

УКООПСІЛКА
ЛЬВІВСЬКА КОМЕРЦІЙНА АКАДЕМІЯ



КОН'ЮНКТУРА РИНКІВ

**Методичні вказівки та вимоги
до виконання курсової роботи з дисципліни**

*для студентів денної та заочної форм навчання
галузі знань 0305 "Економіка та підприємництво"
напрямку підготовки 6.030507 "Маркетинг"*

Львів
Видавництво Львівської комерційної академії
2010

УКООПСПЛКА
ЛЬВІВСЬКА КОМЕРЦІЙНА АКАДЕМІЯ

КОН'ЮНКТУРА РИНКІВ

**Методичні вказівки та вимоги
до виконання курсової роботи з дисципліни**

*для студентів денної та заочної форм навчання
галузі знань 0305 "Економіка та підприємництво"
напряму підготовки 6.030507 "Маркетинг "*

Львів

Видавництво Львівської комерційної академії

2010

*Укладачі: к.е.н., доц. Іванова Л. О.,
ст. викл. Музика О. М.*

*Рецензенти: к.е.н., доц. Корягіна С. В.,
к.е.н., доц. БукЛ. М.*

Відповідальний за випуск: д.е.н., проф. Дайновський Ю. А.

*Рекомендовано до друку Вченою радою факультету МЕВ
Протокол №2 від 27.11.2009р.*

^с Іванова Л. О.,
Музика О. М.,
2010

1. Мета і завдання курсової роботи

Розвиток в Україні ринкових відносин, формування сучасної моделі економічного зростання, забезпечення інтеграції України у світове господарство, підвищення міжнародної конкурентоспроможності потребує, безумовно, висококваліфікованих кадрів. Вирішенню багатьох завдань, що постають перед економікою України, значною мірою сприяє підготовка фахівців з напрямку «Маркетинг» — основоположного для професійних діячів ринку. Сьогодні маркетинг став ключовим елементом будь-якого бізнесу. Фахівці усіх галузей економіки використовують інструменти маркетингу для управління попитом на їхні товари та послуги.

Навчальний план підготовки фахівців з напрямку «Маркетинг» у Львівській комерційній академії передбачає вивчення курсу «Кон'юнктура ринків», який входить до блоку професійно орієнтованих дисциплін. Цей курс, серед інших, охоплює низку питань, пов'язаних із структурними змінами пропозиції, попиту, рівня цін, оцінкою поточної ринкової кон'юнктури та перспективами розвитку товарного ринку, характеристикою його фірмової структури, визначенням місця та значення конкретного товарного ринку в системі світового, спрямуванням основних експортно-імпортних потоків.

Глибшому вивченню дисципліни «Кон'юнктура ринків» сприяє виконання студентами курсової роботи, що входить до освітньо-професійної програми підготовки бакалавра з напрямку «Маркетинг». Виконання курсової роботи з дисципліни «Кон'юнктура ринків» має на меті:

- по-перше, систематизувати, закріпити та розширити теоретичні та практичні знання студентів щодо особливостей перебігу загальногосподарської кон'юнктури та кон'юнктури окремих товарних ринків у сучасних умовах;
- по-друге, освоїти студентами методологію дослідження загальногосподарської кон'юнктури та кон'юнктури окремих товарних ринків;
- по-третє, здійснити студентами самостійно аналіз економічних процесів на окремому товарному ринку, узагальнити результати та визначити тенденції розвитку;
- по-четверте, розвинути у студентів навички використання комп'ютерних програм, економіко-математичних та статистичних моделей для ефективної обробки та аналізу інформаційного матеріалу;
- по-п'яте, навчити студентів грамотно і переконливо викладати власні думки та професійно презентувати їх широкому загалу.

Окрім того, ця курсова робота є важливим підготовчим етапом для виконання дипломної та магістерської роботи з напрямку підготовки «Маркетинг», об'єктивно відображає творчі та аналітичні якості студента.

Підготовка і виконання курсової роботи з дисципліни «Кон'юнктура ринків» водночас є однією з важливих та необхідних форм такої діяльності студентів у вищому навчальному закладі IV рівня акредитації, як наукова робота. Беззаперечно, що основна мета наукової роботи якраз і полягає у формуванні у студентів світогляду, активізації пізнавальної діяльності, систематизації, закріпленні та розширенні отриманих знань і вмій під час вирішення навчальних, наукових та підприємницьких завдань.

Курсова робота повинна мати комплексний характер, бути логічно завершеною, відображати творчі аналітичні якості студента, які дають можливість оцінити отримані знання та вміння, їх практичне застосування.

2. Основні вимоги до якості курсової роботи

У процесі виконання курсової роботи студент відповідно до кваліфікаційних вимог, що пред'являються, повинен проявити свої знання загальнотеоретичних і фундаментальних та професійно орієнтованих дисциплін, які розкривають теоретичні засади та практичні питання підготовки і здійснення дослідження загальногосподарської кон'юнктури та кон'юнктури конкретних товарних ринків, а також навички систематичної роботи з різноманітними джерелами інформації, використання кон'юнктурних показників та індикаторів для аналізу та оцінки стану ринкової ситуації, виявлення причинно-наслідкових зв'язків у розвитку економічної кон'юнктури, підготовки прогнозів кон'юнктури, складання документів за результатами дослідження кон'юнктури.

Курсова робота як один з етапів підготовки фахівців напрямку підготовки «Маркетинг» повинна відповідати таким вимогам:

- відображати реальні процеси, які відбуваються у світовому господарстві, економіці окремої країни чи на певному товарному ринку;
- бути актуальною, тобто присвяченою дослідженням та розробкам, які стосуються сучасного стану загальногосподарської кон'юнктури чи кон'юнктури товарного ринку;
- містити елементи самостійного дослідження, виконаного студентом на основі аналізу навчальної та наукової літератури, нормативних документів, матеріалів періодичних наукових видань тощо;

- містити конкретні висновки, які стосуються подальших напрямів розвитку об'єкта дослідження;
- бути виконана з використанням комп'ютерної техніки та сучасних пакетів прикладних програм, економіко-математичних методів.

Процес виконання курсової роботи складається з декількох етапів:

1. Вибір та затвердження теми.
2. Підбір та вивчення літературних джерел.
3. Узгодження плану курсової роботи з науковим керівником.
4. Вивчення об'єкта дослідження, опрацювання та аналіз статистичних даних, оперативних, звітних та дослідницьких матеріалів.
5. Написання тексту і оформлення курсової роботи.
6. Захист курсової роботи на кафедрі відповідно до встановленого графіку.

3. Вибір та затвердження теми курсової роботи

З урахуванням своїх наукових зацікавлень, майбутньої практичної діяльності студент самостійно обирає тему курсової роботи, користуючись рекомендованою тематикою курсових робіт з дисципліни «Кон'юнктура ринків» (подано в цих методичних вказівках) і програмою курсу «Кон'юнктура ринків». Якщо студент пропонує тему курсової роботи, не передбачену рекомендованою тематикою, то він повинен належним чином обґрунтувати її актуальність, перспективність та відповідність курсу «Кон'юнктура ринків».

Вибір теми повинен бути усвідомленим та зваженим, обумовленим врахуванням індивідуальних здібностей і зацікавлень студента або логічним продовженням попередніх наукових досліджень: рефератів, повідомлень на наукових студентських семінарах, конференціях та ін.

Офіційним закріпленням теми курсової роботи є заява, яку студент пише на ім'я завідувача кафедри маркетингу (див. додаток А). Примірник заяви зберігається на кафедрі.

Після закріплення теми студент ознайомлюється з необхідними літературними джерелами та самостійно розробляє попередній план курсової роботи. План роботи залежить від того, що є об'єктом дослідження: загальногосподарська кон'юнктура чи кон'юнктура товарного ринку. *Загальногосподарська кон'юнктура* характеризує стан всього світового господарства або економіки окремої країни за той чи інший період часу. У разі дослідження загальногосподарської кон'юнктури вивчаються в комплексі всі макроекономічні показники, що знаходять відображення в динаміці ВВП, промислового і сільськогосподарського виробництва, інвестицій, коливань курсів валют,

акцій, процентних ставок, зміні внутрішньої і зовнішньої торгівлі та інших показників. *Кон'юнктура товариш ринків*, на відміну від загально-господарської, вивчає поточні зміни та коливання у сфері виробництва, збуту і споживання окремих конкретних товарів, впливи економічного середовища, інших ринків та всього комплексу внутрішніх і зовнішніх факторів. Кожен об'єкт має свою специфіку вивчення та, відповідно, методологію пізнання економічних процесів.

Курсова робота - це самостійне науково-практичне дослідження, яке дає змогу оцінити якість знань студента, його вміння застосовувати їх на практиці. Студент виконує курсову роботу самостійно під керівництвом наукового керівника, який призначається кафедрою маркетингу. Науковий керівник надає студенту наукову та методичну допомогу, контролює перебіг виконання роботи, вносить необхідні зміни у план дослідження, скеровує на доцільність тих чи інших висновків та рекомендацій тощо.

У визначені терміни студент подає на розгляд науковому керівнику попередній план курсової роботи. Після обговорення чи необхідних уточнень план курсової роботи затверджується науковим керівником в остаточній редакції.

Ретельно продуманий і розроблений план забезпечить якісне написання курсової роботи. Належно оформлений примірник плану зберігається у студента і згодом додається до примірника виконаної курсової роботи. Орієнтовні плани курсових робіт наведені у цих методичних вказівках.

4. Структура та зміст курсової роботи

Зміст курсової роботи та її структура визначається студентом разом з науковим керівником. Як правило, курсова робота має таку структуру:

- вступ;
- теоретичний огляд;
- дослідницька частина (аналіз та прогноз кон'юнктури);
- висновки;
- перелік використаних літературних джерел;
- додатки.

4.1. Вступ

Вступ до курсової роботи починається, як правило, з обґрунтування актуальності теми дослідження, аналізу ступеня вивчення проблеми, її новизни.

У вступі обов'язково вказується об'єкт. Після наведення зазначених аспектів вступу необхідно:

- сформулювати мету курсової роботи. Мета може бути викладена одним чи декількома пунктами. Зазвичай мета не повторює тему курсової роботи, а розвиває та уточнює її;
- перерахувати завдання, які вирішувались під час виконання курсової роботи і сприяли досягненню поставленої мети;
- окреслити використані джерела інформації;
- зазначити використані методи аналізу та обробки інформації;
- вказати, де можуть бути використані результати курсової роботи.

Вступ завершується інформацією про обсяг текстової частини курсової роботи (в сторінках), кількість таблиць, рисунків, додатків. Остаточний варіант вступу студент готує після виконання і написання всієї курсової роботи.

Обсяг текстової частини підрозділу «Вступ» невеликий — 1,5-2 сторінки; як правило, в цій частині курсової роботи не застосовуються таблиці та рисунки.

4.2. Теоретичний огляд

Значення цього розділу курсової роботи полягає у підведенні теоретичної бази під дослідження, які проводяться в курсовій роботі. Тут доцільно висвітлити питання теорії та практики проведення кон'юнктурних досліджень: наукового підходу, необхідності та основних принципів здійснення кон'юнктурних досліджень, послідовності етапів, інформаційного забезпечення тощо. Оскільки методологія вивчення кон'юнктури ринку вимагає добрих знань товарознавчих характеристик товару, основних сфер його застосування, то це також повинно бути предметом уваги в першому розділі курсової роботи.

Під час роботи над цим розділом студент самостійно вивчає літературні джерела, досліджує різні точки зору та висловлює власне ставлення до них та обраної проблеми, обґрунтовує свої теоретичні дослідження шляхом порівняння, узагальнення світового та вітчизняного досвіду, залучення результатів сучасних наукових досліджень тощо. (Перелік рекомендованої літератури наведено у цій методичній розробці).

Висновок до теоретичної частини повинен містити загальну оцінку основних рис та особливостей ринку досліджуваного товару.

Висвітлення теоретичних положень повинно бути по можливості простим і лаконічним, як правило, ілюстрованим різноманітними рисунками, таблицями. Обсяг текстової частини — 7-8 сторінок, складених на комп'ютері, або одна четверта всієї курсової роботи.

4.3. Дослідницька частина

У цьому розділі студент подає матеріали, які є результатами самостійно здійснених досліджень. Дослідницька частина роботи повинна бути найбільшою за обсягом. Студент не має обмежуватися констатацією фактів, а повинен продемонструвати вміння здійснювати наукові дослідження, застосовувати сучасні економіко-математичні та інші методи наукового пізнання, характеризувати нові явища з наукового боку, а також використовувати нові знання для конкретних прикладних рішень.

Важливими характерними рисами кон'юнктури є динамічність і непостійність (змінність), часті і навіть різкі коливання. Це обумовлено тим, що у формуванні розвитку кон'юнктури світового господарства загалом, економіки окремої країни або окремого товарного ринку поряд з факторами економічного циклу важливу роль відіграють фактори нециклічні (випадкові і тимчасові) і постійнодіючі як у сфері виробництва, так і у сфері обігу.

Дослідження кон'юнктури ринку містить два етапи: аналіз стану ринку та прогноз його розвитку.

Для кількісної оцінки змін, які відбуваються на ринку, і визначення тенденцій у розвитку кон'юнктури варто відібрати показники, що відображають вплив на розвиток кон'юнктури найбільш значущих для даного ринку факторів. У разі використання тих чи інших показників необхідно врахувати, що частина з них прямо і безпосередньо відображає кон'юнктурні зміни, а інші є лише непрямими індикаторами. Показники, які використовуються для дослідження кон'юнктури, доцільно систематизувати за групами:

1. Показники матеріального виробництва, що характеризують пропозицію товару, — натуральні та вартісні дані про промислове виробництво товарів, видобуток корисних копалин, урожаї сільськогосподарських культур.

Непрямими показниками матеріального виробництва є:

- портфель замовлень;
- динаміка завантаженості виробничих потужностей;
- інвестиційна активність;
- динаміка обсягів нових капіталовкладень;

» рівень зайнятості у відповідній галузі;

- фонд заробітної плати;
- тривалість робочого тижня.

Слід зазначити, що непрямі показники є досить важливими для оцінки виробництва готових виробів, зокрема машин та обладнання.

2. Показники внутрішнього товарообігу є чутливими індикаторами економічної кон'юнктури, оскільки у внутрішній торгівлі пропозиція товарів стикається з попитом населення і виявляється співвідношення попиту і пропозиції.

Статистика багатьох країн публікує наступні показники, які характеризують становище на внутрішньому ринку:

- обсяг роздрібною торгівлі;
- оборот гуртової торгівлі;
- величини продажу крупних універмагів;
- розміри продажу в кредит;
- обсяг наданих послуг;
- дані про внутрішні перевезення вантажів;
- індекси вартості життя;
- інші.

Ці показники відіграють важливу роль у разі вивчення ринків товарів споживчого призначення. Всі показники цієї групи вартісні.

3. Показники зовнішньої торгівлі

Для характеристики розвитку кон'юнктури велике значення мають показники зовнішньої торгівлі, оскільки вона створює взаємозв'язок між внутрішнім та зовнішніми ринками і підтримує зв'язок між внутрішньою кон'юнктурою різних країн.

До групи показників зовнішньої торгівлі відносять:

- фізичний і вартісний обсяги зовнішньоторговельного обороту;
- фізичний і вартісний обсяги експорту;
- фізичний і вартісний обсяги імпорту;
- сальдо торгового балансу (8-E-I);
- товарну структуру експорту та імпорту;
- географічну спрямованість експорту та імпорту;
- питому вагу країни у світовому експорті та імпорті;
- частку експорту у виробництві товару;
- частку імпорту у споживанні товару;

- зовнішньоторговельну політику уряду країни;
- міжнародні угоди у сфері зовнішньої торгівлі.

Практично всі зміни, які відбуваються в економіці кожної країни, знаходять відображення в динаміці і структурі зовнішньої торгівлі. Дані про світовий експорт та імпорт, співставлення динаміки зовнішньоторговельних оборотів в розрізі окремих країн і товарних груп разом з іншими показниками дозволяють правильно оцінити ситуацію на ринку, скласти аналіз і дати прогноз ринкової кон'юнктури.

4. Показники валютної та кредитно-грошової ситуації характеризують як пропозицію, так і попит, мають важливе значення для оцінки загально-господарської кон'юнктури та кон'юнктури товарного ринку.

До основних показників цієї групи належать: курс акцій, величина позичкового процента, кількість банкрутств, співвідношення валютних курсів, грошова маса в обігу, банківські депозити, емісія цінних паперів.

Стан грошово-фінансової сфери і, перш за все, стабільність валюти багато в чому визначають внутрішню та зовнішню торгівлю в сучасних умовах, коли відбувається посилення взаємозалежності національних економік країн світу через розширення зовнішньоекономічної діяльності.

5. Ціни — найбільш концентровані, «інтегровані» показники. В динаміці цін відображається, по суті, зміна всіх інших показників та факторів, що впливають на їх формування. Вивчення цінових показників — складний процес, який визначається як специфікою товарного ринку, так деколи і відсутністю достатньо надійної інформації, що систематично публікується. Разом з тим, аналіз зміни товарних цін необхідний для повної характеристики стану будь-якого конкретного ринку. Більше того, значення рівня цін і правильна оцінка перспектив можливих їх змін мають велике практичне значення. Аналіз кон'юнктури будь-якого товарного ринку вимагає врахування і тих змін, які відбуваються у фірмовій структурі ринку. Отже, необхідно добре уявляти собі роль та значення основних фірм, що визначають становище на ринку.

Вивчення фірмової структури передбачає ознайомлення зі становищем на ринку провідних фірм, ступенем їх контролю над виробництвом і збутом даного товару. Важливим є знання ступеня диверсифікації та спеціалізації виробництва, а також врахування змін у міжфірмових зв'язках (всередині країни і міжнародних) — ліцензійних, фінансових, науково-технічних та ін. Вивчення фірмової структури ринку повинно враховувати процеси злиття,

поглинання, придбання, банкрутства, а також зміни у виробничій структурі провідних фірм.

Важливо зазначити, що вивчення стану ринку необхідно здійснювати на основі аналізу змін не одного (будь-якого) показника, а всього комплексу. Чим більше показників залучається, тим правильніше і точніше можна визначити становище на даний момент і на перспективу.

Крім того, кількісні та якісні зміни, що відбуваються на ринку, можна правильно оцінити за умови, що всі показники аналізуються за ряд років (5-7 років). Власне, аналіз за ряд років, а не за один-два, допомагає виявити основні зміни в обсягах виробництва, споживання, експорту або імпорту і відокремити окремі коливання від основної тенденції розвитку.

Отже, на етапі аналізу кон'юнктури (загальногосподарської чи товарного ринку) студент, використовуючи оптимальний підбір показників, повинен вивчити тенденції динаміки цих показників, правильно визначити причини змін, тобто встановити фактори, під впливом яких складається кон'юнктура. Загалом аналіз кон'юнктури повинен дати уяву про причинні зв'язки між різноманітними явищами.

Аналіз кон'юнктури є необхідною передумовою, тим фундаментом, на якому базується прогноз. Прогноз є найважливішим елементом вивчення кон'юнктури будь-якого ринку. Вивчення кон'юнктури вчорашнього і сьогоднішнього дня проводиться, головним чином, лише для того, щоб правильно визначити перспективи розвитку.

Прогноз кон'юнктури товарного ринку не ставить за мету одержання прогнозу, наприклад, пропозиції, попиту або ціни у цифровому виразі (хоча такі розрахунки і можуть бути включені, але вони зовсім не обов'язкові). Розробка прогнозу вимагає від студента розгляду в певній послідовності передбачуваних змін в загальногосподарській кон'юнктурі, а також у сферах виробництва, обігу та споживання даного товару. Головне тут — створити картину ймовірного майбутнього, правильно виявити основні тенденції розвитку кон'юнктури, визначити можливості, якими можна і слід скористатись, та небезпеки, яких слід уникати.

Не варто забувати, що правильне розуміння перспектив загально-економічного розвитку — основа прогнозу товарної кон'юнктури. На основі визначених кон'юнктурутворювальних факторів складаються оцінки передбачуваних змін в обсязі та структурі споживання товару. Наприклад, для прогнозу ринку шкіряної сировини необхідно вивчити перспективи розвитку

взуттєвої промисловості, для прогнозу ринку міді — оцінити перспективи електротехнічної промисловості і т.д.

Після прогнозу передбачуваних змін в обсязі та структурі споживання складається оцінка розвитку виробництва товару, кон'юнктура ринку якого вивчається. Співставлення оцінок перспектив розвитку споживання та виробництва дає можливість зробити висновок про зміни у співвідношенні між попитом та пропозицією, визначити ймовірний обсяг міжнародної торгівлі та майбутній рівень цін.

Отже, предметом прогнозування у царині кон'юнктури є оптимальний комплекс з розглянутих вище груп показників матеріального виробництва, попиту, рівня цін. Складаючи прогноз кон'юнктури ринку, необхідно не лише визначити можливі зміни в обсягах виробництва, споживання, торгівлі, рівня цін, а й встановити основний спектр факторів, які формуватимуть кон'юнктуру ринку в майбутньому. Особливу увагу необхідно акцентувати на можливих проявах несприятливої кон'юнктури, оскільки прогноз товарної кон'юнктури — не самоціль, а засіб, який дозволяє намітити лінію поведінки на ринку і тактику продажу та купівель, яка змінюється залежно від коливань кон'юнктури.

Кон'юнктурні прогнози, що використовуються для визначення тактики, як правило, обмежуються періодом до I року (1-2 квартали, сезон), оскільки лише в цих межах можна достатньо точно передбачити перепади і стрибки в динаміці товарної кон'юнктури. Зі збільшенням тривалості прогнозного періоду втрачається цінність короткотермінового прогнозу.

В окремих випадках виникає необхідність у розробці довготермінових або середньотермінових прогнозів товарних ринків, що може визначатися більш глобальними завданнями, наприклад, пов'язаними з розробкою стратегії. В цьому випадку отримувані оцінки найчастіше мають усереднений характер і передбачають лише загальну тенденцію відповідних ринкових процесів.

Обсяг дослідницької частини курсової роботи — 16-17 сторінок комп'ютерного тексту (з таблицями та рисунками).

4.4. Висновки та рекомендації

У цій частині курсової роботи необхідно подати висновки та узагальнення, що були зроблені в кінці кожного підрозділу курсової роботи.

Висновки рекомендується оформляти чітко, логічно, зважено, не перевантажуючи цифровими даними чи другорядними матеріалами. Висновки,

безперечно, посилять сформульовані позиції автора щодо ключових питань теорії та практики досліджуваного об'єкта.

Рекомендації повинні бути підкріплені міркуваннями студента щодо можливостей їх практичного використання.

Після висновків та рекомендацій студент ставить дату завершення курсової роботи та свій підпис.

4.5. Перелік використаних літературних джерел

Перелік використаних літературних джерел розміщують після висновків та пропозицій. У ньому наводять усі використані літературні джерела вітчизняних та закордонних видань, Інтернет-ресурси. Рекомендована кількість застосовуваних літературних джерел — 25-30. Найбільшу вагомість мають найновіші публікації періодичних наукових та інформаційних видань, споріднені з проблематикою курсової роботи. У списку літератури усі використані джерела мають порядковий номер. Перелік використаних літературних джерел є суттєвою та органічною частиною курсової роботи і відображає самостійну творчу діяльність автора, рівень вивчення ним поставленої проблеми.

До переліку рекомендується включати основну фахову літературу з досліджуваної теми, на яку в роботі є посилання або з якою автор ознайомився, зокрема:

- міжнародні документи;
- закони, прийняті Верховною Радою України;
- укази Президента України;
- постанови Кабінету Міністрів України;
- **науково-теоретичні роботи (монографії, збірники наукових праць);**
- навчально-методичні роботи (підручники, посібники, методичні рекомендації);
- статистичні та інформаційні видання;
- **газетно-журнальні статті;**
- Інтернет-сайти.

Вимоги до оформлення переліку використаних літературних джерел наведені у додатку Б.

Посилання на певну публікацію у тексті курсової роботи здійснюється шляхом наведення в дужках номеру літературного джерела у списку літератури і конкретних сторінок, наприклад, [7, с. 25-27], [15, с. 9].

4.6. Додатки

Додатки подаються після переліку використаних літературних джерел і містять низку важливих матеріалів, використання яких є недоцільним у основній частині курсової роботи, оскільки переобтяжує її і заважає цілісності сприйняття отриманих в процесі дослідження результатів.

Додатки оформляються так: у правому верхньому куті сторінки пишеться слово «Додаток», посередині сторінки подається тематичний заголовок, далі викладається необхідний матеріал: розрахунки, таблиці, рисунки, витяги з документів тощо. Додатки нумерують великими літерами українського алфавіту, наприклад, Додаток А, Додаток Б і т. д. Розміщують додатки у логічній послідовності щодо розділів та підрозділів курсової роботи з обов'язковим посиланням на них в тексті курсової роботи.

Кількість додатків не регламентується, але механічне збільшення їх кількості не повинно бути самоціллю.

5. Оформлення курсової роботи

Курсова робота оформлюється відповідно до вимог ДСТУ 3008-95 «Документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура і правила оформлення».

5.1. Формат

Курсова робота виконується на аркушах формату А 4 (210-297 мм) рукописним способом або за допомогою комп'ютерного набору.

Рукописний варіант курсової роботи вимагає чіткого і розбірливого почерку, ретельного оформлення таблиць та рисунків. Перевага надається роботам, складеним на комп'ютері. У разі використання текстових редакторів рекомендується працювати зі шрифтом Times New Roman, кегель 14. Текст складається на комп'ютері через 1,5 інтервали, містять 28-30 рядків на одному аркуші, 64 знаки в рядку. Колір друку — чорний, середньої жирності. Щільність тексту повинна бути однакова.

Розміщувати текст необхідно таким чином, щоб залишались поля: від лівого краю аркуша до краю тексту - 25 мм, від правого - 10 мм, від верхнього краю аркуша до першого рядка тексту - 20 мм, від останнього рядка тексту до краю аркуша - 20 мм.

Текстова частина повинна бути чіткою за викладом, базувати_{ся} на реченнях з простою структурою, виключати можливість суб'єктивного тлумачення. Термінологія та визначення повинні бути єдиними і відповідати встановленим стандартам, а за відсутності останніх - загальноприйнятими_в навчально-науковій літературі.

Не дозволяється застосовувати в тексті скорочення слів, окрім визначених відповідними ДСТУ або обумовлених специфікою предмету. Тоді перший раз необхідно написати повністю слово або групу слів, після $<_{10г0}$ в дужках зазначити прийнятий скорочений варіант, наприклад, державні торговельні організації (ДТО).

В тексті курсової роботи числа з одиницею фізичної Маса, вартісним вираженням тощо варто писати цифрами, а без них - словами, наприклад, «14 у/га», «180 тис. грн.», «товарообіг збільшився у два рази».

Текст курсової роботи необхідно поділяти на розділи і підрозділи. Кожен розділ курсової роботи слід починати з нової сторінки. На_{вн} розділів і підрозділів та заголовки інших структурних частин курсової роботи: ЗМІСТ, ВСТУП, ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ, СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ, ДОДАТКИ пишуть великими літерами симетрично до' тексту. Крапку в кінці заголовка не ставлять. Якщо заголовок складається з двр_x або більше речень, їх розділяють крапкою. Підкреслювати заголовки, скорочувати та переносити в них слова не дозволяється. Не дозволяється розміщувати назву розділу чи підрозділу в нижній частині сторінки, якщо після неї розміщується тільки один рядок тексту. Відстань між заголовком і текстом повинна дорівнювати 2 рядки. Текст поділяють на абзаци, кожний з яких містить самостійну думку. Абзац починається з нового рядка, при цьому ₃ лівого боку залишають поле розміром 15-17 мм.

Кожну сторінку слід використовувати повністю, пропуски Допустимі лише в кінці розділів.

Помилки, описки та графічні неточності допускається виправляти підчищенням або зафарбовуванням білою фарбою в кількості Не більше двох на одній сторінці.

5.3. Титульна сторінка має єдину форму і реквізити. Вона оформляється згідно зі зразком (див. додаток В). Титульна сторінка є першою сторінкою курсової роботи і не нумерується.

За титульною сторінкою розміщується затверджений план курсової роботи. Наступною сторінкою є зміст. Зміст відображає найменування та номери початкових сторінок всіх складових роботи, зокрема вступу, розділів та підрозділів основної частини, висновків та пропозицій, списку використаних літературних джерел, додатків. Усі заголовки починають з великої літери без крапки в кінці.

5.4. Нумерація сторінок курсової роботи повинна бути наскрізною. Вона виконується арабськими цифрами у правому куті верхнього поля аркуша. Першою сторінкою є титульна, другою — зміст і т.д. На титульній сторінці і сторінці зі змістом номери не проставляються.

Кожен розділ курсової роботи слід починати з нової сторінки. У тексті курсової роботи кожен розділ і підрозділ повинні мати свій номер і назву. Номер підрозділу складається з номеру розділу і номеру підрозділу, розділених крапкою. Наприкінці номеру підрозділу також ставиться крапка, наприклад: 2.1. Аналіз динаміки світового виробництва цукру.

Назви розділів та підрозділів повинні бути короткими і відповідати змісту. Назви розділів пишуть великими буквами (наприклад, 1. ОСНОВНІ РИСИ ТА ОСОБЛИВОСТІ РИНКУ АЛЮМІНІЮ), назви підрозділів — малими буквами, окрім першої прописної (наприклад, 1.2. Форми і методи міжнародної торгівлі зерновими). В кінці назви розділу або підрозділу крапка не ставиться. Назви розділів подаються у центральній частині аркуша, а назви підрозділів вирівнюються відносно лівого краю.

5.5. Таблиці

Цифровий матеріал для кращої наочності найзручніше подавати у вигляді таблиць. Стисле і точне розміщення даних у таблиці допомагає кращому розумінню та їх аналізу. Таблиця має бути компактною і містити лише ті числові дані, які потрібні для вирішення конкретного завдання. Замість однієї перевантаженої матеріалом таблиці краще побудувати кілька менших, наочних таблиць.

Будь-яка таблиця має два основних елементи: підмет і присудок.

Підмет таблиці — це перелік одиниць сукупності або їх груп, які характеризуються показниками. Він вказує на об'єкт, що вивчається, розміщується зліва у вигляді назв горизонтальних рядків і відповідає на питання: Хто? Що?

Присудок таблиці — це система показників, якими характеризується підмет. Він розміщений справа у вигляді назв вертикальних стовпчиків (граф) і відповідає на запитання: Якими показниками характеризується об'єкт? Наприкінці підмета та присудка підбиваються підсумки (якщо це можливо).

Для показників таблиці слід вказати одиниці вимірювання у заголовках відповідних граф або рядків. Якщо для усіх показників використовується одна одиниця вимірювання, то її вказують у заголовку таблиці. Однотипні показники подаються з однаковою точністю. Для виділення особливо важливих показників або підсумків за групами використовують підкреслення, зміну шрифту і т. д.

Якщо явище відсутнє, пишуть - (тире). Якщо про нього немає даних, ставлять ... (три крапки). Якщо числове значення неможливе або не має логічного змісту, пишуть знак x (знак множення). Якщо точність даних менша від заданої у таблиці, пишуть 0,0.

Загальний заголовок стисло характеризує основний зміст таблиці. Його розміщують між словом «Таблиця» і самою таблицею. Крім загальноприйнятих скорочень одиниць вимірювання, скорочення слів у тексті заголовка не допускається. Напис «Таблиця» та її номер розміщують над таблицею з правого боку. Таблиці нумеруються послідовно у межах розділу арабськими цифрами. Номер таблиці складається з номеру розділу і порядкового номеру таблиці, які розділяють крапкою, наприклад, Таблиця 2.3. Таблиці розміщуються після першого згадування про них в тексті курсової роботи. Посилання на таблицю позначаються словом «табл.», наприклад, «табл. 1.2.».

Кожна таблиця повинна розміщуватись на одній сторінці. Не рекомендується розташовувати підряд дві або декілька таблиць одна за одною, їх краще розділяти текстом — аналізом таблиці. У разі перенесення таблиці у правому куті наступної сторінки необхідно вказати «продовження табл. 2.2.» Під таблицею обов'язково має бути вказане джерело інформації.

Аналіз показників таблиці слід розпочинати із загальних підсумків, а потім переходити до аналізу окремих рядків і граф, обираючи найбільш характерні.

Динаміка світового виробництва кави в 2006-2008 рр. (тис. т)*

Регіон, країна	Сезон року		Відносна величина динаміки, %
	2006-2007	2007-2008	
Америка	3709	3252	87,7
Бразилія	1565	1013	64,6
Колумбія	785	815	103,8
Мексика	246	281	114,5
Африка	1078	1050	97,4
Ефіопія	215	27	105,7
Кот - д'Івуар	229	185	80,4
Уганда	185	185	100
Азія, Австралія, Океанія	987	1006	101,9
Індонезія	365	353	96,7
Індія	196	227	116,2
В'єтнам	215	215	100
Разом	5574	5308	95,2

*Зотов Г. М. Современное состояние рынков сырья / Г. М. Зотов // Коринф — 2009. — № 7. — С. 34-38.

5.6. Рисунки

Краще сприйняття і розуміння закономірностей явищ та процесів, що досліджуються, можна забезпечити за допомогою уточнення інформації, різноманітних ілюстрацій. Всі ілюстрації називаються рисунками. Вони можуть подаватись у вигляді графіків (лінійних, стовбчикових, секторних, фігурних діаграм), схем, креслень, фотографій та ін. Дозволяється використання сканованих рисунків за умови достатньо високої якості вихідного матеріалу. Рисунки розміщують відразу ж після посилання на них в тексті, не більше одного рисунку на одній сторінці курсової роботи.

Рисунки бажано розміщувати так, щоб їх можна було розглядати, не повертаючи роботи. Якщо таке розташування неможливе, їх розміщують так, щоб роботу повертати за годинниковою стрілкою.

Назва рисунка (заголовок) повинна чітко і точно розкривати його основний зміст, давати характеристику місця і часу. Назва рисунка розміщується під ним в одному рядку з номером (нумерація — аналогічна до таблиць), наприклад, Рис. 2.4. Розподіл світового експорту за країнами в 2008 р. (%). У разі побудови рисунків важливо правильно обрати масштаб, спосіб зображення, раціонально розташувати елементи рисунка, не перевантажити його матеріалом. Пояснення умовних позначень розкривають зміст окремих елементів графічного образу. Вони розташовуються на самому рисунку або за його межами. Рисунки можуть супроводжуватися примітками, у яких вказуються джерела статистичних даних, розкривається зміст і методика їх одержання.

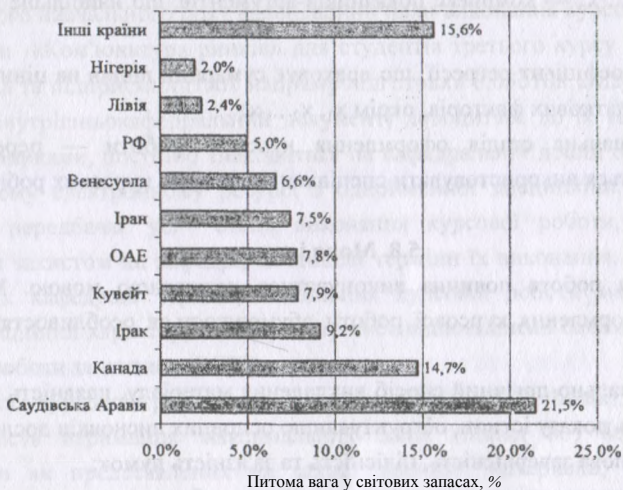


Рис. 2.2. Розподіл запасів нафти по країнах, %

5.7. Формули

Формули в курсовій роботі нумеруються арабськими цифрами аналогічно до таблиць, але номер формули береться в дужки і розміщується на полях справа від формули. Формули повинні бути написані чітко, шрифтом для креслення. Пояснення значень символів та цифрових коефіцієнтів подаються безпосередньо під формулою в послідовності, в якій вони є у формулі. Значення кожного символу і цифрового коефіцієнта необхідно подавати з нового рядка. Перший рядок починають зі слова «де», причому двокрапку після нього не ставлять. Взірці формул у тексті:

$$1) E_p = B + 3 + I + I_0 - E - E_0, \quad (2.1.)$$

де C_p — ємність ринку;

V — виробництво;

Z — запаси;

I — імпорт;

I_0 — непрямий імпорт;

E — експорт;

E_0 — непрямий експорт.

$$2) Y \ll \Gamma(*_1, x_1, \dots, x_n) \pm i, \quad (2.7.)$$

де Y — ціна;

X_1, x_2, \dots, x_n , — комплекс показників-аргументів, що найбільше впливають на ціни;

2 — коефіцієнт регресії, що враховує сумарний вплив на ціни будь-яких додаткових факторів, окрім x_1, x_2, \dots, x_n ,

Завершальна стадія оформлення курсової роботи — переплетення.

Рекомендується використовувати спеціальні папки для курсових робіт.

5.8. Мова і стиль

Курсова робота повинна виконуватися державною мовою. Мовностилістичне оформлення курсової роботи обумовлюється особливостями наукового стилю.

- формально-логічний спосіб викладення матеріалу, наявність міркувань, що сприяють доказу істини, обґрунтуванню основних висновків дослідження;
- смислова завершеність, цілісність та зв'язність думок;
- цілеспрямованість, відсутність емоційного забарвлення наукового тексту;
- об'єктивність викладу, смислова точність, стислість, зрозумілість;
- необхідність використання спеціальної термінології.

Завдяки спеціальним термінам досягається можливість в короткій формі давати розгорнуті визначення та характеристики наукових фактів, понять, процесів, явищ. Слід уважно підходити до вибору наукових термінів та визначень, посилаючись при цьому на авторитетні опубліковані джерела (підручники, довідкові та нормативні видання тощо).

Щоб уникнути суб'єктивних суджень і закцентувати основну увагу на предметі висловлювання, в тексті застосовують переважно виклад від третьої особи («... автор рекомендує») або від першої особи множини («... на нашу думку», «...азначимо, що»), часто використовують безіменну форму подачі інформації («... як було сказано», «... на думку»).

Текст курсової роботи слід старанно вчитати та перевірити на грамотність.

Курсова робота, яка неохайно оформлена, з граматичними помилками і суттєвими стилістичними огріхами, повертається студенту керівником для доопрацювання.

6. Організаційні аспекти реєстрації та доопрацювання курсової роботи

Важливою організаційною складовою підготовки та виконання курсової роботи з дисципліни «Кон'юнктура ринків» є дотримання календарного плану.

Кожного навчального року календарний план виконання курсової роботи з дисципліни «Кон'юнктура ринків» для студентів третього курсу галузі знань «Економіка та підприємництва» напряму підготовки 6.050108 «Маркетинг» (як окремий внутрішньокафедральний документ) доводиться до їх відома науковими керівниками, постійно знаходиться на кафедральній дошці оголошень та академічному електронному ресурсі з однойменної дисципліни. Зазначений документ передбачає усі етапи виконання курсової роботи, включно з публічним захистом на кафедрі, та кінцеві терміни їх виконання. Дотримання визначених кафедрою термінів виконання курсової роботи має не тільки рекомендаційний характер, але і враховується відповідними балами при оцінці курсової роботи за шкалою ЕСТБ.

Оцінка курсової роботи за шкалою ЕСТБ (100 балів) передбачає неможливість отримання максимальних балів (понад 80) без ретельної підготовки як представлених на захист наочних матеріалів, так і самої доповіді.

Курсову роботу необхідно подати для реєстрації на кафедру, дотримуючись визначеного терміну. Науковий керівник рецензує курсову роботу, дає в письмовому вигляді розгорнутий відгук (рецензію) на неї.

Студент повинен доопрацювати курсову роботу згідно з зауваженнями рецензента. Якщо зауваження є незначними і не передбачають ґрунтового доопрацювання, необхідні виправлення і доповнення виконуються на окремих пронумерованих сторінках (доповнення 1, 2, 3 і т. д.) без порушення попереднього тексту курсової роботи. У разі виникнення необхідності радикального доопрацювання курсової роботи вона подається на кафедру для повторного рецензування. Позитивний відгук на курсову роботу дозволяє

студенту здійснювати її захист на кафедрі перед спеціальною комісією і аудиторією слухачів-студентів.

7. Захист курсової роботи

Кожен студент намагається виконати курсову роботу на належному рівні, але з різних причин це не завжди вдається. Тому в будь-якому випадку — і коли курсова робота отримала високі бали, при оцінці рецензентом, і коли курсова робота отримала бали нижчі від бажаних, — необхідно ретельно готуватися до захисту курсової роботи. Адже високі бали при оцінюванні змісту курсової роботи треба підтвердити таким же захистом, а невисоку бальну оцінку змісту роботи необхідно спробувати підвищити ефективним захистом.

Особливо ретельно необхідно готувати доповідь, яка не повинна перевищувати 7-8 хвилин. У ній студент відображає

- актуальність теми;
- мету і завдання курсової роботи;
- здійснені дослідження, використані методи;
- основні результати проведених досліджень;
- висновки і рекомендації.

Під час захисту курсової роботи монотонне зачитування тексту не допускається. Високі бали (максимально — десять) на захисті отримують виступи у вигляді вільної розповіді, з невимушеним, але переконливим використанням унаочнень. До підбирання наочних матеріалів на захист курсової роботи необхідно підійти дуже уважно і зважено. Як правило, в роботі їх подається багато, але на захист необхідно виносити лише ключові. Треба врахувати, що невдало виконані унаочнення (зі стилістичними, орфографічними, графічними, розрахунковими та ін. огріхами) можуть стати найвразливішим місцем на захисті курсової роботи.

Методично правильна підготовка до захисту курсової роботи вимагає здійснити хронометраж часу доповіді та його розподіл на висвітлення окремих частин доповіді, відслідкувати емоційність виступу, тональність мови, підготувати перелік найімовірніших запитань та ін.

8. Оцінювання курсової роботи за шкалою ЕСТБ

Основні критерії оцінювання курсової роботи та їх врахування відповідними балами згідно з вимогами ЕСТБ подано у табл. 1.

Оцінювання курсової роботи з дисципліни «Кон'юнктура ринків» за шкалою ЕСТБ

№ з/п	Критерії оцінювання (максимальний бал)	Максимальна кількість балів	Кількість балів	
			початкова	після доопрацювання
1	Оформлення роботи згідно з вимогами	5		
2	Свочасність подання роботи на кафедру	5		
3	Наявність вступу та висновків, відповідність їх змісту вимогам	5		
4	Дотримання календарного плану	5		
5	Теоретична частина роботи:			
	-глибока, з наведенням наукової полеміки	15		
	-достатня, з наведенням посилань на літературу	10		
	-поверхова, що базується лише на навчальній літературі	5		
6	Дослідницька частина роботи:			
	-глибока, з використанням сучасних методик аналізу, творчого підходу, оцінкою впливу кон'юнктуроутворювальних факторів, власними розрахунками та інтерпретацією стану досліджуваного ринку за 5-7 років	30		
	-достатня, з використанням традиційних підходів до аналізу, статистичною і математичною обробкою даних стану досліджуваного ринку	25		
	-поверхова, з використанням простіших підходів до оцінки стану* досліджуваного ринку, дані проаналізовані за 1-2 роки	20		
7	Прогноз кон'юнктури ринку:			
	- детальний розгляд у належній послідовності передбачуваних змін, правильно виявлені основні тенденції розвитку кон'юнктури ринку	15		
	- достатнє висвітлення передбачуваних змін, визначення основних тенденцій розвитку кон'юнктури ринку	10		
	- поверхове висвітлення передбачуваних змін на ринку, зазначення тенденцій розвитку кон'юнктури ринку	5		
	РАЗОМ			
	Захист курсової роботи:			
8	- підготовка роздаткових матеріалів та доповіді	10		
9	- відповіді на питання членів комісії та слухачі з	10		
	РАЗОМ за шкалою ЕСТБ (за максимальними балами)	100		

У разі встановлення несамотійного виконання курсової роботи затверджується нова тема.

Студент, який одержав на захисті курсової роботи оцінку «незадовільно» або не захищав її, до складання іспиту з дисципліни «Кон'юнктура ринків» не допускається.

Захищені курсові роботи науковий керівник здає на кафедру для зберігання.

9. Рекомендована тематика курсових робіт

1. Економічна кон'юнктура паливно-енергетичного ринку та фактори, що впливають на її формування.
2. Характерні риси та особливості економічної кон'юнктури ринку нафти (або ринку нафтопродуктів).
3. Дослідження структурних змін на світовому паливно-енергетичному ринку.
4. Основні тенденції розвитку кон'юнктури ринку газу.
5. Умови формування і фактори розвитку ринку електроенергії.
6. Дослідження кон'юнктури ринку вугілля.
7. Характерні риси та особливості економічної кон'юнктури ринку атомної енергії.
8. Оцінка стану та перспективи розвитку світового ринку кольорових металів.
9. Економічна кон'юнктура ринку чорних металів та фактори, що впливають на її формування.
10. Основні фактори формування та розвитку економічної кон'юнктури ринку сталі та сталепродукції.
11. Дослідження кон'юнктури світового ринку кольорових металів (на прикладі міді, мідних руд та концентратів; нікелю та нікелевих руд; бокситів, глинозему і алюмінію; свинцю, свинцевих руд та концентратів; цинку, цинкових руд та концентратів, олова, олов'яних руд та концентратів).
12. Умови формування і фактори розвитку кон'юнктури світового ринку дорогоцінних металів.
13. Основні тенденції розвитку кон'юнктури ринку золота.
14. Дослідження кон'юнктури ринку срібла.
15. Характерні риси та особливості кон'юнктури світового алмазного ринку.
16. Основні тенденції розвитку світового ринку діамантів.

17. Економічна кон'юнктура світового ринку машин та обладнання та фактори, що впливають на її формування (на прикладі продукції загального, електротехнічного або транспортного машинобудування).
18. Дослідження кон'юнктури світового ринку зброї та військового спорядження.
19. Характерні риси та особливості світового ринку космічної техніки та технології.
20. Дослідження кон'юнктури ринку комп'ютерної техніки та інформаційних технологій.
21. Основні тенденції у формуванні і розвитку кон'юнктури ринку непродовольчих товарів (на прикладі одягу, взуття, парфумерії тощо).
22. Основні фактори формування та розвитку економічної кон'юнктури ринку товарів культурно-побутового призначення (на прикладі телевізорів, магнітофонів, відеотехніки, мікрохвильових печей та ін.).
23. Економічна кон'юнктура ринку сільськогосподарської сировини та фактори, що впливають на її формування (на прикладі бавовни, вовни, натурального каучуку, тютюну).
24. Оцінка стану та перспективи розвитку ринку хутра та хутрових виробів.
25. Основні фактори формування та розвитку економічної кон'юнктури товарів лісового господарства (на прикладі деревини, пиломатеріалів, меблів, паперу, целюлози та ін.).
26. Умови формування і фактори розвитку ринку хімічної продукції (на прикладі хімічних волокон, синтетичних смол та пластмас, мінеральних добрив тощо).
27. Умови формування і фактори розвитку кон'юнктури ринку текстильної продукції (на прикладі бавовняних, шерстяних, шовкових тканин, швейних виробів, килимів, килимових виробів).
28. Дослідження кон'юнктури ринку продовольчих товарів (на прикладі зернових та продуктів їх переробки, м'яса та м'ясопродуктів, молочних продуктів, цукру, насіння соняшнику та продуктів його переробки, кави, чаю, фруктів тощо).
29. Оцінка стану та тенденції розвитку світового ринку послуг.
30. Дослідження економічної кон'юнктури світового ринку послуг І' (на прикладі туристичних, готельних, транспортних, ліцензійних, інжинірингових, консультаційних та ін. послуг).

10. Орієнтовні плани курсових робіт

Тема: *Оцінка стану та перспективи розвитку світового ринку бавовни*

Вступ

1. Методологічні засади аналізу та прогнозу кон'юнктури світових ринків сільськогосподарської сировини.
 - 1.1. Система показників для аналізу кон'юнктури сировинних товарних ринків.
 - 1.2. Основні принципи прогнозування кон'юнктури товарних ринків.
 2. Дослідження кон'юнктури світового ринку бавовни.
 - 2.1. Динаміка світового виробництва бавовни.
 - 2.2. Динаміка попиту на бавовну.
 - 2.3. Динаміка цін на бавовну.
 - 2.4. Головні експортно-імпортні потоки на світовому ринку бавовни.
 3. Перспективи розвитку світового ринку бавовни.
- Висновки та рекомендації
- Перелік використаних літературних джерел
- Додатки

Тема: *Основні фактори формування і розвитку світового ринку нафти*

Вступ

1. Комплекс факторів, що формують кон'юнктуру світового ринку нафти.
 - 1.1. Циклічні кон'юнктуруотворювальні фактори.
 - 1.2. Постійнодіючі нециклічні кон'юнктуруотворювальні фактори.
 - 1.3. Нециклічні кон'юнктуруотворювальні фактори тимчасового характеру.
 2. Дослідження кон'юнктури ринку нафти.
 - 2.1. Динаміка загальних запасів, нафтовидобутку і пропозиції на світовому ринку нафти.
 - 2.2. Динаміка споживання нафти у світовому господарстві та економіці окремих країн.
 - 2.3. Динаміка світових цін на нафту.
 - 2.4. Запаси, видобуток і потреби в нафті в Україні.
 3. Перспективи розвитку світового ринку нафти.
- Висновки та рекомендації
- Перелік використаних літературних джерел
- Додатки

Тема: Характерні риси та особливості світового ринку автомобілів

Вступ

1. фактори і показники кон'юнктури світових товарних ринків.
 - 1.1. Класифікація кон'юктуроутворювальних факторів.
 - 1.2. Основні показники кон'юнктури світового ринку машин і обладнання.
2. Дослідження кон'юнктури світового ринку автомобілів.
 - 2.1. Динаміка світового виробництва автомобілів.
 - 2.2. Динаміка попиту на автомобілі.
 - 2.3. Динаміка цін на автомобілі.
 - 2.4. Фірмова структура ринку автомобілів.
3. Основні тенденції розвитку світового ринку автомобілів.

Висновки та рекомендації

Перелік використаних літературних джерел

Додатки

Тема: Економічна кон'юнктура світового ринку цукру та фактори, що впливають на її формування

Вступ

1. Методологія дослідження кон'юнктури світових товарних ринків.
 - 1.1. Основні принципи здійснення дослідження кон'юнктури світових товарних ринків.
 - 1.2. Інформаційне забезпечення дослідження кон'юнктури світових ринків сільськогосподарської продукції.
2. Дослідження кон'юнктури світового ринку цукру.
 - 2.1. Динаміка світового виробництва цукру.
 - 2.2. Динаміка споживання цукру.
 - 2.3. Динаміка цін на цукор.
 - 2.4. Головні експортно-імпортні потоки на світовому ринку цукру.
3. Оцінка факторів, що формують кон'юнктуру ринку цукру.

Висновки та рекомендації

Перелік використаних літературних джерел

Додатки

Тема: Оцінка стану та перспективи розвитку світового ринку зернових

Вступ

1. Підходи до оцінки особливостей ринку зернових.

- 1.1. Регіональні особливості вирощування основних видів зернових.
 - 1.2. Міжнародна практика регулювання ринку зернових.
 2. Дослідження кон'юнктури ринку зернових.
 - 2.1. Динаміка світового виробництва зернових.
 - 2.2. Динаміка споживання зернових.
 - 2.3. Динаміка цін на зернові.
 - 2.4. Головні експортно-імпортні потоки на світовому ринку зернових.
 3. Перспективи розвитку світового ринку зернових.
- Висновки та рекомендації
- Перелік використаних літературних джерел
- Додатки

Тема: *Дослідження кон'юнктури світового ринку алюмінію*

Вступ

1. Основні риси та особливості ринку алюмінію.
 - 1.1. Споживчі властивості алюмінію та сфери його застосування.
 - 1.2. Географічне розміщення сировини для алюмінієвої промисловості.
2. Дослідження кон'юнктури ринку алюмінію.
 - 2.1. Динаміка світового виробництва алюмінію.
 - 2.2. Динаміка попиту на алюміній.
 - 2.3. Динаміка цін на алюміній.
 - 2.4. Динаміка міжнародної торгівлі бокситами, глиноземом та первинним алюмінієм.
3. Прогноз кон'юнктури ринку алюмінію.

Висновки та рекомендації

Перелік використаних літературних джерел

Додатки

Тема: *Економічна кон'юнктура ринку відеотехніки та фактори, що впливають на її формування*

Вступ

1. Загальна оцінка особливостей ринку відеотехніки.
 - 1.1. Структура та інноваційні процеси на ринку відеотехніки.
 - 1.2. Система факторів, що формують кон'юнктуру ринку відеотехніки.
2. Дослідження кон'юнктури ринку відеотехніки.
 - 2.1. Динаміка пропозиції на ринку відеотехніки.
 - 2.2. Динаміка попиту на ринку відеотехніки.

2.3. Динаміка цін на ринку відеотехніки.

2.4. Фірмова структура ринку відеотехніки.

3. Оцінка факторів, що формують кон'юнктуру ринку відеотехніки.

Висновки та рекомендації

Перелік використаних літературних джерел

Додатки

Тема: *Основні тенденції розвитку світового ринку кави*

Вступ

1. Дослідження кон'юнктури світових товарних ринків.

1.1. Основні етапи процесу дослідження кон'юнктури товарного ринку.

1.2. Джерела інформації про кон'юнктуру світових товарних ринків.

2. Дослідження кон'юнктури світового ринку кави.

2.1. Динаміка пропозиції на світовому ринку кави.

2.2. Динаміка попиту на світовому ринку кави.

2.3. Динаміка цін на світовому ринку кави.

2.4. Головні експортно-імпортні потоки на світовому ринку кави.

3. Характерні тенденції розвитку світового ринку кави.

Висновки та рекомендації

Перелік використаних літературних джерел

Додатки

11. Список рекомендованої літератури

1. Абалов А. Э. Международный рынок металлов: основные принципы функционирования / А. Э. Абалов. — СПб. : ООО «Издательство ДНК», 2001, — 160 с.
2. Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанный бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання / Л. Г. Агафонова, О. Є. Агафонова. — К.: Знання, 2002. — 480 с.
3. Акулич М. В. Исследование рынков в практике международного бизнеса / М. В. Акулич // Маркетинг в России и за рубежом. — 2002. — № 5. — С. 94-108.
4. Алисов Н. В. Экономическая и социальная география мира / Н. В. Алисов, Б. С. Хорев. — М. : Экономика, 2000. — 740 с.
5. Абрютина М. С. Экономический анализ товарного рынка : учебное пособие / М. С. Абрютина. — М.: Издательство „Цело и сервис”, 2010. — 464 с.
6. Балабанов И. Т. Экономика туризма : учебное пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. — М.: Финансы и статистика, 2003. — 176 с.
7. Белова И. Н. Конъюнктура мировых товарных рынков : учебно-мегодические материалы / И. И. Белова. — М.: Российський университет дружбы народов, 2009. — 59 с.
8. Белова И. Н. Мировые товарные рынки : учебное пособие / И. Н. Белова. - М. : Издательство Российского университета дружбы народов, 1997. — 80 с.
9. Белявцев М. І. Інфраструктура товарного ринку / М. І. Белявцев, Л. В. Шестопалова. — К.: Центр навчальної літератури. — 2005. — 416 с.
10. Березин И. С. Практика исследования рынков / И. С. Березин. — М. : Бератор-Пресс, 2003. — 376 с.
11. Буров А. С. Конъюнктура мировых рынков товаров и услуг : учебное пособие / А. С. Буров. — М.: Экзамен, 2005. — 160 с.
12. Бутенко А. И. Конъюнктура рынка / А. И. Бутенко, В. Р. Кучеренко, В. А. Карпов. — Одесса : ОГЭУ, 1998. — 218 с.
13. Владимирова К. П. Прогнозирование и планирование в условиях рынка / К. П. Владимирова. — М. : Изд-во “Дашков и К”, 2001. — 308 с.
14. Гребельник О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності : підручник / О. П. Гребельник. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 384 с.
15. Губський Б. В. Євroatлантична інтеграція України / Б. В. Губський. — К. : Логос. — 2003. — 328 с.

16. Жук М. В. Комерційні відносини України: розвиток експортного потенціалу : підручник / М. В. Жук. — Чернівці : Рута. — 2004. — 352 с.
17. Заблоцька Р. О. Світовий ринок послуг : підручник / Р. О. Заблоцька. — К. : Знання, 2004. — 280 с.
18. Экономидес М. Цвет нефти. Крупнейший мировой бизнес: история, деньги и политика / М. Экономидес, Р. Олини ; [пер. с англ.]. — М. : ЗАО „Олимп-Бизнес”, 2009. — 256 с.
19. Іванова Л. О. Інформаційне забезпечення дослідження економічної кон'юнктури / Л. О. Іванова // Маркетинг в Україні. — 2004. — № 2. — С. 43-50.
20. Іванова Л. О. Іноземні джерела інформації про товарні ринки / Л. О. Іванова // Маркетинг в Україні. — 2004. — № 3. — С. 46-50.
21. Інфраструктура товарного ринку. Моніторинг товарних ринків України : навчальний посібник / [під ред. І. В. Сороки]. — К. : НМУВО МОИ України, НВФ “Студцентр”, 2002. — 607 с.
22. Карпов В. А. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку : навчальний посібник / В. А. Карпов, В. Р. Кучеренко. — К. : Товариство “Знання”, КОО, 2001, —215 с.
23. Основи міжнародної торгівлі: навч. посібник / [Ю. Г. Козак, Н. С. Логвинова, К. І. Ржепішевський та ін.]. — [2-ге вид., перер. та доп.]. — К. : Центр навчальної літератури, 2005. — 234 с.
24. Кокушкина И. В. Международная торговля и мировые рынки : учебное пособие / И. В. Кокушкина, М. С. Воронин. — СПб. : Техническая книга, 2007. — 592 с.
25. Кучеренко В. Р. Основи економічної кон'юнктури : навч. посібник / В. Р. Кучеренко, В. А. Карпов. — К. : Центр навчальної літератури, 2004. — 224 с.
26. Воскресенский В. Ю. Международный туризм : учебное пособие / В. Ю. Воскресенский. — [2-е изд., пере раб. и доп.]. — М. : Юнити-Дана, 2008. —463 с.
27. Ляшенко Г. П. Кон'юнктурні дослідження на світових ринках : навчальний посібник / Г. П. Ляшенко, Л. Л. Лазебник. — Ірпінь : Академія ДПС України, 2003. — 92 с.
28. Мальська М. П. Основи туристичного бізнесу : навч. посібник / М. П. Мальська, В. В. Худо, В. І. Цибух. — К. : ЦУЛ, 2004. — 360 с.

29. Методические рекомендации по анализу и прогнозированию товарных рынков. — М.: Новый век, 2001. — 96 с.
30. Міжнародний агробізнес : навч. посібник / [за ред. д.е.н, проф., акад. Сіваченка І. Ю.]. — К. : ЦУЛ, 2003. — 208 с.
31. Міжнародні ринки ресурсів : навч. посібник / А. Б. Яценко, Я. А. Дубинюк, Т. В. Мирена, К. С. Мітюшкіна ; [під загальною ред. проф. Ю.В. Макогона]. — К.: Центр навчальної літератури, 2005. — 194 с.
32. Мировая экономика : глобальные тенденции за 100 лет / [под ред. И. С. Королева]. — М. : Юристь, 2003. — 604 с.
33. Мошин Ю. Н. Анализ конъюнктуры потребительского рынка : учебное пособие / Ю. Н. Мошин, А. Ю. Мошин. — М. : Изд-во УРАО, 2004. — 168 с.
34. Пазуха М. Д. Кон'юнктура світових товарних ринків : навчальний посібник / М. Д. Пазуха. — К.: Центр навчальної літератури. — 2008. — 272 с.
35. Поляков В. В. Прогнозирование мирового товарного рынка / В. В. Поляков. — М. : Экзамен, 2002. — 288 с.
36. Руднева А. О. Международная торговля и мировые товарные рынки. Аналитическое пособие / А. О. Руднева. — М.: Восток-Запад, 2009. — 288 с.
37. Рум'янцев А. П. Міжнародна торгівля послугами / А. П. Рум'янцев, Ю. О. Коваленко. — К.: Центр навчальної літератури, 2003. — 112 с.
38. Рум'янцев А. П. Світовий ринок послуг : навч. посібник / А. П. Рум'янцев, Ю. О. Коваленко. — К.: Центр навчальної літератури, 2006. — 456 с.
39. Світовий ринок товарів та послуг. 41. : підручник [А. А. Мазаракі, Є. М. Воронова, В. В. Юхименко та ін.; за заг. ред. А. А. Мазаракі]. — К.: Київ. нац. торг.-економ. ун-т, 2005. — 319 с.
40. Світовий ринок товарів та послуг. 42. : підручник [А. А. Мазаракі, Є. М. Воронова, В. В. Юхименко та ін.; за заг. ред. А. А. Мазаракі]. — К. : Київ. нац. торг.-економ. ун-т, 2006. — 318 с.
41. 4аус І. В. Світовий ринок товарів та послуг : опорний конспект лекцій / І. В. 4аус. — К.: ЦУЛ, 2004. — 246 с.
42. Верников Г. П. Мировая экономика : учеб. для вузов / Г. П. Черников, Д. А. Черникова. — М. : Дрофа, 2003. — 432 с.
43. Федякина Л. Н. Международная торговля в мировой экономике : учебно-методическое пособие / Л. Н. Федякина. — М. : Российский университет дружбы народов, 2008. - 163 с.

Періодичні видання економічного характеру та спеціалізовані

Бизнес.

Деловая неделя.

Деловая Украина.

Деловые ведомости.

Діло.

Галицькі контракти.

Закон і бізнес.

Независимая газета.

Независимость.

Украинские деловые новости.

Украина - Business.

Україна. Європа. Світ.

Фінансова Україна.

Бюллетень иностранной коммерческой информации.

Бизнес-Информ.

Деловая жизнь.

Діловий вісник.

Економіка України.

Економіка. Фінанси. Право.

Капитал.

Компанийон.

Международная жизнь.

Международная экономика и международные отношения.

Панорама ринку.

Регіональна економіка.

Внешняя торговля.

Зовнішньоекономічний кур'єр Львівської торгово-промислової палати.

Огляд цін українського та світового товарних ринків.

Обзор украинского рынка.

Рынок металлов.

Металлы мира. Международное обозрение.

Металл - Бюллетень - Украина.

Енергетика та ринок.

Енергетичний бюлетень «Газ та нафта».

Нафтова і газова промисловість.

Мінеральні ресурси України.

Международный сельскохозяйственный журнал.

Текстильная промышленность.

Легка промисловість.

Зерновые культуры.

Харчова промисловість.

American Economic Review.

International Economic Review.

Jornal of International Economics.

Jornal of Political Economy.

Jornal of International Money and Finance.

Quarterly Journal of Economics.

Матеріали міжнародних організацій

1. Industrial Development. Global Report. - Vienna. UNIDO.
2. World Economic Outlook (Outlook). - Wash. DC. IMF.
3. World Development Report. - Wash. DC. World Bank.

Статистичні видання

1. Статистичний щорічник України за 2008 рік / Держ. ком. статистики України ; [за ред. О. Г. Осауленка]. — К.: Консультант, 2009. — 576 с.
2. Статистичний щорічник України за 2007 рік / Держ. ком. статистики України ; [за ред. О. Г. Осауленка]. — К.: Консультант, 2008. — 572 с.
3. Статистичний щорічник України за 2006 рік / Держ. ком. статистики України ; [за ред. О. Г. Осауленка]. — К.: Консультант, 2007.— 552 с.
4. Статистичний щорічник України за 2005 рік / Держ. ком. статистики України ; [за ред. О. Г. Осауленка]. — К.: Консультант, 2006.— 576 с.
5. Статистичний щорічник України за 2004 рік / Держ. ком. статистики України ; [за ред. О. Г. Осауленка]. — К.: Консультант, 2005. — 592 с.
6. Статистичний щорічник України за 2003 рік / Держ. ком. статистики України ; [за ред. О. Г. Осауленка]. — К.: Консультант, 2004. — 631 с.
7. Статистичний щорічник України за 2002 рік / Держ. ком. статистики України ; [за ред. О. Г. Осауленка]. — К.: Консультант, 2003. — 663 с.
8. Статистичний щорічник України за 2001 рік / Держ. ком. статистики України ; [за ред. О. Г. Осауленка]. — К. : Техніка, 2002. — 642 с.
9. Статистичний щорічник України за 2000 рік / Держ. ком. статистики України ; [за ред. О. Г. Осауленка]. — К.: Техніка, 2001. - 600 с.
10. Україна у цифрах у 2008 році : короткий статистичний довідник / Держ. ком. статистики України ; [за ред. О. Г. Осауленка]. — К. : Консультант, 2009, — 270 с
11. Україна у цифрах у 2007 році : короткий статистичний довідник / Держ. ком. статистики України ; [за ред. О. Г. Осауленка]. — К. Консультант, 2008. - 259 с.
12. Україна у цифрах у 2006 році : короткий статистичний довідник / Держ. ком. статистики України ; [за ред. О. Г. Осауленка]. — К. : Консультант, 2007. — 239 с.
13. Україна у цифрах у 2005 році : короткий статистичний довідник / Держ. ком. статистики України ; [за ред. О. Г. Осауленка]. - К. : Консультант, 2006.-247 с.
14. Україна у цифрах у 2004 році : короткий статистичний довідник / Держ. ком. статистики України ; [за ред. О. Г. Осауленка]. — К. : Консультант, 2005.— 262 с.
15. Україна у цифрах у 2003 році : короткий статистичний довідник / Держ. ком. статистики України ; [за ред. О. Г. Осауленка]. — К. : Консультант, 2004. — 272 с.

16. Україна у цифрах у 2002 році : короткий статистичний довідник / Держ. ком. статистики України ; [за ред. О. Г. Осауленка]. — К. : Консультант, 2003. — 270 с.
17. Україна у цифрах 2001 році : короткий статистичний довідник / Держ. ком. статистики України ; [за ред. О. Г. Осауленка]. — К. : Техніка, 2002. — 261 с.
18. Україна у цифрах у 2000 році : короткий статистичний довідник / Держ. ком. статистики України ; [за ред. О. Г. Осауленка]. — К. : Техніка, 2001. — 256 с.
19. Зовнішня торгівля України товарами та послугами у 2008 році [Текст] : стат. зб. : у 2 т. / Державний комітет статистики України. — К. : Держкомстат України, 2009. — Т. 1. — 170 с.
20. Зовнішня торгівля України товарами та послугами у 2008 році [Текст] : стат. зб. : у 2 т. / Державний комітет статистики України. — К. : Держкомстат України, 2009. — Т. 2. — 180 с.
21. Зовнішня торгівля України товарами та послугами у 2007 році [Текст] : стат. зб. : у 3 т. / Державний комітет статистики України. — К. : Держкомстат України, 2008. — Т. 1. — 170 с.
22. Зовнішня торгівля України товарами та послугами у 2007 році [Текст] : стат. зб. : у 3 т. / Державний комітет статистики України. — К. : Держкомстат України, 2008. — Т. 2. — 175 с.
23. Зовнішня торгівля України товарами у 2007 році [Текст] : стат. зб. : у 3 т. / Державний комітет статистики України. - К. : Держкомстат України, 2008. — Т.3.— 115 с.
24. Роздрібна торгівля України у 2008 році : статистичний збірник / Державний комітет статистики України — К. : Держкомстат України, 2009, — 175 с.
25. Роздрібна торгівля в Україні у 2007 році [Текст] : стат. зб. / Державний комітет статистики України. - К. : Держкомстат України, 2008. — 173 с.
26. Роздрібна торгівля України у 2006 році : статистичний збірник / [під заг. керівн. Піщейка В. О.; відп. за вип. Фризоренко А. О.]; Державний комітет статистики України — К.: Держкомстат України, 2007. — 186 с.
27. Туризм в Україні [Текст] : стат. зб. / Державний комітет статистики України. — К. : Держкомстат України, 2008. — 218 с.
28. Туризм в Україні [Текст] : стат. зб. / Державний комітет статистики України. — К. : Держкомстат України, 2006. — 184 с.

29. Промисловість України у 2001-2007 роках [Текст] : стат. зб. / Державний комітет статистики України. — К.: Держкомстат України, 2008. — 305 с.
30. Паливно-енергетичні ресурси України : статистичний збірник / Державний комітет статистики України — К.: Держкомстат України, 2009. — 450 с.
31. Транспорт і зв'язок України 2008 [Текст] : стат. зб. / Державний комітет статистики України. — К. : Держкомстат України, 2009. — 300 с.
32. Транспорт і зв'язок України 2007 [Текст] : стат. зб. / Державний комітет статистики України. — К.: Держкомстат України, 2008. — 276 с.
33. Готелі та інші місця для тимчасового проживання : статистичний бюлетень / Державний комітет статистики України. — К. : Держкомстат України, 2007. — 170 с.
34. Регіони України 2008 [Текст]: стат. зб. : у 2 ч. / [за ред. О. Г. Осауленка ; відп. за вип. Н. С. Власенко]. - К.: Держкомстат України, 2008. — ч. 1, — 368 с.
35. Регіони України 2008 [Текст] : стат. зб. : у 2 ч. / [за ред. О. Г. Осауленка ; відп. за вип. Н. С. Власенко]. — К. : Держкомстат України, 2008. — 4. 2. — 804 с.
36. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств Укоопспілки за 2007 рік. — К.: Укоопспілка, 2008. — 132 с.
37. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств Укоопспілки за 2006 рік. — К.: Укоопспілка, 2007. — 132 с.
38. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств Укоопспілки за 2005 рік. — К.: Укоопспілка, 2006. — 132 с.
39. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств Укоопспілки за 2004 рік. — К.: Укоопспілка, 2005. — 129 с.
40. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств Укоопспілки за 2003 рік. — К.: Укоопспілка, 2004. — 65 с.
41. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств Укоопспілки за 2002 рік. — К.: Укоопспілка, 2003. — 132 с.
42. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств Укоопспілки за 2001 рік. — К.: Укоопспілка, 2002. — 128 с.
43. Balance of Payments Statistics Yearbook. — Wash. DC. IMF.
44. Direction of Trade Statistics Yearbook. — Wash. DC. IMF.
45. International Financial Statistics. — Wash. DC. IMF.
46. International Trade. Trends and Statistics. — Geneva, WTO.
47. International Trade Statistics Yearbook. — N. Y. UN.
48. International Yearbook of Industrial Statistics. — Vienna. UNIDO.

49. Main Economic Indicators. — Paris. OECD.
50. Monthly Bulletin of Statistics. — N Y. U.N.
51. World Tables. — Wash. DC. World Bank.

Адреси ІХТЕІ^ЕТ

1. <http://www.gatt.org/>
2. <http://www.ec.org/>
3. <http://www.unido.org/>
4. <http://www.ukrdzi.com/ru/> — Держзовнішінформ
5. <http://www.ukrstat.gov.ua/> — Державний комітет статистики України
6. http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm — Всесвітня торгівельна організація
7. <http://www.unwto.org/index.php> — Всесвітня туристична організація
8. <http://www.iea.org/stats/index.asp> — Міжнародне енергетичне агентство
9. <http://www.fao.org/economic/ess/en/> — Продовольча та сільськогосподарська статистика Організації Об'єднаних націй (РАО)
10. <http://www.ico.org/> - Міжнародна організація кави (ІСО)

Зразок заяви ПРО вибір теми курсової роботи

Завідувачу кафедри маркетингу
проф. Дайновському Ю. А.
студента III курсу факультету
міжнародних економічних
відносин напряму підготовки
6.030507 «Маркетинг» групи _ _

(прізвище, ім'я, по батькові студента)

ЗАЯВА

Прошу дозволити мені виконувати курсову роботу з дисципліни
«Кон'юнктура ринків» на тему «_____» та затвердити
наукового керівника.

Дата

Підпис студента

Взірці оформлення переліку використаних літературних джерел

Книжки одного, двох і трьох авторів

1. Заблоцька Р. О. Світовий ринок послуг [Текст]: підручник / Р. О. Заблоцька. — [4-е вид.] — К.: Знання України, 2005. — 280 с.
2. Карпов В. А. Маркетинг : прогнозування кон'юнктури ринку [Текст] : навчальний посібник / В. А. Карпов, В. Р. Кучеренко. — К. : Товариство “Знання”, КОО, 2001. — 215с.
3. Мальська М. П. Основи туристичного бізнесу : навч. посіб. / М. П. Мальська, В. В. Худо, В. І. Цибух. — Київ : ЦУЛ, 2004. — 272 с.

Книжки чотирьох і більше авторів

1. Основи ринкової економіки : навчальний посібник / [Д. П. Богиня, Л. О. Каніщенко, А. А. Чухно, В. М. Шамота]. — Київ : НМК ВО, 1995. — 192. с.
2. Економіка зарубіжних країн : підручник / [А. С. Філіпенко, В. А. Вергун, І. В. Бурковський та ін.]; за ред. В. Д. Базидевича. — К : КНДУ, 2003. — 384 с.

Видання, де прізвища авторів не зазначаються

1. Настольная книга валютного дилера [Текст]. — М. : Верба, 1992. — 218 с.
2. Україна. Соціальна сфера у перехідний період. Аналіз світового банку / [ред. О. Коваленко]. — К.: Основи, 1994. — 247 с.

Статті з журналів, газет, бюлетнів

- 1- Іванова Л. О. Інформаційне забезпечення дослідження економічної кон'юнктури / Л. О. Іванова // Маркетинг в Україні. — 2004. — № 2. — С. 43-50.
2. Регіональні особливості смертності населення України / Л. А. Чепелевська, Р. О. Моїсеєнко, Г. І. Баторшина [та ін.] // Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України. — 2007. — № 1. — С. 25-29.
3. Положение на мировом рынке химических волокон и ближайшие перспективы его развития // БИКИ. — 2009. — № 11. — С. 14-16.

Електронні ресурси

1. Розподіл населення найбільш численних національностей за статтю та віком, шлюбним станом, мовними ознаками та рівнем освіти [Електронний ресурс] : за даними Всеукр. перепису населення 2001 р. / Держ. ком. статистики України ; [ред. О. Г. Осауленко]. — Електрон, дані. — К. : Інфодиск, 2004. — 1 електрон, опт. диск (СЭ-ЛОМ) : кольор. ; 12 см. — (Всеукраїнський перепис населення, 2001). — Систем, вимоги: Ретілі-266 : 32 МБ ЛАМ ; СО-ЛОМ \yindows 98/2000ЛЧТ/ХР. — Назва з титул, екрану.

I

Зразок оформлення титульної сторінки КУРСОВОЇ роботи

Укоопспілка
Львівська комерційна академія

Кафедра маркетингу

Курсова робота з дисципліни
«Кон'юнктура ринків» на тему

« _____ »

Виконав: студент групи _____
напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг»
Факультету міжнародних
економічних відносин

_____ (прізвище, ім'я, по батькові студента)

Науковий керівник: _____

(прізвище, ім'я, по батькові,
вчений ступінь, наукове
звання, посада)

Львів-2010