Олександр працює керівником проекту у філії великої міжнародної ІТ компанії. Так склалося, що більшість розробників знаходилися в США, а у львівському відділенні в Україні працювали здебільшого тестувальники ІТ продукту та бізнес-аналітики. Олександр коштувало чималих зусиль переконати топ-менеджмент компанії в достатній управлінській компетенції своєї філії, що забезпечило менеджерські посади для працівників в Україні. Нарешті, перший власний проект був отриманий! Перший «вітчизняний» керівник Олександр пообіцяв керівництву, що не підведе і наполегливо приступив до роботи.

Однією з найбільш нагальних проблем стала різниця в часі 8 годин. Адже провідні розробники все ще були в США. Переломним моментом стало прохання-вимога топ-менеджменту закінчити проект на місяць раніше, ніж було заплановано. Одним із заходів щодо їх задоволення стало рішення «попросити» працівників в Україні перейти на робочий графік з 13 до 22. За що були обіцяні солідні бонуси. Ситуація коли львівським співробітникам доводилося їхати додому на таксі (перестала бути незвичайною. Став все частіше чути незадоволений шепіт в офісі, почалися запізнення і спроби влаштувати тихий страйк роботи.

Піком негативної ситуації в компанії став випадок, коли по дорозі з роботи бізнес-аналітик Ольга зіткнулась з агресивною не тверезою компанією. На щастя, вчасно з'явився колега і нічого страшного не сталося.

Через кілька днів Ольга попросила в керівника Олександра перевести її на «нормальний» часовий графік. Але зробити це без шкоди для проекту було ніяк не можливо, а пояснити американським патнерам теж непросто. Олександр як міг умовив Ольгу потерпіти ще трохи і повернувся до своїх справ. Ефективність роботи Ольги та деяких інших колег значно впала, внаслідок ситуації, що склалась. Ще через пару днів Ольга написала Олегу офіційний

лист все з тим же проханням перевести її на колишній графік роботи, «оскільки керівництво компанії не в змозі забезпечити її безпеку при поверненні додому. Про це дізнався весь офіс і робоча атмосфера ставала вкрай напруженою.

Завдання. Виходячи з описаної ситуації дайте розгорнуті відповіді на запитання:

1. Що можна зробити Олександрю прямо зараз?
2. Як запобігти появі подібних ситуацій в майбутньому?

Ситуаційне завдання № 12 «Ти для мене не авторитет»

Керівник інтернет проекту Андрій, звернувся до свого підлеглого Віталія з вимогою зробити необхідну функцію на сайті, з розтлумаченням того як це необхідно зробити, адже реалізація такої функції забезпечить зручність користування сайтом. На що Віталій відповів, що робити так як сказав Андрій не буде, тому що йому так не подобається. І взагалі, зазначив, що для нього Андрій не є авторитетом

Не те щоб Віталій не хотів працювати, він цілком працьовитий і грамотний розробник. Просто характер у нього складний. Обговорити з ним проблему можна, але він залишиться при своїй думці - "не робитиму". І не те щоб серед колег авторитету у Андрія не було - як раз навпаки, з багатьма проблемами приходили саме до нього і він вміло вирішував ситуації.

Завдання. Виходячи з описаної ситуації дайте розгорнуті відповіді на запитання:

1. Як будувати подальший діалог та роботу з Віталієм? (Йти до директора скаржитися - нерозумно, означає розписатися у власному безсиллі. Якось впливати на Віталія немає ніяких реальних важелів у керівника групи. Не може він ні рублем покарати, ні взяти на місце Маші більш поміркованим співробітника. Такі питання тільки директор вирішує, і витратити кілька місяців на заміну Маші, яка давно працює і знає все про продукт, він не стане.

2. Як ефективно реагувати на поведнку типу: "ти мені не авторитет і не указ"?

Ситуаційне завдання № 13 «Скарбничка довіри»

Серед працівників команди проекту існує правило запізнився на роботу - штраф 20 грн., не цензурно висловився - штраф 30 грн. Гроші складаються в скарбничку і потім витрачаються на спільне часопроведення (обід в кафе, боулінг і т.д). Такій традиції вже понад 3 роки використовували гроші вже кілька разів. З останнього разу пройшло більше року, іноді заглядали, щоб розміняти гроші, або взяти здачу якщо наприклад купюра 500 грн. а треба покласти 30. І ось виникла ситуація – керівник команди відкрив скарбничку, щоб розміняти гроші і вивив, що в ній всього 10гривень. Ніхто не знає скільки коштів точно там було але всі знають напевно, що там були сотні гривень. Хтось узяв гроші. Хто - незрозуміло. Може новий працівник в команді, який здивувався коли дізнався, що в офісі є відео спостереження Камера нажаль не охоплює той стіл, на якому стояла скарбничка. Може хтось сторонній,

прибиральниця наприклад? Шкода не гроші а довіру.

Завдання. Виходячи з описаної ситуації дайте розгорнуті відповіді на запитання:

1. Що в цій ситуації робити лідерів команди?

Ситуаційне завдання № 14 «Не проста розмова»

Ви є керівником функціонального (ресурсного) підрозділу матричної структури з більш-менш стабільним рівнем завантаження персоналу. Раптово (тобто це насправді форс-мажор, який неможливо було передбачити), ви отримуєте інформацію про 3 рівноймовірні зміни у завантаженні ваших співробітників через 3 місяці:

1. Обсяг роботи скоротиться на 25%.
2. Обсяг роботи залишиться колишнім.
3. Обсяг роботи виросте на 50%.

Зміни обсягу швидше за все призведуть до відповідних коливань бюджету (а значить і чисельності). Ринку праці для співробітників даного профілю немає. Аналогічні компанії щосили скорочують персонал.

Завдання. Виходячи з описаної ситуації дайте розгорнуті відповіді на запитання:

1. Яким чином підготувати співробітників до цих новин (якщо звичайно ви будете, це робити)?
2. Як і про що розмовляти з вашим керівництвом в такій ситуації?

Ситуаційне завдання № 15 «Тютюнове рішення»

Ви - головний менеджер на великій фірмі з виробництва всесвітньо відомих сигарет. У фірми є численні фабрики по всьому світу. З'явилася можливість відкрити ще фабрику в одній з країн, і від вас залежить рішення - підписати новий контракт чи ні. Будівництво даної фабрики забезпечить новими робочими місцями цей регіон, тим самим вирішиться актуальна проблема - безробіття, а також - це принесе великий дохід вашій фірмі. Однак ви, займаючись виробництвом і продажем великих партій сигарет, до сих пір не були переконані в тому, що куріння викликає рак. Нещодавно вам в руки потрапив звіт про дослідження, в якому було встановлено пряму залежність між курінням і онкологічними захворюваннями.

Завдання. Виходячи з описаної ситуації дайте розгорнуті відповіді на запитання:

1. Яким буде ваше рішення?
2. Чи підпишете ви новий контракт з будівництва нової фабрики?

Ситуаційне завдання № 16 «Угода з совістю»

Ви - менеджер з маркетингу на фірмі, яка випускає побутову техніку. Фірма за допомогою дорогих досліджень спробувала удосконалити один з товарів, що випускаються, а саме - пилосос. Пилосос як і раніше не іонізує повітря, хоча саме до цього результату намагалися прийти в результаті досліджень. Тому новий тип пилососа не став по-справжньому вдосконаленою

новинкою. Ви знаєте, що поява напису «Удосконалена новинка» на упаковці і в рекламі засобів масової інформації підвищить значно збут такого товару.

Завдання. Виходячи з описаної ситуації дайте розгорнуті відповіді на запитання:

1. Яке рішення ви приймете?
2. Зробіть такий напис чи ні?

Ситуаційне завдання № 17 «Вигідний контракт»

Ви - головний менеджер відомої фірми, і щосили намагаєтеся добитися укладення вигідного контракту на велику суму продажів з однією компанією. В ході переговорів дізнаєтеся, що представник покупця підшукує собі більш вигідну роботу. У вас немає бажання брати його до себе на роботу, але якщо ви натякнете йому про цю можливість, він швидше за все передасть замовлення саме вам.

Завдання. Виходячи з описаної ситуації дайте розгорнуті відповіді на запитання:

1. Як вчините ви?
2. Якщо ви приймете рішення і натякнете представнику покупця - вигідний контракт буде укладено, після цього ви приймете на роботу цього представника?

Ситуаційне завдання № 18 «Проблема вибору»

Керівник відділу кредитування одного з українських банків Тетяна М. після довгих роздумів прийняла нарешті остаточне рішення про необхідність введення штатної посади заступника начальника відділу. Це було пов'язано з тим, що постійно збільшується обсяг роботи відділу, де Тетяна М. була єдиним менеджером, став відбиватися на якості роботи. Тетяна Михайлівна розуміла, що починає випускати з уваги важливі проблеми, які слід було б вирішувати в відділі.

Коло потенційних кандидатів швидко звузилося до двох працівників. Першою була її давня подруга Олена. З нею вони п'ятнадцять років тому разом вчилися у фінансовій академії. Роки спільного навчання в одній групі, життя в гуртожитку - все це дуже зблизило їх. Вони довіряли один одному, також вони дружили сім'ями.

Як фахівець Олена була цілком кваліфікованим працівником. Їй не вистачало, на думку Тетяни Михайлівни, творчої «жилки», енергійності і наполегливості в досягненні поставлених цілей. Саме ці якості і дозволили свого часу Тетяні Михайлівні стати керівником відділу кредитування і відповідно начальником Олени. Цю подію Олена сприйняла зовні спокійно.

Іншою кандидатурою на посаду заступника, як вважала Тетяна М, була Надія, яка після закінчення ВНЗ працювала в її відділі близько двох років. З перших днів своєї трудової діяльності Надія швидко «вписалася» в жіночий колектив відділу.

Володіючи гострим розумом і будучи надзвичайно динамічною, Надія дуже скоро стала кваліфікованим працівником. Тетяна Михайлівна вважала, що

Надії не вистачало лише посидючості. Неодноразово за власною ініціативою Надія пропонувала Тетяні М. оригінальні рішення, за допомогою яких вдавалося досягти значних результатів.

Завдання. Виходячи з описаної ситуації дайте розгорнуті відповіді на запитання:

1. Кому, на вашу думку, слід віддати перевагу у вирішенні питання про заступника відділу: подрузі Олені або молодій співробітниці Надії?

2. Обґрунтуйте своє рішення, обґрунтувавши переваги і недоліки кожної кандидатури.

3. З якими труднощами може зіткнутись Тетяна М. при наданні переваги одній чи іншій працівниці.

Ситуаційне завдання № 19 «Незамінний працівник»

На підприємстві працює по-справжньому унікальний фахівець - Роман Самсонюк. Він слюсар-універсал. Київ хоч і велике місто, але за рівнем майстерності цею можна знайти 5-6 чоловік рівних йому. Проблема полягає в тому, що Роман Самсонюк прекрасно знає про свою унікальність і «незамінність», що дає йому підстави без докорів сумління «знущається над керівництвом». Заробітна плата у нього висока, в цьому плані він усім задоволений і жодних вимог не пред'являє.

Однак в будь-який момент може не вийти на роботу і підставити керівництво підприємства. Наприклад, він може подзвонити генеральному директору і заявити: «До мене сват приїхав, так що я на дві неділі їду з ним порибалити». І цех теж зупиняється на два тижні, тому що замінити Романа ніким.

Виробництво зупинено, робочі відпочивають, підприємство втрачає гроші. І все через розбещеність однієї людини. Причому звільнити його неможливо - другого такого фахівця не знайти.

Завдання. Виходячи з описаної ситуації дайте розгорнуті відповіді на запитання:

1. Що робити керівнику? Як мотивувати працівника, щоб він так себе не

поводив?

2. Як ви думаєте, чи дійсно такого працівника неможливо замінити? Чи настільки цінний він для підприємства?

3. Як керівнику правильно вибудувати відносини з таким підлеглим?

Ситуаційне завдання №20 «Врахування досвіду»

В будівельній компанії внаслідок збільшення обсягів проектантської роботи виникла необхідність в додатковій штатній одиниці – інженер – конструктор. Начальник проетантського відділу запропонував свого протеже. Недивлячись не незначний досвід цього працівника, йому була назначена заробітна плата в 1,5 раз більша ніж двох інших інженерів, які вже давно працюють в компанії. Дізнавшись про такий стан справ ці інженери, вирішили звернутись до директора з персоналу з вимогою вирішити суперечливу

ситуацію, що склалась. Основна увага зосереджувалась на тому, що вони давно працюють на підприємстві та мають великий досвід.

Завдання. Виходячи з описаної ситуації дайте розгорнуті відповіді на запитання:

1. Як має вчинити директор з персоналу підприємства в цій ситуації ?

У висновках та рекомендаціях комплексної курсової роботи рекомендується підвести підсумки проведеного дослідження, викласти основні практичні результати, що одержано, рекомендації щодо їх практичного використання. В рекомендаціях повинні бути надані конкретні обґрунтовані пропозиції щодо вдосконалення управління та підвищення ефективності діяльності підприємства (організацій).

Формулювання висновків повинно базуватися відповідно до поставлених завдань на матеріалах основної частини роботи. Для формулювання висновків та ґрунтовних пропозицій рекомендується апробація основних положень дослідження в реально діючих підприємствах професійної сфери діяльності.

Обсяг висновків та рекомендацій, як правило, не повинен перевищувати 2-3 сторінки.

До списку використаних джерел слід включати джерела, на які у тексті є посилання, а також ті, які використано при викладі конкретних положень. Список складається із законодавчих актів, нормативних матеріалів, вітчизняної та зарубіжної наукової, навчально-методичної та спеціальної літератури, фахових видань, інформаційних ресурсів Інтернету.

У додатках наводяться допоміжні матеріали: копії документів, витяги із законодавчо-нормативних документів, звіти, інструкції/положення/правила, результати соціологічних та маркетингових досліджень, громіздкі таблиці, рисунки тощо.

Рекомендований обсяг комплексної курсової роботи - 20-25 сторінок. До цього обсягу не включають список використаних джерел та додатки. Допускається відхилення в межах $\pm 10\%$.

2.2. Вимоги до оформлення комплексної курсової роботи

Оформлення комплексної курсової роботи має відповідати загальним вимогам до наукових робіт згідно з державним стандартом ДСТУ 3008:2015 «Інформація та документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура та правила оформлення».

Текст комплексної курсової роботи набирають на комп'ютері через 1,5 міжрядкові інтервали (29-30 рядків на сторінці), друкують за допомогою принтера на одному боці аркуша білого паперу формату А4 (210x297 мм); шрифт текстового редактора - Word Times New Roman, розмір 14 мм. Поля: зліва — не менше 25 мм, справа — не менше 10 мм, зверху і знизу - не менше 20 мм. Шрифт друку повинен бути чітким, щільність тексту - однаковою.

Кожну структурну частину роботи починають з нової сторінки. Заголовки структурних частин роботи «ЗМІСТ», «ВСТУП», «РОЗДІЛ», «ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ», «ДОДАТКИ» друкують великими літерами симетрично до тексту по центру сторінки (без крапки).

Зміст має відповідати плану роботи. На сторінці зі змістом навпроти кожної складової комплексної курсової роботи проставляються номери сторінок, які вказують на початок викладення матеріалу.

Нумерацію сторінок, розділів, підрозділів, додатків, рисунків, таблиць подають арабськими цифрами без знака №.

Нумерація сторінок комплексної курсової роботи має бути наскрізною (включаючи ілюстрації) і проставлятися у правому верхньому куті аркуша без крапки.

Першою сторінкою є титульний аркуш, який входить до загальної нумерації сторінок. На титульному аркуші, аркушах завдання та аркуші змісту номер сторінки не ставиться. Нумерація сторінок проставляється, починаючи зі «Вступу» .

На титульному аркуші зазначають повну назву міністерства/відомства, закладу вищої освіти, випускової кафедри; тему роботи; дані про студента, наукового керівника, місто та рік подання комплексної курсової роботи до захисту. Скорочення у назвах міністерства/відомства, вищого навчального закладу та теми комплексної курсової роботи не допускаються.

Текст основної частини комплексної курсової роботи поділяють на розділи та підрозділи. Кожний розділ починають з нової сторінки.

Складові комплексної курсової роботи «ЗМІСТ», «ВСТУП», «ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ» не нумерують.

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

Підрозділи нумерують у межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, між якими ставлять крапку. Наприкінці номера 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. Наприкінці заголовка крапки не ставлять.

Під час роботи з різними джерелами науковий етикет вимагає точно відтворювати цитований текст, оскільки найменше скорочення може спотворити зміст, викладений автором. Посилання в тексті на джерела наводять у квадратних дужках із зазначенням джерела та сторінки. Перша цифра у квадратних дужках відповідає номеру джерела у списку використаних джерел, друга - номеру сторінки (наприклад, [32, с. 85]).

Наприкінці комплексної курсової роботи наводиться список використаних джерел. До цього списку включаються публікації вітчизняних і зарубіжних авторів, на які є посилання в роботі. Всі джерела вказуються тією мовою, якою вони видані.

Під час складання списку використаних джерел необхідно дотримуватися національного стандарту ДСТУ ГОСТ 7.1:2006 «Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання». Він прийнятий для уніфікації складання бібліографічного опису на міжнародному рівні, забезпечення можливості обміну результатами каталогізації.

Допоміжними матеріалами є: ілюстрації (схеми, діаграми, 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. Наприклад, Рис. 1.2. - другий рисунок першого розділу. Номер, назва ілюстрації та пояснювальні підписи розміщують послідовно під ілюстрацією, відокремлених крапкою.

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

Цифровий матеріал, як правило, оформлюють у вигляді таблиць. Таблицю слід розташовувати безпосередньо після тексту, у якому вона згадується вперше, або на наступній сторінці. На всі таблиці мають бути посилання в тексті. При цьому по тексту слово «таблиця» пишуть скорочено, наприклад «... у табл. 2.1». У повторних посиланнях на таблиці та ілюстрації скорочено пишуть слово «дивись», наприклад «див. табл. 2.2».

Таблиці нумерують арабськими цифрами наскрізною нумерацією в межах розділу, за винятком таблиць, що наводяться у додатках. Номер таблиці складається з номера розділу і порядкового номера таблиці, відокремлених крапкою, наприклад, таблиця 2.1 - перша таблиця другого розділу.

Назву таблиці друкують звичайним шрифтом малими літерами (крім першої великої) і розміщують над таблицею. Назва має бути стислою і відбивати зміст таблиці.

Формули нумерують у межах розділу. Номер формули складається з номера розділу та порядкового номера формули в розділі, відокремлених крапкою. Номер формули зазначають на рівні формули у круглих дужках у крайньому правовому положенні, наприклад: (2.1) (перша формула другого розділу). Посилання на формули надають порядковим номером формули в дужках, наприклад: «... у формулі (2.1)». Пояснення значень символів і числових коефіцієнтів формули наводять 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 формула відокремлюється від тексту одним вільним рядком.

Додатки оформлюються як продовження комплексної курсової роботи на наступних її сторінках, розміщуючи їх у порядку появи посилань у тексті. Кожний додаток друкується з нової сторінки.

З правого боку рядка малими літерами з першої великої друкується слово «Додаток __» (але без знака №) і велика літера, що позначає додаток. Наприклад: «Додаток Б». Додатки позначаються великими літерами української абетки, за винятком Г, Є, І, Ї, И, О, Ч, Ь. Наприклад, Додаток А.

Додаток повинен мати заголовок, надрукований угорі малими літерами з першої великої симетрично відносно тексту сторінки. Текст кожного додатка, може бути поділений на розділи й підрозділи, які нумерують у межах кожного додатка. Якщо зміст додатка не вміщується на одну сторінку, то на наступній сторінці у верхньому правому куті зазначається «Продовження додатку...».

3. ЗАХИСТ КОМПЛЕКСНОЇ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Комплексна курсова робота подається науковому керівникові для перевірки у строки, визначені у завданні комплексної курсової роботи.

Після перевірки роботи науковим керівником, електронний варіант комплексної курсової роботи передається адміністратору комп'ютерної системи Unichesk на перевірку на наявність текстових збігів та запозичень. Адміністратор комп'ютерної системи Unichesk видає довідку про оригінальність роботи, яка підшивається до роботи. В комплексній курсовій роботі дозволяється наявність запозиченого тексту із обов'язковим визначенням джерел цього тексту у формі посилань. В роботі повинно бути не менше 60 % оригінального тексту (або до 40 % текстових збігів).

Науковий керівник надає відгук про комплексну курсову роботу, в якому визначаються: актуальність дослідження; ефективність використаних методик; рівень застосування здобутих у процесі навчання теоретичних знань та підготовки до виконання наукових досліджень; вміння самостійно вирішувати наукові та практичні задачі; вміння логічно, послідовно, аргументовано викладати матеріал і робити висновки; перспективність запропонованих рекомендацій та ступінь обґрунтованості висновків; недоліки роботи (за наявності). Форма відгуку наукового керівника про комплексну курсову роботу наведено в Додатку Г.

Комплексна курсова робота обов'язково повинна мати рецензію рецензента. Рецензентами можуть бути: фахівці-практики, науковці, викладачі ЗВО тощо. Керівник курсової роботи не може одночасно бути рецензентом цієї ж роботи. Форма рецензії на комплексну курсову роботу наведено в Додатку Д.

Під час рецензування комплексної курсової роботи рекомендується визначати:

- актуальність постановки і розроблення завдань;
- використання наукових методів дослідження;
- обґрунтованість висновків і пропозицій;
- участь студента у проведених дослідженнях, теоретичній та аналітичній обробці отриманих результатів, формулюванні наукового положення/ідеї/методики;
- вміння студента чітко, грамотно й аргументовано викладати матеріал, правильно оформлювати його;
- недоліки щодо змістової частини роботи, оформлення.

Рецензія надається письмово і повинна містити загальний висновок щодо рекомендацій до захисту (рекомендовано або не рекомендовано) на засідання комісії.

Захист комплексної курсової роботи відбувається прилюдно на засіданні комісії, склад якої затверджується у встановленому порядку. Під час прилюдного захисту студент доповідає і демонструє основні положення результатів дослідження, відповідає на запитання членів комісії та інших присутніх на захисті фахівців.

Секретар комісії протоколює процедуру захисту.

4. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ КОМПЛЕКСНОЇ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Автор комплексної курсової роботи має продемонструвати: вміння логічно та аргументовано викладати матеріал, коректно використовувати статистичні, математичні та інші методи, проводити власні дослідження; володіння навичками узагальнення, формулювання висновків; вміння працювати з інформаційними джерелами, ініціювати та обґрунтовувати напрями вирішення проблеми, що досліджується.

Критеріями оцінювання комплексної курсової роботи є:

- чіткість, повнота та послідовність розкриття кожного питання плану і теми роботи в цілому;
- науковість стилю викладання;
- відсутність орфографічних і синтаксичних помилок;
- правильне оформлення роботи відповідно до стандартів.

Комплексна курсова робота, в якій розкрито тему, прореферовано необхідні літературні джерела, проаналізовано відповідні інформаційні та статистичні бази даних, проведено дослідження, сформульовано висновки без необхідного їх обґрунтування допускається до захисту, але не може бути оцінена вище ніж **«задовільно»**.

Робота, в якій зроблено власне оцінювання використаних літературних джерел, самостійно проаналізовано підібраний матеріал, звітні дані підприємства або організації, на базі яких досліджувалася тема, проведено комплексні дослідження, зроблено висновки та сформульовано пропозиції, але вони не є достатньо аргументованими, може бути оцінена на **«добре»**.

Робота, в якій зроблено власне оцінювання різних літературних джерел, використано сучасні методи дослідження, побудовано формалізовану модель проблеми, проведено комплексні дослідження, розрахунки і на їх основі - аргументовано висновки та обґрунтовано пропозиції, а результати дослідження практичне значення і рекомендоване до впровадження може бути оцінена на **«відмінно»**.

При цьому розподіл балів за структурними елементами комплексної курсової роботи наведено в таблиці 4.

Таблиця 4

Назва структурної складової роботи	Максимальна кількість балів
Вступ	10
Розділ 1	10
Розділ 2	40
в т.ч. підрозділ 2.1	10
підрозділ 2.2	20
підрозділ 2.3.1	5
підрозділ 2.3.2	5
Висновки та рекомендації	20
Публічний захист роботи	20

Результати захисту комплексної курсової роботи оцінюються за комплексною системою оцінювання, яка передбачає поєднання Європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС) (за шкалою «А», «В», «С», «D», «Е», «FX», «F»), національної (за шкалою «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») та системи ЗВО (за 100-бальною шкалою). Шкала оцінювання комплексної курсової роботи наведена в табл. 5.

Таблиця 5

Шкала оцінювання комплексної курсової роботи

Загальна кількість балів	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS
90-100	5 «Відмінно»	A
82-89	4 «Добре»	B
74-81	4 «Добре»	C
64-73	3 «Задовільно»	D
60-63	3 «Задовільно»	E
35-59	2 «Незадовільно»	FX
0-34	2 «Незадовільно»	F

За результатами публічного захисту комплексної курсової роботи на закритому засіданні комісії більшістю голосів приймає рішення щодо оцінки захисту і роботи (враховуючи відгук керівника, рецензента, зміст доповіді, відповіді на запитання).

Оцінка за виконання та захист комплексної курсової роботи вноситься в заліково-екзаменаційну відомість і в залікову книжку здобувача вищої освіти за підписом наукового керівника та членів комісії.

Підсумки виконання та захисту комплексних курсових робіт обговорюються на засіданнях кафедри менеджменту, а загальні підсумки підводяться на засіданнях ради економічного факультету ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про вищу освіту» // База даних «Законодавство України»/ВР України. [URL:http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18)
2. Закон «Про освіту» // База даних «Законодавство України»/ВР України. [URL:http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19](http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19).
3. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України»/ВР України. [URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF/paran12#n12](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF/paran12#n12)
4. Стандарт вищої освіти України з галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти / Затверджено та введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 29.10.2018 р. № 1165.
5. Галузевий стандарт вищої освіти України «Засоби діагностики якості вищої освіти бакалавра галузі знань 0306 «Менеджмент і адміністрування» напряму підготовки 030601 «Менеджмент». Вимоги до державної атестації студентів» / Затверджено Міністерством освіти і науки, молоді та спорту України від 21.05.2012 р. №607.
6. Положення про організацію освітнього процесу в ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука». [URL: http://www.megu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/10/polo_pro_osv_pr.pdf](http://www.megu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/10/polo_pro_osv_pr.pdf)
7. ДСТУ 3008:2015 «Інформація та документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура та правила оформлення» [Національний стандарт України] / Український інститут науково-технічної і економічної інформації». – Київ: ДП «УкрНДНЦ». – 2016. – 31 с.
8. ДСТУ ГОСТ 7.1:2006 «Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання» [Національний стандарт України]. – Київ: Держспоживстандарт України, 2007. – 47 с.
9. ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання» [Національний стандарт України] / Державна наукова установа «Книжкова палата України імені Івана Федорова». – Київ: ДП «УкрНДНЦ». – 2017. – 16 с.

ДОДАТКИ

Перелік рекомендованих тем комплексних курсових робіт для здобувачів вищої освіти ступеня бакалавра за освітньо-професійною програмою «Менеджмент організацій» зі спеціальності 073 «Менеджмент»

1. Автоматизація системи управління підприємства (на прикладі)
2. Адміністративні методи управління діяльністю підприємства (на прикладі)
3. Амортизаційна політика підприємства (на прикладі)
4. Аналітичне забезпечення управління фінансово-економічними результатами діяльності підприємства (на прикладі)
5. Аналітичні інструменти в управлінні економічним розвитком підприємства (на прикладі)
6. Антикризова програма підприємства (на прикладі)
7. Антикризове управління діяльністю підприємства (на прикладі)
8. Асортиментна політика підприємства (на прикладі)
9. Аутсорсинг в діяльності підприємства (на прикладі)
10. Брендінг в діяльності підприємства (на прикладі)
11. Бренд-менеджмент підприємства (на прикладі)
12. Бюджетний метод управління підприємством (на прикладі)
13. Вартісно-орієнтоване управління підприємством (на прикладі)
14. Використання компетентнісного підходу у менеджменті знань працівників підприємства (на прикладі)
15. Використання Паблік Рілейшінз у менеджменті організації (на прикладі)
16. Виробнича стратегія підприємства (на прикладі)
17. Виробничий менеджмент підприємства (на прикладі)
18. Внутрішній контроль в системі управління підприємства (на прикладі)
19. Внутрішній фінансовий контроль як фактор ефективного управління підприємством (на прикладі)
20. Дивідендна політика підприємства (на прикладі)
21. Діагностика бізнес-середовища підприємства (на прикладі)
22. Діагностика ефективності діяльності підприємства (на прикладі)
23. Діагностика загроз діяльності підприємства (на прикладі)
24. Діагностика ресурсного забезпеченням виробничої діяльності підприємства (на прикладі)
25. Діагностика системи управління підприємства в сучасних умовах господарювання (на прикладі)
26. Економічні методи управління діяльністю підприємства (на прикладі)
27. Збутова політика підприємства (на прикладі)
28. Зовнішньоекономічна стратегія підприємства (на прикладі)
29. Імідж організації в умовах конкуренції (на прикладі)
30. Імідж підприємства (на прикладі)
31. Інтегрована система управління якістю діяльності підприємства (на прикладі)
32. Інформаційна стратегія підприємства (на прикладі)
33. Інформаційне забезпечення в системі управління підприємства (на прикладі)

34. Інформаційне забезпечення взаємовідносин з клієнтами підприємства (на прикладі)
35. Інформаційне забезпечення менеджменту підприємства (на прикладі)
36. Інформаційні системи та технології в управлінні підприємством (на прикладі)
37. Інформаційно-аналітичне забезпечення управління підприємством (на прикладі)
38. Кадрова політика підприємства (на прикладі)
39. Кадровий менеджмент на підприємстві (на прикладі)
40. Компетентнісне навчання персоналу підприємства (на прикладі)
41. Компетентністний підхід у менеджменті знань працівників підприємства (на прикладі)
42. Комунікаційна політика підприємства (на прикладі)
43. Комунікаційна стратегія підприємства (на прикладі)
44. Конкурентна маркетингова стратегія підприємства (на прикладі)
45. Конкурентна стратегія підприємства (на прикладі)
46. Контролінг в системі управління підприємства (на прикладі)
47. Контроль витрат підприємства (на прикладі)
48. Контроль маркетингової діяльності підприємства (на прикладі)
49. Контролювання діяльності підприємства (на прикладі)
50. Координація управлінських процесів на підприємстві (на прикладі)
51. Корпоративна культура організації (на прикладі)
52. Корпоративна соціальна відповідальність в системі управління підприємством (на прикладі)
53. Корпоративні комунікації в системі менеджменту підприємства (на прикладі)
54. Логістична система підприємства (на прикладі)
55. Логістична система управління поточковими процесами підприємства (на прикладі)
56. Логістична стратегія діяльності підприємства (на прикладі)
57. Логістичне управління діяльністю підприємства (на прикладі)
58. Логістичне управління закупівлями матеріально-технічних ресурсів підприємства (на прикладі)
59. Логістичне управління постачанням готової продукції та сировини (на прикладі)
60. Логістичний менеджмент в управлінні діяльністю підприємства (на прикладі)
61. Людський капітал підприємства (на прикладі)
62. Маркетинг людських ресурсів на підприємстві (на прикладі)
63. Маркетингова стратегія підприємства (на прикладі)
64. Маркетингове планування на підприємстві (на прикладі)
65. Маркетингове стратегічне планування підприємства (на прикладі)
66. Маркетингове управління діяльністю підприємства (на прикладі)
67. Маркетинговий менеджмент підприємства (на прикладі)
68. Маркет-менеджмент підприємства (на прикладі)
69. Матеріальне стимулювання персоналу підприємства (на прикладі)
70. Матеріальне стимулювання праці на підприємстві (на прикладі)

71. Менеджмент персоналу підприємства (на прикладі)
72. Механізм забезпечення ефективності управління персоналом підприємства (на прикладі)
73. Механізм контролінгу в управлінні результативною діяльністю підприємства (на прикладі)
74. Механізм мотивації праці на підприємстві (на прикладі)
75. Механізм оцінювання ефективності діяльності управлінського персоналу підприємства (на прикладі)
76. Механізм підвищення конкурентоспроможності підприємства (на прикладі)
77. Механізм стимулювання персоналу підприємства (на прикладі)
78. Механізм стратегічного управління підприємством (на прикладі)
79. Механізм управління вартістю підприємства (на прикладі)
80. Механізм управління витратами на підприємстві (на прикладі)
81. Механізм управління дебіторською заборгованістю підприємства (на прикладі)
82. Механізм управління ефективністю праці на підприємстві (на прикладі)
83. Механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства (на прикладі)
84. Механізм управління кадровим забезпеченням підприємства (на прикладі)
85. Механізм управління конкурентоспроможністю підприємства (на прикладі)
86. Механізм управління конкурентоспроможністю продукції підприємства (на прикладі)
87. Механізм управління маркетинговими комунікаціями підприємства (на прикладі)
88. Механізм управління персоналом підприємства (на прикладі)
89. Механізм управління прибутковістю підприємства (на прикладі)
90. Механізм управління прибутком підприємства (на прикладі)
91. Механізм управління фінансовими ресурсами підприємства (на прикладі)
92. Механізм управління фінансово-господарською діяльністю підприємства (на прикладі)
93. Механізм фінансового забезпечення діяльності підприємства (на прикладі)
94. Механізм фінансового управління стійким функціонуванням підприємства (на прикладі)
95. Механізм формування та реалізації виробничої програми підприємства (на прикладі)
96. Мотиваційний механізм на підприємстві (на прикладі)
97. Мотиваційний механізм розвитку підприємства (на прикладі)
98. Мотиваційний механізм трудової діяльності персоналу підприємства (на прикладі)
99. Мотиваційний механізм управління витратами підприємства (на прикладі)
100. Мотиваційний механізм управління інтелектуальною працею персоналу підприємства (на прикладі)
101. Мотиваційний механізм управління персоналом підприємства (на прикладі)
102. Мотивація праці на підприємстві (на прикладі)

103. Мотивація праці персоналу підприємства (на прикладі)
104. Мотивація трудової діяльності персоналу підприємства (на прикладі)
105. Мотивування персоналу підприємства (на прикладі)
106. Оперативне планування маркетингу підприємства (на прикладі)
107. Оперативне управління діяльністю підприємства (на прикладі)
108. Операційний менеджмент в системі управління підприємства (на прикладі)
109. Операційний менеджмент підприємства (на прикладі)
110. Оплата праці на підприємстві (на прикладі)
111. Організаційна культура підприємства (на прикладі)
112. Організаційно-виробничий менеджмент підприємства (на прикладі)
113. Організаційно-економічні важелі управління якістю продукції підприємства (на прикладі)
114. Організаційно-економічні методи стимулювання виробництва продукції (на прикладі)
115. Організаційно-економічні основи управління прибутком підприємства (на прикладі)
116. Організація операційної діяльності підприємства (на прикладі)
117. Організація виробничої діяльності підприємства (на прикладі)
118. Організація внутрішнього контролю в діяльності підприємства (на прикладі)
119. Організація експортних та імпортних операцій на підприємстві (на прикладі)
120. Організація ефективного управління персоналом підприємства (на прикладі)
121. Організація закупівельної діяльності підприємства (на прикладі)
122. Організація збутової політики підприємства (на прикладі)
123. Організація зовнішньоекономічної діяльності підприємства (на прикладі)
124. Організація інвестиційної діяльності підприємства (на прикладі)
125. Організація інноваційної діяльності підприємства (на прикладі)
126. Організація кадрового резерву на підприємстві (на прикладі)
127. Організація комерційної діяльності підприємства (на прикладі)
128. Організація контролю в управлінні підприємством (на прикладі)
129. Організація контролю виконання управлінських рішень на підприємстві (на прикладі)
130. Організація логістичної діяльності підприємства (на прикладі)
131. Організація маркетингових досліджень на підприємстві (на прикладі)
132. Організація маркетингового аналізу на підприємстві (на прикладі)
133. Організація маркетингової діяльності підприємства (на прикладі)
134. Організація матеріального стимулювання праці робітників підприємства (на прикладі)
135. Організація навчання персоналу підприємства (на прикладі)
136. Організація оперативного планування на підприємстві (на прикладі)
137. Організація оплати праці на підприємстві (на прикладі)
138. Організація стратегічного планування на підприємстві (на прикладі)
139. Організація торгівельно-посередницької діяльності підприємства (на прикладі)
140. Організація трудової адаптації робітників на підприємстві (на прикладі)

141. Оцінка ефективності управління персоналом на підприємстві (на прикладі)
142. Оцінка конкурентоспроможності підприємства (на прикладі)
143. Оцінка людського капіталу підприємства (на прикладі)
144. Оцінка персоналу підприємства (на прикладі)
145. Оцінювання персоналу організації (на прикладі)
146. Планування виробництва підприємства (на прикладі)
147. Планування витрат діяльності підприємства (на прикладі)
148. Планування витрат підприємства (на прикладі)
149. Планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства (на прикладі)
150. Планування логістичної системи промислового підприємства (на прикладі)
151. Планування операційної діяльності підприємства (на прикладі)
152. Планування прибутку підприємства (на прикладі)
153. Планування рекламних комунікацій підприємства (на прикладі)
154. Планування руху грошових коштів підприємства (на прикладі)
155. Політика управління оборотним капіталом підприємства (на прикладі)
156. Політика формування оборотних активів підприємства (на прикладі)
157. Проекти розвитку підприємства (на прикладі)
158. Процес прийняття та реалізації управлінських рішень на підприємстві (на прикладі)
159. Процесне управління підприємством (на прикладі)
160. Процесний менеджмент на підприємстві (на прикладі)
161. Процесно-орієнтоване управління підприємством (на прикладі)
162. Психологія і етика управлінської діяльності організації (на прикладі)
163. Реорганізація підприємства (на прикладі)
164. Реструктуризація підприємства (на прикладі)
165. Реструктуризація підприємства на основі аутсорсингу (на прикладі)
166. Ресурсний потенціал підприємства (на прикладі)
167. Ризик-менеджмент підприємства (на прикладі)
168. Ринково-орієнтоване планування виробництва продукції підприємства (на прикладі)
169. Розвиток експортного потенціалу підприємства (на прикладі)
170. Розвиток кадрового потенціалу підприємства (на прикладі)
171. Розвиток персоналу організації (на прикладі)
172. Розвиток персоналу підприємства (на прикладі)
173. Розвиток професійної компетентності управлінського персоналу (на прикладі)
174. Розвиток трудового колективу підприємства (на прикладі)
175. Санаційна стратегія підприємства (на прикладі)
176. Сервісна політика підприємства (на прикладі)
177. Система внутрішньофірмового планування діяльності підприємства (на прикладі)
178. Система забезпечення кваліфікованими кадрами підприємства (на прикладі)
179. Система контролінгу персоналу підприємства (на прикладі)
180. Система контролю діяльності підприємства (на прикладі)
181. Система маркетингової інформації на підприємстві (на прикладі)

182. Система матеріального стимулювання трудової діяльності на підприємстві (на прикладі)
183. Система менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємства (на прикладі)
184. Система менеджменту якості на підприємстві (на прикладі)
185. Система мотивації персоналу підприємства (на прикладі)
186. Система мотивування управлінського персоналу підприємства (на прикладі)
187. Система навчання персоналу підприємства (на прикладі)
188. Система навчання працівників підприємства (на прикладі)
189. Система оперативного управління на підприємстві (на прикладі)
190. Система оцінювання компетенцій управлінців підприємства (на прикладі)
191. Система підвищення кваліфікації працівників підприємства (на прикладі)
192. Система підтримки прийняття рішень для управління (на прикладі)
193. Система поточного контролювання діяльності підприємства (на прикладі)
194. Система стратегічного планування діяльності підприємства (на прикладі)
195. Система стратегічного управління підприємством (на прикладі)
196. Система управління бізнес-процесами підприємства (на прикладі)
197. Система управління витратами підприємства (на прикладі)
198. Система управління людським капіталом підприємства (на прикладі)
199. Система управління матеріальними потоками підприємства (на прикладі)
200. Система управління основними засобами підприємства (на прикладі)
201. Система управління персоналом підприємства (на прикладі)
202. Система управління трудовим потенціалом підприємства (на прикладі)
203. Система управління фінансовою стійкістю підприємства (на прикладі)
204. Система управління якістю на підприємстві (на прикладі)
205. Система управління якістю послуг підприємства (на прикладі)
206. Система управління якістю продукції підприємства (на прикладі)
207. Системи підтримки прийняття рішень на підприємстві (на прикладі)
208. Соціально-психологічні методи управління діяльністю підприємства (на прикладі)
209. Стейкхолдерна стратегія вартісно-орієнтованого управління капіталом підприємства (на прикладі)
210. Стимулювання персоналу організації (на прикладі)
211. Стратегії ціноутворення на підприємстві (на прикладі)
212. Стратегічна орієнтація підприємства в ринковому середовищі (на прикладі)
213. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємства (на прикладі)
214. Стратегічне планування діяльності підприємства (на прикладі)
215. Стратегічне планування розвитку підприємства (на прикладі)
216. Стратегічне позиціонування підприємства (на прикладі)
217. Стратегічне управління виробничо-господарською діяльністю підприємства (на прикладі)
218. Стратегічне управління виробничою діяльністю підприємства (на прикладі)
219. Стратегічне управління витратами підприємства (на прикладі)

220. Стратегічне управління збутовою діяльністю підприємства (на прикладі)
221. Стратегічне управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства (на прикладі)
222. Стратегічне управління корпорацією (на прикладі)
223. Стратегічне управління маркетинговою діяльністю підприємства (на прикладі)
224. Стратегічне управління підприємством (на прикладі)
225. Стратегічне управління холдинговими компаніями (на прикладі)
226. Стратегічний контролінг на підприємстві (на прикладі)
227. Стратегічний менеджмент на підприємстві (на прикладі)
228. Стратегічний потенціал підприємства (на прикладі)
229. Стратегічний потенціал підприємства та його конкурентний статус (на прикладі)
230. Стратегія диверсифікації продукції підприємства (на прикладі)
231. Стратегія диференціації бренду підприємства (на прикладі)
232. Стратегія довгострокового інвестування підприємства (на прикладі)
233. Стратегія економічної безпеки підприємства (на прикладі)
234. Стратегія організаційного розвитку підприємства (на прикладі)
235. Стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства (на прикладі)
236. Стратегія ресурсозбереження на підприємстві (на прикладі)
237. Стратегія розвитку підприємства (на прикладі)
238. Стратегія розвитку підприємства на основі збалансованої системи показників (на прикладі)
239. Стратегія соціальної відповідальності підприємства (на прикладі)
240. Стратегія управління вартістю підприємства (на прикладі)
241. Стратегія управління інтелектуальним капіталом підприємства (на прикладі)
242. Стратегія управління персоналом підприємства (на прикладі)
243. Стратегія управління трудовим потенціалом підприємства (на прикладі)
244. Стратегія управління фінансовими ресурсами підприємства (на прикладі)
245. Тактичне планування на підприємстві (на прикладі)
246. Товарна політика підприємства (на прикладі)
247. Трудовий потенціал підприємства (на прикладі)
248. Управління активами підприємства (на прикладі)
249. Управління бізнес-процесами підприємства (на прикладі)
250. Управління вартістю підприємства (на прикладі)
251. Управління взаємовідносинами підприємства зі споживачами (на прикладі)
252. Управління виробничим потенціалом підприємства (на прикладі)
253. Управління виробничими запасами підприємства (на прикладі)
254. Управління виробничими потужностями підприємства (на прикладі)
255. Управління виробничими ризиками підприємства (на прикладі)
256. Управління витратами на персонал підприємства (на прикладі)
257. Управління витратами підприємства (на прикладі)
258. Управління витратами підприємства на основі оцінки беззбитковості (на прикладі)
259. Управління витратами холдингової компанії (на прикладі)

260. Управління відтворювальним процесом основних засобів підприємства (на прикладі)
261. Управління відтворювальними процесами підприємства (на прикладі)
262. Управління власним капіталом підприємства (на прикладі)
263. Управління гарантійним обслуговуванням товарів тривалого користування (на прикладі)
264. Управління гнучкістю підприємства (на прикладі)
265. Управління господарськими ризиками підприємства (на прикладі)
266. Управління господарською діяльністю підприємства (на прикладі)
267. Управління грошовими активами підприємства (на прикладі)
268. Управління грошовими потоками підприємства, (на прикладі)
269. Управління дебіторською заборгованістю підприємства (на прикладі)
270. Управління дисципліною на підприємстві (на прикладі)
271. Управління діяльністю державного підприємства (на прикладі)
272. Управління доходами підприємства (на прикладі)
273. Управління економічним потенціалом підприємства (на прикладі)
274. Управління економічним ризиком господарської діяльності підприємства (на прикладі)
275. Управління економічним ризиком на підприємстві (на прикладі)
276. Управління економічними результатами діяльності підприємства (на прикладі)
277. Управління економічною безпекою підприємства (на прикладі)
278. Управління економічною діяльністю підприємства (на прикладі)
279. Управління економічною ефективністю виробництва на підприємстві (на прикладі)
280. Управління економічною стійкістю підприємства (на прикладі)
281. Управління експортно-імпортною діяльністю підприємства (на прикладі)
282. Управління енергетичним господарством підприємства (на прикладі)
283. Управління енерговитратами на підприємстві (на прикладі)
284. Управління ефективністю використання виробничого потенціалу підприємства (на прикладі)
285. Управління ефективністю використання інтелектуального капіталу підприємства (на прикладі)
286. Управління ефективністю господарської діяльності підприємства (на прикладі)
287. Управління ефективністю діяльності підприємства (на прикладі)
288. Управління ефективністю енергоспоживання підприємства (на прикладі)
289. Управління ефективністю персоналу підприємства (на прикладі)
290. Управління заборгованістю на підприємстві (на прикладі)
291. Управління закупівельною логістикою на підприємстві (на прикладі)
292. Управління запасами підприємства (на прикладі)
293. Управління збалансованим розвитком підприємства (на прикладі)
294. Управління збутовою діяльністю підприємства (на прикладі)
295. Управління збутом продукції підприємства (на прикладі)
296. Управління знаннями організації (на прикладі)
297. Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства (на прикладі)
298. Управління інтегрованими бізнес-структурами (на прикладі)

299. Управління інтегрованими інтернет-маркетинговими комунікаціями підприємства (на прикладі)
300. Управління інтегрованою цінністю підприємства (на прикладі)
301. Управління інтелектуальним капіталом підприємства (на прикладі)
302. Управління інтелектуальними ресурсами підприємства (на прикладі)
303. Управління інтелектуальною власністю підприємства (на прикладі)
304. Управління інформаційними ресурсами підприємства (на прикладі)
305. Управління інформаційними технологіями в системі менеджменту (на прикладі)
306. Управління інформаційною діяльністю підприємства (на прикладі)
307. Управління кадровим потенціалом підприємства (на прикладі)
308. Управління каналами розподілу продукції підприємства (на прикладі)
309. Управління капіталізацією підприємства (на прикладі)
310. Управління капіталом підприємства (на прикладі)
311. Управління кар'єрою персоналу на підприємстві (на прикладі)
312. Управління комерційними ризиками підприємства (на прикладі)
313. Управління комерційною діяльністю підприємства (на прикладі)
314. Управління компетенціями на підприємстві (на прикладі)
315. Управління комплексом маркетингових комунікацій підприємства (на прикладі)
316. Управління комунікаційною політикою підприємства (на прикладі)
317. Управління конкурентними перевагами підприємства (на прикладі)
318. Управління конкурентною стійкістю підприємства (на прикладі)
319. Управління конкурентоспроможністю підприємства (на прикладі)
320. Управління конкурентоспроможністю продукції підприємства (на прикладі)
321. Управління конфліктами та стресами в організації (на прикладі)
322. Управління корпоративною культурою підприємства (на прикладі)
323. Управління логістичними витратами на підприємстві (на прикладі)
324. Управління логістичними ланцюгами торговельних мереж (на прикладі)
325. Управління логістичною діяльністю підприємства (на прикладі)
326. Управління логістичною системою підприємства (на прикладі)
327. Управління людським капіталом підприємства (на прикладі)
328. Управління людськими ресурсами підприємства (на прикладі)
329. Управління людськими ресурсами підприємства на засадах коучингу (на прикладі)
330. Управління майновими ризиками підприємства (на прикладі)
331. Управління маркетинговим потенціалом підприємства (на прикладі)
332. Управління маркетинговими дослідженнями на підприємстві (на прикладі)
333. Управління маркетинговими комунікаціями на підприємстві (на прикладі)
334. Управління маркетинговими процесами в організації (на прикладі)
335. Управління маркетинговою діяльністю на підприємстві (на прикладі)
336. Управління маркетинговою компетенцією підприємства (на прикладі)
337. Управління маркетинговою комунікаційною діяльністю підприємства (на прикладі)
338. Управління матеріальними потоками на підприємстві (на прикладі)
339. Управління матеріальними ресурсами підприємства (на прикладі)

340. Управління міжфірмовими відносинами у ланцюгах поставок (на прикладі)
341. Управління мотивацією персоналу підприємства (на прикладі)
342. Управління нематеріальним компонентом вартості підприємства (на прикладі)
343. Управління нематеріальними активами підприємства (на прикладі)
344. Управління необоротними активами підприємства (на прикладі)
345. Управління обіговими коштами підприємства (на прикладі)
346. Управління оборотним капіталом підприємства (на прикладі)
347. Управління оборотними активами підприємства (на прикладі)
348. Управління оборотними засобами підприємства (на прикладі)
349. Управління оборотними коштами підприємства (на прикладі)
350. Управління обсягом та асортиментною структурою товарообігу торговельного підприємства (на прикладі)
351. Управління операційним прибутком підприємства (на прикладі)
352. Управління операційною діяльністю підприємства (на прикладі)
353. Управління основними засобами підприємства (на прикладі)
354. Управління основними фондами підприємства (на прикладі)
355. Управління персоналом підприємства (на прикладі)
356. Управління підприємницькими ризиками підприємства (на прикладі)
357. Управління підприємством в кризовій ситуації (на прикладі)
358. Управління підприємством в умовах використання технологій електронного бізнесу (на прикладі)
359. Управління підприємством з використанням інформаційних систем (на прикладі)
360. Управління підприємством з використанням інформаційних та інтернет-технологій (на прикладі)
361. Управління підприємством на засадах бенчмаркінгу (на прикладі)
362. Управління підприємством на засадах інформатизації (на прикладі)
363. Управління позиковим капіталом на підприємстві (на прикладі)
364. Управління портфелем бізнесів підприємства (на прикладі)
365. Управління потенціалом підприємства (на прикладі)
366. Управління поточними витратами підприємства (на прикладі)
367. Управління прибутком підприємства (на прикладі)
368. Управління продуктивністю праці на підприємстві (на прикладі)
369. Управління проектами на підприємстві (на прикладі)
370. Управління проектами розвитку підприємства (на прикладі)
371. Управління процесами взаємодії підприємства у каналах збуту (на прикладі)
372. Управління процесами функціонального розподілу праці (на прикладі)
373. Управління процесом вивільнення персоналу на підприємстві (на прикладі)
374. Управління результативністю використання потенціалу підприємства (на прикладі)
375. Управління результативністю діяльності підприємства (на прикладі)
376. Управління результативністю менеджменту організації (на прикладі)
377. Управління рекламною діяльністю підприємства (на прикладі)
378. Управління рентабельністю підприємства (на прикладі)

379. Управління реструктуризацією підприємства (на прикладі)
380. Управління ресурсами підприємства (на прикладі)
381. Управління ресурсним потенціалом підприємства (на прикладі)
382. Управління ризиками виробничо-господарської діяльності підприємства (на прикладі)
383. Управління ризиками діяльності персоналу підприємства (на прикладі)
384. Управління ризиками діяльності підприємства (на прикладі)
385. Управління ризиками господарської діяльності підприємства (на прикладі)
386. Управління ризиками підприємства (на прикладі)
387. Управління ринковою вартістю підприємства (на прикладі)
388. Управління ритмічністю діяльності підприємства (на прикладі)
389. Управління розвитком брендів підприємства (на прикладі)
390. Управління розвитком експортного потенціалу підприємства (на прикладі)
391. Управління розвитком компетенцій персоналу підприємства (на прикладі)
392. Управління розвитком конкурентних переваг підприємства (на прикладі)
393. Управління розвитком матеріально-технічної бази підприємства (на прикладі)
394. Управління розвитком персоналу на засадах консалтингу (на прикладі)
395. Управління розвитком персоналу підприємства (на прикладі)
396. Управління розвитком підприємства (на прикладі)
397. Управління розвитком підприємства на засадах впровадження державно-приватного партнерства (на прикладі)
398. Управління розвитком франчайзингових мереж (на прикладі)
399. Управління роздрібною торгівлею підприємства (на прикладі)
400. Управління санацією підприємства (на прикладі)
401. Управління системою маркетингових комунікацій підприємства (на прикладі)
402. Управління собівартістю продукції підприємства (на прикладі)
403. Управління стійким розвитком підприємства (на прикладі)
404. Управління стратегічною гнучкістю підприємства (на прикладі)
405. Управління структурою капіталу підприємства (на прикладі)
406. Управління технологічними витратами підприємства (на прикладі)
407. Управління технологічною конкурентоспроможністю підприємства (на прикладі)
408. Управління товарним забезпеченням обороту торговельного підприємства (на прикладі)
409. Управління товарними запасами підприємства (на прикладі)
410. Управління товарною політикою підприємства (на прикладі)
411. Управління товарооборотом підприємства (на прикладі)
412. Управління торговими марками підприємства (на прикладі)
413. Управління трансакційними витратами підприємства (на прикладі)
414. Управління трансформаційними витратами підприємства (на прикладі)
415. Управління трудовим потенціалом підприємства (на прикладі)
416. Управління трудовими ресурсами підприємства (на прикладі)
417. Управління фінансами підприємства (на прикладі)
418. Управління фінансовим лізингом на підприємстві (на прикладі)
419. Управління фінансовим потенціалом підприємства (на прикладі)

420. Управління фінансовим станом підприємства (на прикладі)
421. Управління фінансовим циклом підприємства (на прикладі)
422. Управління фінансовими потоками підприємства (на прикладі)
423. Управління фінансовими результатами господарської діяльності підприємства (на прикладі)
424. Управління фінансовими результатами підприємства (на прикладі)
425. Управління фінансовими ресурсами підприємства (на прикладі)
426. Управління фінансовими ризиками підприємства (на прикладі)
427. Управління фінансово-господарською діяльністю підприємства (на прикладі)
428. Управління фінансово-економічною діяльністю підприємства (на прикладі)
429. Управління фінансовою діяльністю підприємства (на прикладі)
430. Управління фінансовою стійкістю промислового підприємства (на прикладі)
431. Управління формуванням і використанням капіталу підприємства (на прикладі)
432. Управління формуванням прибутку підприємства (на прикладі)
433. Управління формуванням та розвитком матеріально-технічних ресурсів підприємства (на прикладі)
434. Управління якістю послуг підприємства (на прикладі)
435. Управління якістю продукції підприємства (на прикладі)
436. Управління якістю трудового життя персоналу підприємства (на прикладі)
437. Фінансова стратегія підприємства (на прикладі)
438. Фінансове планування на підприємстві (на прикладі)
439. Франчайзингові партнерські відносини між підприємствами (на прикладі)
440. Цінова політика підприємства (на прикладі)

Зразок титульної сторінки комплексної курсової роботи
 МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
 ПВНЗ «МІЖНАРОДНИЙ ЕКОНОМІКО-ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
 ІМЕНІ АКАДЕМІКА СТЕПАНА ДЕМ'ЯНЧУКА»
 Кафедра менеджменту

КОМПЛЕКСНА КУРСОВА РОБОТА

на тему: «_____»
 (на прикладі «_____»)

Здобувача вищої освіти ступеня бакалавра
 за освітньо-професійною програмою
 «Менеджмент організацій»
 зі спеціальності 073 «Менеджмент»

_____ (прізвище та ініціали)

Керівник _____

_____ (науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали)

Національна шкала: _____

Кількість балів: _____

Оцінка: ECTS: _____

Члени комісії

_____ (підпис)

_____ (прізвище та ініціали)

_____ (підпис)

_____ (прізвище та ініціали)

_____ (підпис)

_____ (прізвище та ініціали)

Форма завдання на комплексну курсову роботу
ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет
імені академіка Степана Дем'янчука»

Економічний факультет
Кафедра менеджменту
Спеціальність 073 «Менеджмент»
Освітня програма «Менеджмент організацій»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач кафедри менеджменту

_____/_____/_____/

«__» _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ НА КОМПЛЕКСНУ КУРСОВУ РОБОТУ

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи _____

та науковий керівник роботи _____,

(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові)

затверджені розпорядженням завідувача кафедри №__ від _____ 20__ р.

2. Термін здачі студентом закінченої роботи «__» _____ 20__ р.

3. Вихідні дані до роботи: _____

4. Зміст роботи (перелік питань, що їх належить зробити):

5. Дата видачі завдання «__» _____ 20__ р.

Календарний план

№ з/п	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Відмітка про виконання	Підпис наукового керівника
1.	Вибір теми, її обґрунтування, визначення мети та завдання			
2.	Опрацювання літературних джерел з теми дослідження			
3.	Складання плану роботи та погодження його з керівником			
4.	Збір і обробка економічної та статистичної інформації			
5.	Підготовка першого розділу роботи			
6.	Підготовка другого розділу роботи			
7.	Підготовка вступу та висновків роботи			
8.	Рецензування роботи			
9.	Захист роботи на засіданні комісії			

Здобувач вищої освіти _____

Науковий керівник _____

Форма відгуку наукового керівника про комплексну курсову роботу
ВІДГУК НАУКОВОГО КЕРІВНИКА ПРО КОМПЛЕКСНУ КУРСОВУ РОБОТУ
 здобувача вищої освіти ступеня бакалавра за освітньо-професійною програмою
 «Менеджмент організацій» зі спеціальності 073 «Менеджмент»

_____ прізвище, ім'я та по-батькові здобувача вищої освіти

на тему: _____

Зміст відгуку наукового керівника

Актуальність дослідження: _____

Ефективність використаних методик: _____

Рівень застосування здобутих у процесі навчання теоретичних знань та підготовки до виконання наукових досліджень: _____

Вміння самостійно вирішувати наукові та практичні задачі: _____

Вміння логічно, послідовно, аргументовано викладати матеріал і робити висновки: _____

Перспективність запропонованих рекомендацій та ступінь обґрунтованості висновків: _____

Недоліки роботи (за наявності): _____

Загальний висновок щодо рекомендацій до захисту (рекомендовано або не рекомендовано) на засідання комісії: _____

Робота рекомендована до захисту з оцінкою « _____ »

Науковий керівник _____

_____ (науковий ступінь, вчене звання, посада, місце роботи, підпис, ПП)

« _____ » _____ 20__ р.

Форма рецензії на комплексну курсову роботу

РЕЦЕНЗІЯ

на комплексну курсову роботу

здобувача вищої освіти ступеня бакалавра за освітньо-професійною програмою
«Менеджмент організацій» зі спеціальності 073 «Менеджмент»

_____ прізвище, ім'я та по-батькові здобувача вищої освіти

на тему: _____

Зміст рецензії

Актуальність постановки і розроблення завдань: _____

Використання наукових методів дослідження: _____

Обґрунтованість висновків і пропозицій: _____

Участь студента у проведених дослідженнях, теоретичній та аналітичній
обробці отриманих результатів, формулюванні наукового
положення/ідеї/методики: _____

Вміння студента чітко, грамотно й аргументовано викладати матеріал,
правильно оформлювати його: _____

Недоліки щодо змістової частини роботи, оформлення: _____

Загальний висновок щодо рекомендацій до захисту (рекомендовано або не
рекомендовано) на засідання комісії: _____

Робота рекомендована до захисту з оцінкою « _____ »

Рецензент _____

(науковий ступінь, вчене звання, посада, місце роботи, підпис, ПП)

МП

« _____ » 20__ р.