

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЧЕРНІГІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

РЕКЛАМНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
до виконання та захисту контрольної роботи
і самостійного засвоєння дисципліни
для здобувачів вищої освіти
спеціальності 073 «Менеджмент»
усіх форм навчання

Обговорено і рекомендовано
на засіданні кафедри
менеджменту та державної служби
Протокол № 36 від 18.05.2021

Чернігів 2021

Рекламний менеджмент. Методичні вказівки до виконання та захисту контрольної роботи і самостійного засвоєння дисципліни для здобувачів вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент» усіх форм навчання / Укладач : Г.М. Самійленко. – Чернігів : НУ «Чернігівська політехніка», 2021. – 30 с.

Укладач: САМІЙЛЕНКО ГАЛИНА МИКОЛАЇВНА,
кандидат економічних наук, доцент

Відповідальний за випуск: БУТКО МИКОЛА ПЕТРОВИЧ,
завідувач кафедри менеджменту та державної служби, доктор економічних наук, професор

Рецензент: ОЛІЙЧЕНКО ІГОР МИХАЙЛОВИЧ,
доктор наук з державного управління, професор кафедри менеджменту та державної служби Національного університету «Чернігівська політехніка»

ЗМІСТ

ВСТУП...

.....
.....	4
1 ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ...	5
2 ОБСЯГ, СТРУКТУРА РОБОТИ, УЗАГАЛЬНЕНИЙ ЗМІСТ КОЖНОЇ ЧАСТИНИ	6
2.1 Вступ	7
2.2 Основна частина.....	7
2.3 Висновки.....	9
2.4 Список використаних джерел.....	10
2.5 Додатки	10
3 ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ РОБОТИ	12
3.1 Вимоги до оформлення основного тексту та використаних джерел.....	12
3.2 Оформлення допоміжних матеріалів.....	113
4 РЕЦЕНЗУВАННЯ, ОЦІНЮВАННЯ І ЗАХИСТ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ	15
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА	19
ДОДАТКИ	22
Додаток А. Рекомендовані теми теоретичного розділу контрольної роботи до дисципліни «Рекламний менеджмент»	22
Додаток Б. Зразок оформлення титульної сторінки	25
Додаток В. Приклад оформлення змісту контрольної роботи	26
Додаток Г. Приклади оформлення бібліографічних описів для списку посилань	27

ВСТУП

Важливою формою самостійної роботи здобувачів вищої освіти та способом залучення їх до науково-дослідницької роботи є підготовка і захист контрольної роботи.

Виконання контрольної роботи сприяє глибшому розумінню здобувачами вищої освіти дисципліни «Рекламний менеджмент», формуванню в них умінь і навичок самостійно аналізувати управлінські процеси, формулювати й аргументувати висунуті положення, робити обґрунтовані висновки і рекомендації.

Контрольна робота є самостійним, виконаним під керівництвом викладача науковим дослідженням актуальних питань пов'язаних з рекламною діяльністю підприємства. Виконання контрольної роботи являє собою один з видів самостійної роботи, а також передбачає елементи науково-дослідної роботи здобувачів.

Виконання контрольної роботи ставить за мету: закріпити та поглибити знання, набуті здобувачами у процесі вивчення дисципліни «Рекламний менеджмент»; виробити у здобувачів навички самостійної роботи зі спеціальною професійною літературою, довідниками, посібниками, джерелами статистичної інформації тощо; навчити здобувачів вищої освіти узагальнювати теоретичні матеріали, інтерпретувати зібрані дані, самостійно формулювати висновки, обґрунтовувати та відстоювати власну точку зору з досліджуваних проблем.

При виконанні контрольної роботи з рекламного менеджменту перед здобувачами ставляться такі завдання:

- вивчення літературних, довідкових, наукових, статистичних джерел за обраною темою;
- самостійний аналіз основних положень з досліджуваної теми, висунутих вітчизняними і зарубіжними вченими, на основі якого здійснюється викладення власної позиції та думок;
- чіткий, послідовний виклад своїх поглядів при аналізі проблем, пов'язаних з рекламною діяльністю, здатність застосовувати отримані на заняттях знання, пов'язувати їх із практикою;
- закріплення і поглиблення знань здобувачів з дисципліни «Рекламний менеджмент».

Методичні вказівки призначені для забезпечення інформаційною підтримкою здобувачів вищої освіти зі спеціальності 073 «Менеджмент» при виконанні ними контрольної роботи з навчальної дисципліни «Рекламний менеджмент».

1 ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Контрольна робота з дисципліни «Рекламний менеджмент» повинна відповідати таким вимогам:

- містити системний теоретичний аналіз предмета дослідження (який закладено в обраній темі);
- включати результати особисто проведених комплексних досліджень і аналіз прикладних проблем відповідно до узагальненого об'єкта діяльності у аспекті здійснення рекламної діяльності та прийняття рішень з актуальних питань рекламного менеджменту;
- вносити і обґрунтовувати реальні пропозиції щодо вдосконалення різних аспектів здійснення управління рекламною діяльністю відповідно до предмета дослідження;
- бути належно оформленою.

Виклад змісту кожного питання контрольної роботи має бути цілісним, логічним, доказовим, пояснювальним і науково аргументованим.

Вибір теми контрольної роботи. Тему контрольної роботи здобувачі обирають самостійно із запропонованого переліку тем (додаток А).

Тематика контрольної робіт пропонується керівником, проте здобувачі можуть запропонувати власні теми, дослідження яких для них є цікавим. Але за даних умов запропонована тема має відповідати навчальній дисципліні, тобто безпосередньо стосуватись актуальних питань процесів рекламної діяльності підприємств. Якщо здобувач має бажання розробляти тему, яка не передбачена рекомендованою тематикою, він має узгодити її з викладачем.

Якщо здобувачем не вибрано тему роботи, тема призначається керівником.

Не допускається написання контрольної роботи в одній групі за однією темою декількома здобувачами.

У випадку наявності двох ідентичних контрольних робіт обидві роботи повертаються здобувачам і пропонуються нові теми.

Уточнення чи зміна теми контрольної роботи допускається лише з дозволу керівника і за аргументованих здобувачем причин внесення змін.

Політика дотримання академічної доброчесності ґрунтується на «Кодексі академічної доброчесності Національного університету “Чернігівська політехніка”», погодженого вченою радою НУ “Чернігівська політехніка” (протокол № 6 від 31.08.2020 р.) та введеного в дію наказом ректора НУ “Чернігівська політехніка” від 31.08.2020 р. №26.

Відповідно до «Порядку проведення перевірки кваліфікаційних робіт та індивідуальних завдань здобувачів вищої освіти на плагіат у НУ “Чернігівська політехніка” та «Методичних рекомендацій щодо виконання та оформлення кваліфікаційних робіт здобувачів вищої освіти освітніх ступенів «бакалавр» і «магістр» НУ “Чернігівська політехніка» на зворотній сторінці титульного аркушу індивідуального завдання, кваліфікаційної роботи здобувач має вказати наступне:

«Я, _____, підтверджую, що дана робота є моєю власною письмовою роботою, оформленою з дотриманням цінностей та принципів етики і академічної доброчесності відповідно до Кодексу академічної доброчесності Національного університету «Чернігівська політехніка». Я не використовував/ла жодних джерел, крім процитованих, на які надано посилання в роботі».

2 ОБСЯГ, СТРУКТУРА РОБОТИ, УЗАГАЛЬНЕНИЙ ЗМІСТ КОЖНОЇ ЧАСТИНИ

Контрольна робота має виконуватися здобувачем впродовж семестру викладання курсу «Рекламний менеджмент» і бути зданою на перевірку до початку екзаменаційної сесії, але не пізніше 10 днів до дати проведення консультації перед екзаменом.

Контрольна робота повинна мати логічно вибудовану структуру, що у систематизованій формі концентровано відбиває текстуально викладений зміст проведеного дослідження, його результати і практичні рекомендації. Структурно контрольна робота складається із вступу, 2-х розділів, кожен з яких має містити не менш як два параграфи, висновків та пропозицій, переліку посилань (списку нормативних актів, літературних та інших джерел, які були використані під час підготовки контрольної роботи) та додатки. Обсяг текстуальної частини контрольної роботи 20-25 сторінок машинописного (комп'ютерного) тексту, за необхідності з додатком переліку посилань, приміток, титульного та інших аркушів, пов'язаних з оформленням. Допускається відхилення в межах $\pm 10\%$.

Критерієм вибору теми дослідження має бути її актуальність щодо сучасних тенденцій розвитку науки і практики процесів управління рекламною діяльністю та викликати у здобувача особисту зацікавленість у цьому напрямі дослідження.

Здобувачу вищої освіти надається право вибору теми контрольної роботи, виходячи із затвердженої орієнтовної тематики, що представлені у додатку А даних методичних вказівок.

Структура контрольної роботи. Контрольна робота містить:

- титульну сторінку (додаток Б);
- зміст;
- вступ;
- основну частину;
- загальні висновки і пропозиції;
- список використаних джерел;
- додатки.

Титульна сторінка є першою сторінкою контрольної роботи і оформлюється відповідно до вимог стандарту та вимог НУ «Чернігівська політехніка».

Зміст контрольної роботи визначається її темою і відображається в плані, що затверджується науковим керівником, розміщується безпосередньо після титульного листа, починаючи з нової сторінки. Зміст включає: вступ;

послідовно перелічені назви усіх розділів і підрозділів; висновки; список використаних джерел; додатки.

2.1 Вступ

У вступі до контрольної роботи зазначаються: проблема, що потребує вирішення, ступінь її дослідження; обґрунтовується актуальність обраної теми, мета і завдання досліджень; формулюються об'єкт і предмет досліджень, практична значущість, методи наукових досліджень. Обсяг вступу становить 1-2 сторінки.

Актуальність теми подається у вигляді критичного аналізу та порівняння з відомими напрямами розв'язаннями проблеми обґрунтовують актуальність обраної теми (зокрема, необхідність і своєчасність вивчення і розв'язання проблеми для управлінсько-економічної діяльності підприємств, ступінь теоретичної розробки теми, її дискусійні аспекти). Висвітлення актуальності не повинно бути багатослівним. Достатньо кількома реченнями висловити головне – сутність проблеми.

Мета та завдання роботи. Формулювання мети роботи і завдання, які необхідно вирішити для досягнення поставленої мети, які повинні бути чіткими та відображати тематику дослідження.

Мета дослідження є визначенням авторської стратегії (ідеї) щодо одержання нових знань про об'єкт і предмет дослідження. Мета повинна вказувати на кінцевий результат дослідження.

Завдання дослідження конкретизують мету дослідження, визначають послідовність етапів наукового пошуку у роботі. Завдання дослідження зорієнтовані на логіку і послідовність програми дослідження (конкретизують розділи плану) та являють собою її алгоритм. Перелік завдань є конкретизацією етапів, які необхідно реалізувати для розкриття теми дослідження.

2.2 Основна частина

Основну частину контрольної роботи рекомендується структурно і пропорційно за обсягом сторінок поділити на три частини:

- теоретичну, де висвітлюється вибрана тема з теоретичних позицій;
- дослідницько-аналітичну, в якій здійснюється виявлення невирішених питань, переваги та недоліки, приклади практичної управлінсько-економічної діяльності щодо обраної теми;
- оптимізаційну (рекомендаційну), де наводиться приклад удосконалення вирішення проблем при реалізації управлінсько-економічної діяльності в обраній предметній сфері.

Отже, основна частина контрольної роботи складається з розділів (теоретичний, дослідницько-аналітичний, рекомендаційний) і підрозділів, які мають бути взаємопов'язані, а матеріал – викладеним послідовно і логічно із критичним аналізом теоретичних положень, статистичних даних, інформації різноманітного характеру (Додаток В).

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.

Обов'язково слід представити понятійно-категоріальний апарат дослідження, а саме – висвітлити існуючі різноманітні погляди дослідників на сутність основних понять, які стосуються обраної проблеми (із обов'язковим посиланням на джерело інформації), зробити їх критичний аналіз, здійснити їх критичне співставлення, узагальнення та викласти власний погляд.

Теоретичне обґрунтування, суть, значення, класифікаційні характеристики, історія та тенденції розвитку предмета дослідження, методичні підходи повинні мати елементи дискусії, розкривати власну позицію здобувача щодо предмета дослідження, що створює передумови для проведення у наступному розділі власних прикладних досліджень.

В першому розділі основної частини рекомендується:

- дослідити теоретико-методологічні основи обраної проблеми, визначити основні концепції, методи, принципи прийняття рішень у контексті обраної теми;

- висвітлити існуючі погляди на сутність ключового поняття обраної тематики (із обов'язковим посиланням на джерело інформації), зробити їх критичний аналіз та викласти власний погляд;

- визначити роль та місце ключового процесу або явища в загальній системі управлінсько-економічної діяльності;

- висвітлити як співвідносяться між собою основні поняття, які закладені в обрану тему;

- проаналізувати основні категорії, що входять до понятійно-категоріального апарату досліджуваної проблеми;

Мета викладення матеріалу у теоретичному розділі – найповніше теоретичне обґрунтування предмету дослідження.

Для констатації та обґрунтування загальнотеоретичних висновків та тенденцій доцільно використовувати дані, опубліковані у відповідних енциклопедіях, монографіях, довідниках, зарубіжних виданнях та інших джерелах, у т.ч. з наукометричної бази Scopus.

У цьому розділі подається оцінка діючих законів, постанов, указів та інших офіційно-розпорядчих документів, нормативної та довідкової бази за досліджуваною проблемою. Розкривається власне розуміння цієї бази, обґрунтовуються необхідність, доцільність окремих документів.

Обсяг першого розділу не повинен перевищувати 40-50% загального обсягу контрольної роботи та структурно складатися з 2-3 параграфів.

У другому дослідницько-аналітичному розділі здобувач, використовуючи фактичний матеріал і зібрану інформацію аналізує та

розкриває зміст та процедуру питань, що підлягають реалізації у практичній економічній діяльності, у предметній сфері з тематики дослідження.

Метою написання другого, дослідницько-аналітичного, розділу є аналіз стану явищ або процесів згідно предмету дослідження (обраній темі контрольної роботи), а також практичного досвіду у вітчизняному та світовому економічному просторі.

В другому розділі основної частини рекомендується:

- охарактеризувати за допомогою статичних даних економічне явище або процес, закладене в предметну область дослідження у роботі;
- деталізувати особливості прояву в макро- або мікроекономічному просторі у відповідності до предмету дослідження;
- розкрити особливості практичного застосування конкретного методу або моделі прийняття рішень при вирішенні проблем даного типу або практичної реалізації процесів або явищ;
- проаналізувати та узагальнити зарубіжний та вітчизняний досвід з проблеми, що є предметом дослідження;
- виокремити існуючі недоліки або проблеми у прийнятті рішення за наведеною моделлю.

Дослідницько-аналітичний розділ повинен бути насичений прикладами практичного досвіду, фактичною інформацією з ілюстраціями у вигляді таблиць, графіків, діаграм, схем. Усі аналітичні розрахунки, таблиці, графіки, діаграми мають супроводжуватися тлумаченнями та висновками, які дозволяють визначити сутність, особливості, тенденції процесів, які досліджуються.

Завершувати другий розділ рекомендується параграфом, у якому поступово, на базі основних теоретичних положень, методичних підходів, методичного інструментарію, що викладені у першому розділі, а також проведеного у другому розділі дослідження, будуть надані конкретні обґрунтовані пропозиції щодо вдосконалення регулювання та підвищення ефективності економічної діяльності у відповідності з напрямом дослідження. Запропоновані удосконалення мають ураховувати світові тенденції зміни економічного середовища, а в тексті належить робити посилання типу: «Як свідчить аналіз, проведений у п.2.1., існує такий істотний недолік, як...», «Для успішного подальшого розвитку... можна запропонувати...», «З метою ... можна запровадити ...».

Обсяг другого розділу може становити до 50-60% загального обсягу контрольної роботи.

2.3 Висновки

У висновках контрольної роботи рекомендується підвести підсумки проведеного дослідження, викласти основні практичні результати, що одержано, рекомендації щодо їх практичного використання.

Формулювання висновків повинно базуватися на матеріалах основної частини роботи відповідно до поставлених завдань.

У висновках до контрольної роботи формулюються практичні рекомендації та пропозиції, що випливають з дослідження. Висновки повинні відповідати поставленим меті та завданням. Звичайно, кожному з поставлених у вступі завдань відповідає не менше одного висновку або пропозиції.

Висновки мають бути короткими, містити чіткі формулювання, підсумки, які органічно і логічно пов'язані з основним змістом роботи, з поставленими у вступі завданнями.

Не можна наводити положення, які не згадувались раніше або не підтверджені в роботі конкретним матеріалом.

Обсяг загальних висновків і пропозицій, як правило, не повинен перевищувати 2-3 сторінки.

2.4 Список використаних джерел

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.

Усі джерела, використані в дослідженні, приводяться за посиланнями і містяться після висновку.

Вимоги до оформлення посилань на літературні джерела наведено у Додатку Г.

2.5 Додатки

У додатках наводяться допоміжні матеріали.

Розділ «Додатки» є самостійною частиною роботи. Його оформляють в кінці контрольної роботи, розташовуючи їх в порядку появи посилань в тексті роботи. Не допускається включення в додаток матеріалів, на які відсутні посилання в тексті.

У додаток включають допоміжні матеріали, що мають безпосереднє відношення до роботи (наприклад, справжні документи, на яких в тій чи іншій мірі ґрунтується текст; великі розрахунково-аналітичні таблиці; побічний матеріал, узятий з інших видань тощо).

Додаток повинен мати заголовок, написаний або надрукований малими літерами з першої великої літери симетрично до тексту сторінки.

Посередині рядка над заголовком малими літерами з першої великої друкується слово "Додаток" і поряд – велика літера, що позначає додаток.

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

Текст кожного додатка за необхідності може бути поділений на розділи й підрозділи, які нумерують у межах кожного додатка. У цьому разі перед кожним

номером ставлять позначення додатка (літеру) і крапку, наприклад: "А.2" – другий розділ додатка А; "В. 3.1" – перший підрозділ третього розділу додатка В.

Ілюстрації, таблиці і формули, розміщені в додатках, нумерують у межах кожного додатка, наприклад: "рисунок Д. 1.2 –" – другий рисунок першого розділу додатка Д; "формула (А. 1)" – перша формула додатка А.

3 ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ РОБОТИ

3.1 Вимоги до оформлення основного тексту та використаних джерел

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

Текст 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 15 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», «ВИСНОВКИ», «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 контрольної роботи проставляються номери сторінок, які вказують на початок викладення матеріалу.

Якщо у роботі наводяться маловідомі скорочення, нові символи, позначення, то їх перелік надається перед вступом і вноситься до змісту як «*Перелік умовних позначень*». Перелік умовних позначень надається у вигляді окремого списку, який розміщують перед змістом, після завдання. Перелік слід друкувати у дві колонки, у лівій за абеткою наводять скорочення, у правій – детальне розшифрування.

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

Нумерація сторінок 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 та аркуші змісту номер сторінки не ставиться. Нумерація сторінок проставляється, починаючи зі «Вступу».

На титульному аркуші зазначають назву Міністерства освіти і науки України, закладу вищої освіти – Національний університет «Чернігівська політехніка», випускової кафедри менеджменту та державної служби; тему роботи; дані про здобувача, наукового керівника, місто та рік подання контрольної роботи до захисту. Скорочення у назвах міністерства/відомства, закладу вищої освіти та теми контрольної роботи не допускаються.

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

Складові контрольної роботи: «ЗМІСТ», «ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ», «ВСТУП», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ», «ДОДАТКИ» не нумерують.

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

Параграфи (підрозділи) нумерують у межах кожного розділу. Номер параграфу (підрозділу) складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, між якими ставлять крапку. Наприкінці номера параграфу (підрозділу) не 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 заголовку крапку не ставлять.

Оформлення посилань на інформаційні джерела. Під час роботи з різними джерелами науковий етикет вимагає точно відтворювати цитований текст у контрольній роботі, 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 контрольної роботи наводиться *список використаних джерел*. До цього списку включаються публікації вітчизняних і зарубіжних авторів, на які є посилання в роботі. Всі джерела вказуються мовою видання.

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».

3.2 Оформлення допоміжних матеріалів

Допоміжними матеріалами є: *ілюстрації* (схеми, діаграми, графіки, креслення тощо), *формули, таблиці, додатки*.

Ілюстрації позначають словом «Рисунок» 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, рисунок 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 розмішувати у додатках.

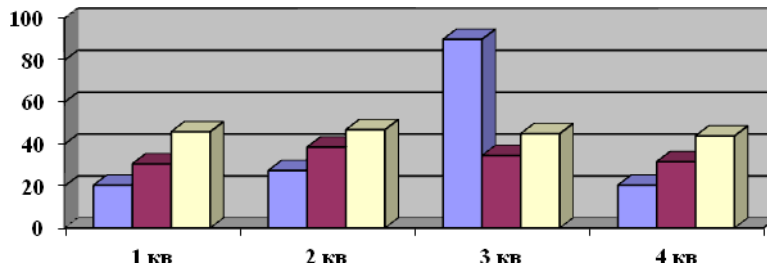


Рисунок 1.2 – Діаграма обсягів виробництва

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 наступним чином: «... у таблиці 2.1», або (табл. 2.1). У повторних посиланнях на таблиці та ілюстрації скорочено пишуть слово «дивись», наприклад «див. табл. 3.2».

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

Таблиця 1.2 – Оцінка використання трудових ресурсів та оплати праці

Найменування показника	Одиниця виміру	Роки			Темпи росту показника, %	
		2018	2019	2020	2019 до 2018	2020 до 2019

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 роботи на наступних її сторінках, розміщуючи їх у порядку появи посилань у тексті. Кожний додаток друкується з нової сторінки.

4 РЕЦЕНЗУВАННЯ, ОЦІНЮВАННЯ І ЗАХИСТ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Виконана контрольна робота у встановлений термін розміщується здобувачами вищої освіти у відповідному розділі навчальної дисципліни «Рекламний менеджмент» у системі дистанційного навчання MOODLE.

Кожна робота перед розміщенням потребує обов'язкової перевірки на наявність плагіату.

Можливість допуску роботи до захисту визначає викладач. Якщо контрольна робота отримує незадовільну оцінку, в тому числі при перевірці на наявність плагіату та текстових запозичень, вона підлягає доопрацюванню.

Якщо робота не допущена до захисту, то вона повинна бути здобувачем перероблена відповідно до зазначених зауважень викладача і знову представлена для розгляду.

Робота не допускається до захисту, якщо:

- вона не носить самостійного характеру, списана з літературних джерел чи в інших авторів (рівень текстових запозичень перевищує допустимий);
- основні питання не розкриті, викладені схематично, фрагментарно;
- у тексті містяться помилки, науковий апарат оформлений неправильно, текст написаний неохайно з порушенням правил оформлення письмових робіт;
- не усунуто зауваження викладача, зроблені під час попередньої перевірки роботи.

Таким чином, підготовка до захисту контрольної роботи включає усунення помилок і недоліків, вивчення додаткових джерел, зазначених викладачем, осмислення написаного в роботі, готовність пояснити будь-які приведені в роботі положення.

Критерії оцінювання контрольної роботи

Оцінювання виконання контрольної роботи здійснюється за 30-бальною шкалою.

Об'єктами оцінки є п'ять основних елементів:

- 1) ступінь розкриття актуальності, теоретичних основ та практичного застосування досліджуваної теми;
- 2) правильність вирішення розрахункових завдань;
- 3) рівень самостійності та обґрунтованості висновків і пропозицій;
- 4) своєчасність розміщення роботи у системі дистанційного навчання MOODLE, якість ілюстративного матеріалу й оформлення роботи;
- 5) якість презентації роботи під час її захисту та повнота відповідей на запитання.

Для оцінки кожного елементу об'єкта оцінювання застосовуються критерії, наведені у таблиці 4.1.

Таблиця 4.1 – Критерії оцінювання контрольної роботи

Бали	Об'єкти оцінювання				
	1. Ступінь розкриття актуальності, теоретичних основ та практичного застосування досліджуваної теми	2. Правильність вирішення розрахункових завдань	3. Рівень самостійності та обґрунтованості висновків і пропозицій	4. Своєчасність розміщення роботи, якість ілюстративного матеріалу і оформлення роботи	5. Якість презентації роботи під час її захисту та повнота відповідей на запитання членів комісії
1	2	3	4	5	6
30	-	-	Висновки і пропозиції суттєві, обґрунтовані і самостійні	-	-
25	-	-	Висновки і пропозиції достатньо обґрунтовані, але є несуттєві зауваження	-	-
20	Висока ступінь розкриття актуальності, теоретичних та правових засад. Повно використані літературні джерела і нормативні документи	Аналіз глибокий і конкретний з високим рівнем його інформаційного забезпечення	Висновки і пропозиції є самостійними, але обґрунтовані недостатньо переконливо	-	Презентація логічна й стисла, виклад вільний, відповіді на запитання правильні й чіткі
15	Достатня ступінь розкриття актуальності, теоретичних і правових засад та використання літературних джерел і нормативних документів	Аналіз достатній і конкретний, але з неповним використанням інформаційних матеріалів	Висновки і пропозиції не впливають з аналізу є несамостійними	-	Презентація логічна, виклад вільний, відповіді на запитання містять певні неточності

Продовження табл. 4.1

1	2	3	4	5	6
10	Поверхове (неповне) розкриття актуальності, теоретичних та правових засад, зміст має компілятивний характер	Аналіз поверховий, інформаційні матеріали використовуються недостатньо і пасивно	Висновки без пропозицій.	Робота оформлена згідно з установленими вимогами, своєчасно задана на перевірку	Презентація недостатньо впевнена, виклад переважно за текстом, не всі відповіді на запитання правильні або повні
5	-	Аналіз поверховий, неглибокий і малоконкретний, переважно в описовій формі, інформаційні матеріали не використані	-	Робота в основному оформлена згідно з установленими вимогами, але є помилки і неточності	-
0	-	Аналіз відсутній	-	Робота оформлена з грубими порушеннями установлених вимог, задана на перевірку після закінчення екзаменаційної сесії	-

Отже, оцінку **«відмінно»** (30 балів) за контрольну роботу отримує здобувач вищої освіти, який:

- 1) виконав роботу самостійно, на високому науково-теоретичному рівні, який демонструє глибокі теоретичні знання і практичні навички;
- 2) показав глибокі теоретичні знання тієї дисципліни, з якої виконана контрольна робота;
- 3) оволодів первинними навиками дослідної роботи: збирати дані, аналізувати, творчо осмислювати, формулювати висновки;
- 4) дає свої пропозиції і рекомендації з предмету дослідження;
- 5) виконав роботу грамотно, літературною українською мовою;
- 6) оформив роботу у відповідності до вимог і подав її на перевірку у визначений термін, а також було внесено всі необхідні виправлення до захисту;
- 7) на захисті продемонстрував глибокі знання теми дослідження, тверде і впевнено відповів на всі запитання.

Оцінка **« добре »** (20 балів) ставиться, якщо здобувач вищої освіти:

1) виконав контрольну роботу самостійно, на високому науково-теоретичному рівні, який демонструє глибокі теоретичні знання і практичні навички;

2) показав досить високі теоретичні знання тієї дисципліни, з якої виконана контрольна робота;

3) оволодів первинними навиками дослідної роботи: збирати дані, розраховувати основні показники, аналізувати, осмислювати їх, формулювати висновки, але не завжди критично ставиться до використаних джерел та літератури;

4) дає свої пропозиції і рекомендації з предмету дослідження, однак відчуває труднощі щодо їх обґрунтування;

5) виконав роботу грамотною літературною українською мовою, але допустив нечисленні граматичні, розрахункові та стилістичні помилки;

6) оформив роботу у відповідності до вимог і подав її до захисту у визначений термін;

7) на захисті продемонстрував добрі знання з теми дослідження, відповів на більшість запитань;

Оцінка **«задовільно»** (10 балів) ставиться, якщо здобувач вищої освіти:

1) виконав роботу самостійно, на достатньому науково-теоретичному рівні;

2) показав достатні теоретичні знання з тієї дисципліни, з якої виконується дана робота:

3) в основному оволодів первинними навиками дослідної роботи: збирати дані, розраховувати основні показники, аналізувати, осмислювати їх, формулювати висновки, однак допускає в роботі порушення принципів логічного і послідовного викладу матеріалу, мають місце окремі фактичні помилки і неточності;

4) не може сформулювати пропозиції і рекомендації з теми дослідження, або обґрунтувати їх;

5) допускає помилки в оформленні роботи та її науково-довідкового апарату;

6) допускає численні граматичні, розрахункові та стилістичні помилки;

7) на захисті продемонстрував задовільні знання з теми дослідження, але не зміг впевнено й чітко відповісти на додаткові запитання.

Оцінка **«незадовільно»** (менше 5 балів) ставиться в тому разі, якщо на захисті здобувач проявив повне незнання досліджуваної проблеми, не зміг задовільно відповісти на поставлені питання, абсолютно в ній не орієнтується, не може відповісти на жодне запитання, що свідчить про несамостійне виконання контрольної роботи. Або виявиться, що робота є плагіатом.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Лук'янець Т.І. Рекламний менеджмент : навч. посібник / Т.І. Лук'янець. – 2-ге вид., доп. – К. : КНЕУ, 2003. – 440 с.
2. Балабанов Л.В. Рекламний менеджмент / Л.В. Балабанова. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 392 с.
3. Миронов Ю.Б. Основи рекламної діяльності : навч. посібник [Електронний ресурс] / Ю.Б. Миронов, Р.М. Крамар. – Дрогобич, 2007. – 102 с. – Режим доступу : http://tourlib.net/books_others/reklama.htm.
4. Телетов О.С. Рекламний менеджмент : підручник [Електронний ресурс]. – Суми : Університетська книга, 2009. – 365 с. – Режим доступу : http://financepro.ru/marketing/teletov_reclamniy_menegment.html

Допоміжна

5. Бойко Р.В. Рекламна стратегія як основа рекламної компанії на прикладі великих підприємств України / Р.В. Бойко, О.С. Везденецька // Вісн. Хмельн. нац. ун-ту. Екон. науки. – 2010. – Т. 4, № 6. – С. 61-64.
6. Бородина И.П. Управление процессом рекламной коммуникации холдинга / И.П. Бородина // Механізм регулювання економіки. – 2010. – № 3. – С. 153-157.
7. Голда Н.М. Вдосконалення процесу планування рекламної компанії на основі використання синергетичного ефекту / Н.М. Голда, О.І. Міщук // Наука й економіка. – 2011. – Вип. 2. – С.64-67.
8. Денисенко А. Экономическая эффективность рекламы /А. Денисенко // Справочник экономиста. – 2011. – № 3. – С. 29-34.
9. Денисенко А. Расчет рекламного бюджета /Алексей Денисенко. // Справочник экономиста. – 2011. – № 4. – С.28-34.
10. Джефкінс Ф. Реклама : практ. посіб. : пер. з 4-го англ. вид. / доповнення і редакція Д. Ядіна. – 2-ге укр. вид., випр і доп. – К. : Знання, 2008. – 565с.
11. Ковшова І.В. Організація ефективної рекламної кампанії підприємства в Інтернет-просторі / І.В. Ковшова // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – № 2. – С. 42-44. – (Загальні питання економіки).
12. Компанієць Т.І. Особливості діяльності рекламних посередників на ринку / Т.І. Компанієць. // Вісн. Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2010. – № 4 (12). – С. 48-52.
13. Краско Т.И. Психология рекламы / Под ред. Е.В. Ромата. – Х. : Студцентр НВФ, 2002. – 216 с.
14. Криховецький І.З. Оцінка ефективності рекламної діяльності / І.З. Криховецький. // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – № 3. – С.56-59.

15. Ксенз Л. Бюджеты ушли в минус: украинский рекламный рынок не выдержал испытания ценами / Л. Ксенз // Деловая столица. 2011. – 25 апр. (№ 17). – С. 26.
16. Курищенко М. Чего хотят от нас клиенты? / Марина Курищенко // Отдел маркетинга. – 2010. – № 2. – С. 46-49.
17. Мамалига С.В. Реклама: психологія впливу на споживача / С.В. Мамалига, Н.М. Краєвська, С.О. Краєвський // Вісн. Хмельн. нац. ун-ту. Екон. науки. – 2011. – Т.3, № 3. – С.173-176.
18. Микитенко Л. Правовий аналіз спеціальних вимог українського та європейського законодавства про рекламу /Л. Микитенко. // Вісн. Київ. нац. торг-екон. ун-ту. – 2011. – № 1. – С. 111-119.
19. Мірошніченко П. Рекламний профіль місцевого радіомовлення / П. Мірошніченко // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. – 2010. – № 2. – С. 209-212.
20. Мозер К. Психология маркетинга и рекламы / Пер с нем. – Х. : Изд-во Гуманитарный центр, 2004. – 380 с.
21. Пархоменко С.А. Сугестивний дискурс іміджевої реклами / С.А. Пархоменко // Вісн. Держ. Академії керівних кадрів культури і мистецтв. – 2011. – № 2. – С. 60-64.
22. Прошкіна Н.В. Управління рекламою сучасного суб'єкта господарювання як складова процесу управління маркетингом / Н.В. Прошкіна. // Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. – 2011. – № 2. – С. 173-176.
23. Родиевский Б. Специализированные СМИ : курс на выживание /Борис Родиевский // Отдел маркетинга. – 2010. – № 2. – С. 50-53.
24. Родионова А. Старый добрый Баннер: баннерная реклама сегодня /Анна Родионова // Новый маркетинг. – 2011. – № 7. – С. 43-47.
25. Ступницький О.І. Координація рекламної стратегії зі стратегіями інших елементів комплексів комунікації та маркетингу (практика оптимізації формування рекламного бюджету) [Електронний ресурс] / О.І. Ступницький // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2009. – №20. – Режим доступу : www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/tppe/2009_20/Zb20_07.pdf.
26. Шморгун Л.Г. Посібник з рекламного менеджменту : навч.-метод. посіб. для студ. вищ. навч. закл. – К. : Абрис, 2005. – 343 с. : табл.

Інформаційні ресурси

27. Система дистанційного навчання НУ «Чернігівська політехніка». Курс : Рекламний менеджмент (<https://eln.stu.cn.ua/course/view.php?id=3007>). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eln.stu.cn.ua/>
28. Журнал «Новий маркетинг» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : <http://marketing.web-standart.net/>.
- 30.Журнал «Маркетинг в Україні»[Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>.

31. Офіційний сайт Української Асоціації Маркетингу. Головна сторінка [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : <http://uam.in.ua/rus/>.

32. Українська версія журналу «Forbes» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : <http://forbes.ua/>.

ДОДАТКИ**Додаток А****РЕКОМЕНДОВАНІ ТЕМИ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ ДО ДИСЦИПЛІНИ****«Рекламний менеджмент»**

1. Джерела рекламної комунікації.
2. Особливості реклами промислових товарів.
3. Особливості реклами споживчих товарів.
4. Особливості реклами послуг.
5. Роль психічних процесів у формуванні рекламних образів (когнітивні, емоційні аспекти рекламного впливу).
6. Психотехнологія рекламних засобів. Реклама в газеті, журналі, по радіо, по телебаченню, зовнішня реклама, транзитна реклама.
7. Психографіка рекламного тексту, рекламні ілюстрації.
8. Суггестивні психотехнології в рекламі.
9. Психологія світла, кольору й форми в рекламі.
10. Психологічна ефективність у рекламі. Методики розрахунків ефективності реклами. Проблеми ефективності реклами.
11. Реклама як метод керування людьми. Внутрішні й зовнішні фактори (подразники), психологічний настрій, зовнішня поведінка. Методи впливу й переконання. Процес впливу й сприйняття реклами.
12. Творчі раціональні й емоційні рекламні стратегії.
13. Міжнародна реклама.
14. Міжнародний кодекс рекламної практики і його значення в рекламній діяльності.
15. Сучасна реклама й культура.
16. Роль фірмового стилю в рекламі. Носії фірмового стилю.
17. Товарні знаки: структура, вимоги до створення. Переваги й недоліки різних способів створення товарних знаків.
18. Загальна характеристика рекламного ринку.
19. Тенденції розвитку реклами в 21 столітті.
20. Особливості закордонної реклами.
21. Перспективи розвитку реклами.

22. Рекламування товарів (послуг) як управлінський і маркетинговий процеси.
23. Реклама як продукт, процес та елемент комплексу маркетингу.
24. Рекламний процес: особливості організації та управління.
25. Поняття, цілі та завдання рекламного менеджменту
Рекламування товарів (послуг) як складова маркетингових комунікацій.
26. Цілі та завдання організацій, що контролюють рекламну діяльність.
27. Цілі та завдання організацій, що сприяють рекламній діяльності.
28. Характеристика та завдання учасників рекламного процесу.
29. Види реклами та особливості їх застосування залежно від типу рекламованого продукту.
30. Види реклами та особливості їх застосування залежно від типу рекламодавця.
31. Психологічні основи рекламного впливу та їх використання в рекламуванні товарів (послуг).
32. Функції, структури та завдання рекламного агентства на ринку.
33. Основні завдання досліджень рекламного ринку. Способи досліджень і аналізу інформації.
34. Життєвий цикл рекламної послуги, підходи до його регулювання.
35. Типи споживачів рекламної продукції: їх особливості, спільні та відмітні ознаки.
36. Рекламні стратегії як засоби впливу на наявних і потенційних покупців рекламованих продуктів.
37. Реклама та життєвий цикл продукту.
38. Іміджева реклама: процес створення, організації та управління.
39. Управління рекламними заходами на місці продажу.
40. Місце і завдання реклами в комплексі інтегрованих маркетингових комунікацій.
41. Управління марочною політикою в контексті рекламного менеджменту.
42. Організаційна структура рекламної служби підприємства.
43. Медіа-планування у рекламній діяльності підприємства-виробника споживчих товарів.

44. Особливості медіа-планування та контролю рекламної діяльності на промисловому ринку.
45. Планування рекламної діяльності у сфері послуг.
46. Організація взаємодії із засобами масової інформації в рекламній діяльності підприємства.
47. Формування іміджу та позиціонування товару засобами рекламування.
48. Аналіз ефективності рекламної кампанії та засоби її покращення.
49. Бюджетування рекламної діяльності: основні підходи, переваги та недоліки.
50. Можливості реклами у процесі формування прихильності до торгової марки.

ЗРАЗОК ОФОРМЛЕННЯ ТИТУЛЬНОЇ СТОРІНКИ

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЧЕРНІГІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
Навчально-науковий інститут менеджменту,
харчових технологій та торгівлі

Кафедра менеджменту та державної служби

КОНТРОЛЬНА РОБОТА

з дисципліни «Рекламний менеджмент»

на тему: «.....»

Здобувач групи _____
спеціальності
073 “Менеджмент”

підпис

П.І.Б здобувача

Науковий керівник,
к.е.н., доцент

_____ Г.М. Самійленко

підпис

П.І.Б керівника

Чернігів 20 ____

Приклад оформлення змісту за темою контрольної роботи

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. РЕКЛАМА В СИСТЕМІ ІНТЕГРОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

1.1 Поняття та сутність рекламної діяльності

1.2 Генезис реклами

1.3 Реклама в системі маркетингових комунікацій.

РОЗДІЛ 2. МОДЕЛЮВАННЯ ВПЛИВУ РЕКЛАМНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

2.1 Процес сприйняття рекламної комунікації

2.2 Моделі впливу рекламної комунікації

2.3 Вимірювання реакції споживачів на рекламу

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ (за потреби)

**ПРИКЛАДИ ОФОРМЛЕННЯ БІБЛІОГРАФІЧНИХ ОПИСІВ
ДЛЯ СПИСКУ ПОСИЛАНЬ**

(згідно ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання»)

Характеристика джерела	Приклад оформлення
<i>ДОКУМЕНТ</i>	
Один автор	<p>Чепінога В. Г. Основи економічної теорії : навч. посіб. Київ : Ліра-К, 2017. 240 с.</p> <p>Коннов О. Ф. Історична динаміка художнього стилю : монографія. Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2015. 187 с.</p>
Два автора	Заброцький М. М., Шапошникова Ю. Г. Педагогічна психологія. Лекції : навч. посіб. Херсон, 2017. 144 с.
Три автори	Кривов'язюк І. В., Смерічевський С. Ф., Кулик Ю. М. Ризик-менеджмент логістичної системи машинобудівних підприємств : монографія. Київ : Кондор, 2018. 200 с.
Чотири і більше авторів	<p>Світ рослин у творчості І. П. Котляревського : науково-популярні нариси / М. В. Гриньова та ін. Полтава, 2017. 112 с.</p> <p><i>або</i></p> <p>Світ рослин у творчості І. П. Котляревського : науково-популярні нариси. Полтава, 2017. 112 с.</p> <p><i>або</i></p> <p>Гриньова М. В., Оніпко В. В., Купріян К. В., Ходунай В. В. Світ рослин у творчості І. П. Котляревського : науково-популярні нариси. Полтава, 2017. 112 с.</p>
Багатотомне видання	<p>Енциклопедія історії України : в 10 т. / редкол. : В. А. Смолій та ін. Київ, 2003. –2013. Т. 1–10.</p> <p>Правова система України: історія, стан та перспективи : у 5 т. / Акад. прав. наук України. Харків : Право, 2009. Т. 2 : Конституційні засади правової системи України і проблеми її вдосконалення / заг. ред. Ю. П. Битяк. 576 с.</p>
Окремий том багатотомного видання	<p>Ушинський К. Д. Людина як предмет виховання. Спроба педагогічної антропології : вибр. твори. Т. 1. Київ : Радянська школа, 1983. 480 с.</p> <p>Химическая энциклопедия : в 5 т. Т. 2. Москва : Советская энциклопедия, 1990. 671 с.</p>
Колективний автор	Менеджмент у ХХІ сторіччі: методологія і практика : колективна монографія / Полтавський національний технічний ун-т ім. Ю. Кондратюка. Полтава : Сімон, 2015. 347 с.
Редактор, упорядник	Міжнародні економічні відносини : навч. посіб. / за ред.: С. О. Якубовського, Ю. О. Ніколаєва. Одеса : ОНУ, 2015. 306 с.

	<p>Дахно І. І., Алієва-Барановська В.М. Право інтелектуальної власності : навч. посіб. / за ред. І. І. Дахна. Київ : ЦУЛ, 2015. 560 с.</p> <p>Друк України. 2016 : стат. зб. / уклад. С. В. Буряк. - Київ : Книжкова палата України, 2017. 100 с.</p>
Тези доповідей, матеріали конференцій	<p>Бібліотечне краєзнавство у культурному просторі України : зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ, 2 листоп. 2017 р. Київ : Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2017. 246 с.</p> <p>Синантропізація рослинного покриву України : тези наук. доп. Всеукр. наук. конф., м. Переяслав-Хмельницький, 27-28 квіт. 2006 р. Переяслав-Хмельницький, 2006. 240 с.</p>
Збірник	<p>Україна - сузір'я культур : збірник. Київ : Новий друк, 2018. 244 с.</p> <p>Наука України у світовому інформаційному просторі : збірник. Київ : Академперіодика. 2018. Вип. 15. 104 с.</p>
Переклад з іншої мови	<p>Гарфорд, Тім. Речі, що змінили світ. Історія економіки в 50 винаходах : пер. з англ. Київ, 2018. 352 с.</p>
Стандарти	<p>ДСТУ 3582:2013. Бібліографічний опис. Скорочення слів і словосполучень українською мовою. Загальні вимоги та правила (ISO 4:1984, NEQ; ISO 832:1994, NEQ). [На заміну ДСТУ3582-97; чинний від 2013-08-22]. Вид. офіц. Київ : Мінекономрозвитку України, 2014. 15 с. (Інформація та документація).</p> <p>ДСТУ EN 61010-2-020:2005. Вимоги безпеки до електричного устаткування для вимірювання, керування та лабораторного застосування. Частина 2-020. Додаткові вимоги до лабораторних центрифуг (EN 61010-2-020:1994, IDT). Київ : Держспоживстандарт України, 2007. IV, 18 с.</p>
Патенти	<p>Спосіб лікування синдрому дефіциту уваги та гіперактивності у дітей : пат. 76509 Україна. № 2004042416 ; заявл. 01.04.2004 ; опубл. 01.08.2006, Бюл. № 8 (кн. 1). 120 с.</p> <p>Двокамерний струминно-зрошувальний сульфідатор : пат. 112332 Україна. № 201606608 ; заявл. 16.06.2016, Бюл. № 23. 4 с.</p>
Архівні документи	<p>Діяльність історичної секції при ВУАН та зв'язаних з нею історичних установ Академії в 1929–1930 рр. // Інститут рукопису Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. Ф. Х (Всеукраїнська Академія Наук). Спр. 1686. 30 арк.</p> <p>Матеріали Ради Народних комісарів Української Народної Республіки. ЦДАВО України (Центр. держ. архів вищ. органів влади та упр. України). Ф. 1061. Оп. 1. Спр. 8–12. Копія; Ф. 1063. Оп. 3. Спр. 1–3.</p>
Дисертації, автореферати дисертацій	<p>Вініченко О. М. Система динамічного контролю соціально-економічного розвитку промислового підприємства : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.04. Дніпро, 2017. 424 с.</p> <p>Устьян О. Ю. Клієнтоорієнтований маркетинг підприємств сфери розваг і відпочинку : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Полтава, 2018. 20 с.</p>
Препринти	<p>Панасюк М. І., Скорбун А. Д., Сплошной Б. М. Про точність визначення активності твердих радіоактивних відходів гамма-методами. Чорнобиль : Ін-т з проблем безпеки АЕС НАН України, 2006. 7, [1] с. (Препринт. НАН України, Ін-т проблем безпеки АЕС; 06-1).</p>

ЧАСТИНА ДОКУМЕНТА	
Частина книги	<p>Франко І. Украдене щастя // І. Франко. Твори. Київ, 1966. С. 322–419.</p> <p>Алексеев В. М. Правовий статус людини та його реалізація у взаємовідносинах держави та суспільства в державному управлінні в Україні. Теоретичні засади взаємовідносин держави та суспільства в управлінні : монографія. Чернівці, 2012. С. 151–169.</p>
Тези доповідей, матеріали конференцій	<p>Майстренко В. М., Осадчук О. П. Теоретичні основи впровадження системи управління якістю. <i>Проблеми управління та економіки підприємств в сучасних умовах</i> : матеріали XV міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 23-24 квіт. 2019 р. Київ : НУХТ, 2019. С. 18-21.</p> <p>Анциперова І. І. Історико-правовий аспект акту про бюджет. Дослідження проблем права в Україні очима молодих вчених : тези доп. Всеукр. наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 24 квіт. 2014 р. Запоріжжя, 2014. С. 134–137.</p>
Законодавчі та нормативні документи	<p>Про захист рослин : Закон України від 14 жовт. 1998 р. № 180-XIV. <i>Відомості Верховної Ради України</i>. 1998. № 50/51. С. 914-924.</p> <p>Інструкція про порядок нарахування і сплати єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування : затв. наказом М-ва фінансів України від 20 квіт. 2015 р. № 449. <i>Все про бухгалтерський облік</i>. 2015. № 51. С. 21–42.</p> <p>Про затвердження Вимог до оформлення дисертації : наказ Міністерства освіти і науки від 12 січ. 2017 р. № 40. <i>Офіційний вісник України</i>. 2017. № 20. С. 136–141.</p> <p>Інструкція про порядок нарахування і сплати єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування : затв. наказом М-ва фінансів України від 20 квіт. 2015 р. № 449. <i>Все про бухгалтерський облік</i>. 2015. № 51. С. 21–42.</p>
Статті з періодичних видань	<p>Мурашко І. С. Біономічний підхід до сталого розвитку підприємства. <i>Вісник Запорізького національного університету. Серія «Економічні науки»</i>. 2017. № 4. С. 43–49.</p> <p>Близнюк О. П., Ставерська Т. О., Іванюта О. М. Формування кредитно-грошового механізму забезпечення сталого розвитку підприємств торгівлі України. <i>Бізнес Інформ</i>. 2019. № 7. С. 240–249.</p>
ЕЛЕКТРОННІ РЕСУРСИ	
Книги	<p>Академічна чесність як основа сталого розвитку університету / за заг. ред. Т. В. Фінікова, А. Є. Артюхова. Київ : Таксон, 2016. 234 с. URL : http://www.univer.kharkov.ua/images/redactor/news/2016-09-07/chesnist_osnova_rozvitk_Univers.pdf (дата звернення: 02.11.2017).</p>

Статті з періодичних видань	<p>Костюченко Я. М. Механізми вирішення спорів в угоді про асоціацію між Україною та ЄС. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Право. 2019. Вип. 56, т. 2. С. 144-147. URL : http://www.visnyk-juris.uzhnu.uz.ua/file/No.56/part_2/31.pdf (дата звернення: 23.08.2019).</p> <p>Мірошниченко О. Ю., Карюк В. І. Етапи формування організаційно-економічного механізму інноваційної діяльності підприємств. <i>Ефективна економіка</i>. 2012. № 2. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=932 (дата звернення: 22.01.2018).</p>
Законодавчі документи	<p>Про стандартизацію : Закон України від 11 лют. 2014 р. № 1315. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1315-18 (дата звернення: 02.09.2019).</p> <p>Про затвердження Порядку використання документів через обмінні бібліотечні фонди : наказ Міністерства культури України від 31 жовт. 2017 р. № 1131. URL : https://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1583-17 (дата звернення: 02.08.2019).</p>
Сторінки веб-сайтів	<p>Органічне землеробство та його розвиток в Україні // Agronews : веб-сайт. URL : https://agronews.ua/node/24264 (дата звернення: 02.09.2019).</p> <p>Красива і дивовижна Полтава. <i>Моя планета</i> : веб-сайт. URL : http://myplanet.com.ua/?p=10440 (дата звернення: 10.09.2019).</p> <p>Чайка А. С. Інклюзивна освіта - шлях до повноцінної соціалізації учнів з особливими освітніми потребами. <i>Всеосвіта</i> : веб-сайт. URL : https://vseosvita.ua/library/inkluzivna-osvita-slah-do-povnocinnoi-socializacii-ucniv-z-oor-1906.html (дата звернення: 12.08.2019).</p>