

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ**

**до написання рефератів з дисципліни  
«Організація виробництва та маркетинг»**

для студентів денної та заочної форм навчання  
за другим рівнем вищої освіти спеціальності  
181 «Харчові технології»

**ЗАТВЕРДЖЕНО**  
на засіданні кафедри організації  
виробництва та управління персо-  
налом НТУ «ХПІ»,  
протокол № 9 від 19.04.18 р.  
Зав. каф. \_\_\_\_\_ проф. Перерва П. Г.

Харків  
НТУ «ХПІ»  
2018

Методичні вказівки до написання рефератів з дисципліни «Організація виробництва та маркетинг» для студентів денної та заочної форм навчання за другим рівнем вищої освіти спеціальності 181 «Харчові технології» / уклад. М. О. Попов, Н. М. Дьякова, В. Ю. Верютіна. – Харків : НТУ «ХП», 2018. – 12 с.

Укладачі: М. О. Попов  
Н. М. Дьякова  
В. Ю. Верютіна

Рецензент: доцент О. М. Проскурня

Кафедра організації виробництва та управління персоналом

## **ВСТУП**

Дані методичні вказівки призначені для студентів харчових спеціальностей денної та заочної форм навчання за другим рівнем вищої освіти.

Студенти денної форми навчання пишуть реферат протягом семестру. Студенти заочної форми навчання здають реферат до початку екзаменаційної сесії.

Реферат виконується у відповідності до загальних вимог щодо підготовки рефератів. Реферат містить два теоретичні питання, які необхідно повністю викласти. Джерела інформації для написання – рекомендована література.

Реферат виконується за варіантом, номер якого відповідає порядковому номеру в академічному журналі.

Студенти денної форми навчання захищають реферат на передостанніх семінарських заняттях. Студенти заочної форми навчання захищають реферати на практичному занятті екзаменаційної сесії.

## **ВАРІАНТИ ЗАВДАНЬ**

### **Варіант 1**

#### ***1. Основи організації харчового виробництва***

- 1.1 Поняття «організації харчового виробництва».
- 1.2 Етапи становлення та розвитку харчової індустрії в Україні.

#### ***2. Сутність маркетингу та його сучасна концепція***

- 2.1 Поняття та еволюція розвитку маркетингу.
- 2.2 Роль маркетингу у підвищенні конкурентоздатності.
- 2.3 Концепція маркетингу.

### **Варіант 2**

#### ***1. Організація виробництва на прикладі олійнодобувного комплексу***

- 1.1 Організація та планування технічної підготовки виробництва.
- 1.2 Виробничий процес та виробнича структура підприємства.

#### ***2. Система та характеристика маркетингу***

- 2.1 Основні принципи маркетингу.
- 2.2 Види сучасного маркетингу.
- 2.3 Взаємозв'язок попиту та виду маркетингу.

### **Варіант 3**

#### ***1. Організація виробництва на прикладі молочної промисловості***

- 1.1 Організація та планування технічної підготовки виробництва.
- 1.2 Виробничий процес та виробнича структура підприємства.

#### ***2. Дослідження ринку харчової продукції***

- 2.1 Основні напрями дослідження ринку (перспектива, дослідження збуту, дослідження конкурентів).
- 2.2 Методи дослідження ринку (метод сегментації).
- 2.3 Метод дослідження ринку за споживачами.

### **Варіант 4**

#### ***1. Організація виробництва на прикладі м'ясної промисловості***

- 1.1 Організація та планування технічної підготовки виробництва.

1.2 Виробничий процес та виробнича структура підприємства.

**2. *Методи та основні етапи сегментації продовольчого ринку***

2.1 Сегментація ринка за споживачами.

2.2 Сегментація ринка за продуктами.

2.3 Сегментація ринка за конкурентами.

**Варіант 5**

**1. *Організація виробництва на прикладі пивоварної промисловості***

1.1 Організація та планування технічної підготовки виробництва.

1.2 Виробничий процес та виробнича структура підприємства.

**2. *Роль інформації в маркетингу***

2.1 Методи збору інформації в маркетинговій діяльності.

2.2 Переваги та недоліки методів збору інформації.

2.3 Види маркетингу.

**Варіант 6**

**1. *Організація виробництва на прикладі кондитерської промисловості***

1.1 Організація та планування технічної підготовки виробництва.

1.2 Виробничий процес та виробнича структура підприємства.

**2. *Маркетингова товарна політика***

2.1 Сутність маркетингової товарної політики та її структура.

2.2 Поняття товару, його складові.

2.3 Послуги як товар Що відноситься до послуг як товару? У чому різниця товару як об'єкту та послуги як товару?

**Варіант 7**

**1. *Організація виробництва на прикладі олійнопереробного комплексу***

1.1 Організація та планування технічної підготовки виробництва.

1.2 Виробничий процес та виробнича структура підприємства.

**2. *Маркетингові інструменти товарної політики***

2.1 Поняття товарної політики.

2.2 Поняття товарного асортименту та товарної номенклатури.

2.3 Класифікація товарів.

## **Варіант 8**

### ***1. Організація виробництва на прикладі спиртової промисловості***

- 1.1 Організація та планування технічної підготовки виробництва.
- 1.2 Виробничий процес та виробнича структура підприємства.

### ***2. Конкурентоздатність товару на продовольчому ринку***

- 2.1 Оцінка конкурентоздатності товару та фірми на ринку.
- 2.2 Позиціонування товару на ринку.
- 2.3 Комерційна характеристика товару.

## **Варіант 9**

### ***1. Організація виробництва на прикладі виноробної промисловості***

- 1.1 Організація та планування технічної підготовки виробництва.
- 1.2 Виробничий процес та виробнича структура підприємства.

### ***2. Товар і товарна політика***

- 2.1 Життєвий цикл товару.
- 2.2 Характеристика етапів життєвого циклу товару.
- 2.3 Управління життєвим циклом товару.

## **Варіант 10**

### ***1. Організація виробництва на прикладі консервної промисловості***

- 1.1 Організація та планування технічної підготовки виробництва.
- 1.2 Виробничий процес та виробнича структура підприємства.

### ***2. Інноваційна товарна політика на ринку***

- 2.1 Поняття нового товару, рівні поняття нового товару.
- 2.2 Планування нового товару.
- 2.3 Причини невдач нового товару на ринку.

## **Варіант 11**

### ***1. Організація виробництва на прикладі рибної промисловості***

- 1.1 Організація та планування технічної підготовки виробництва.
- 1.2 Виробничий процес та виробнича структура підприємства.

### ***2. Товарна політика в сучасних ринкових умовах***

- 2.1 Товарна марка і товарний знак (вимоги до створення, умови використання).
- 2.2 Підкріплення товару.
- 2.3 Поняття новизни товару.

## **Варіант 12**

### ***1. Організація виробництва на прикладі хлібопекарської промисловості***

- 1.1 Організація та планування технічної підготовки виробництва.
- 1.2 Виробничий процес та виробнича структура підприємства.

### ***2. Маркетингова цінова політика***

- 2.1 Сутність і роль маркетингової цінової політики.
- 2.2 Основи та особливості ціноутворення на світовому ринку.
- 2.3 Ціноутворення на різних типах товарних ринків.

## **Варіант 13**

### ***1. Організація виробництва на прикладі цукрової промисловості***

- 1.1 Організація та планування технічної підготовки виробництва.
- 1.2 Виробничий процес та виробнича структура підприємства.

### ***2. Товарорух та збутова маркетингова політика***

- 2.1 Поняття товароруху.
- 2.2 Рівні та характеристика каналів товароруху (прямий та непрямий, переваги та недоліки).
- 2.3 Види торгівлі.

## **Варіант 14**

### ***1. Організація виробництва на прикладі консервної промисловості***

- 1.1 Організація та планування технічної підготовки виробництва.
- 1.2 Виробничий процес та виробнича структура підприємства.

### ***2. Комунікаційна маркетингова політика***

- 2.1 Маркетингові інструменти комунікаційної політики.
- 2.2 Реклама, її основні характеристики і задачі.
- 2.3 Засоби реклами.

## **Варіант 15**

### ***1. Організація виробництва на прикладі тютюнової промисловості***

1.1 Організація та планування технічної підготовки виробництва.

1.2 Виробничий процес та виробнича структура підприємства.

### ***2. Комунікаційна маркетингова політика***

2.1 Зміст комунікаційної політики, реклама, її основні характеристики і задачі.

2.2 Засоби реклами.

2.3 Канали розповсюдження реклами.



## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Цигилик І. І. Економіка і організація виробництва : навч. посіб. у схемах, формулах і таблицях. – Київ : ЦНЛ, 2006. – 176 с.
2. Організація виробництва : підручник / А. І. Яковлев [та ін.] ; ред.: А. І. Яковлев, С. П. Сударкіна, М. І. Ларка ; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». – Харків : НТУ «ХПІ», 2016. – 436 с.
3. Фатхутдинов Р. А. Организация производства : учебник. Краткий курс / Р.А. Фатхутдинов. – Москва : ИНФРА-М, 2001. – 304 с.
4. Василенко О. В. Экономика пищевой промышленности / О.В. Василенко, С. В. Донскова. – Москва : ВО «Агропромиздат», 1989. – 398 с.
5. Организация, планирование и управление деятельностью промышленного предприятия / под ред. Бухало С. М. – Киев : Вища школа, 1989. – 472 с.
6. Пушкар М. С. Планування і організація підприємств, об'єднань і комплексів : навчальний посібник / М. С. Пушкар. – Київ : НМК, 1992. – 414 с.
7. Хопчан М. І. Організація і планування виробництва: Теорія і практика : навчальний посібник / М. І. Хопчан, П. С. Харів, І. М. Бойчик, О. Я. Лотиш. – Тернопіль : Марком, «Нова генерація», 1996. – 194 с.
8. Мороз Л. А., Чухрай Н. І. Маркетинг. – Львів : Державний університет «Львівська політехніка», 1999. – 244 с.
9. Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг. Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. – Київ : КНЕУ, 2001. – 106 с.
10. Перерва П. Г. Економіка і маркетинг виробничо-підприємницької діяльності : Навч. посібник / За ред. проф. Перерви П. Г., проф. Гавриць О. М., проф. Погорелова М. І. – Харків : НТУ «ХПІ», 2004. – 640 с.
11. Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика. – Київ : КНЕУ, 1998. – 156 с.

## ОФОРМЛЕННЯ ТА СТРУКТУРА ДОКУМЕНТУ

Робота виконується українською мовою.

Документи виконують на аркушах друкарського паперу формату А4. При виконанні таблиць, рисунків та додатків допускається використання формату А3. Таблиці та рисунки можна розміщувати на аркушах формату А4 з альбомною орієнтацією – з розворотом аркуша проти годинникової стрілки на 90°.

На аркушах залишають поля розміром (не менше), мм: праве – 15; ліве – 30, верхнє та нижнє – 20. Щільність тексту – не більш 35 рядків на сторінці. Абзацний відступ – 5 знаків.

Текст виконують з одного боку аркуша за допомогою технічних засобів (комп'ютер) або рукописним способом – чорною ампулою, чітким розбірливим почерком з висотою літер не менше 2.5 мм.

При комп'ютерному наборі рекомендований шрифт Times New Roman Cyr; розмір 14; міжрядковий інтервал – 1.5. В таблицях допускається використання розміру шрифту 12 та інтервалу 1.

Аркуші нумерують наскрізною нумерацією для всього документа арабськими цифрами. Номер без крапки проставляють в правому верхньому кутку листа.

В загальну нумерацію включають всі аркуші документа, починаючи з титульного аркушу. Проставляти номери треба з аркуша ЗМІСТ (на 1-му аркуші «ЗМІСТ» ставиться номер 2). На аркушах з альбомною орієнтацією номер не ставлять.

Структурні елементи та розділи основної частини треба починати з нових сторінок. Вони повинні мати заголовки, які виконують ВЕЛИКИМИ літерами і розташовують симетрично тексту по центру рядка.

Робота зшивається у папку-скорозшивач.

Міністерство освіти і науки України

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**

Кафедра організації виробництва та управління персоналом

**РЕФЕРАТ**

**з дисципліни «Організація виробництва та маркетинг»  
за темою « \_\_\_\_\_ » (варіант № \_\_\_\_)**

Виконавець: ст. гр. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Консультант:

\_\_\_\_\_

Харків, 20 \_\_

**Навчальне видання**

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ**

**до написання рефератів з дисципліни  
«Організація виробництва та маркетинг»**

для студентів денної та заочної форм навчання  
за другим рівнем вищої освіти спеціальності  
181 «Харчові технології»

Укладачі: ПОПОВ Микола Олексійович  
ДЬЯКОВА Наталія Миколаївна  
ВСРЮТІНА Вікторія Юріївна

Відповідальний за випуск: проф. Перерва П. Г.  
Роботу до видання рекомендував: проф. Погорелов М. І.

В авторській редакції