

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВНЗ "НАЦІОНАЛЬНИЙ ГІРНИЧИЙ УНІВЕРСИТЕТ"

Кафедра маркетингу

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
з дисципліни
„Управління маркетингом на підприємстві”

для студентів денної та заочної форм навчання
напряму “Маркетинг”

Затверджено на засіданні
кафедри маркетингу

Протокол № від “ ” 2013 р.

Дніпропетровськ 2014

Методичні вказівки з дисципліни “Управління маркетингом на підприємстві” для студентів денної та заочної форм навчання напряму “Маркетинг” Укладачі: І.В. Багорова, І.А.Магеррамова. – Дніпропетровськ.: НГУ, 2014. – 20с.

Укладачі:

І.В. Багорова, д.е.н., проф.

І.А.Магеррамова, асист.

Відповідальна за випуск: завідувача кафедрою маркетингу

Т.Б. Решетілова, д.е.н., професор

© НГУ, 2014

© І.В. Багорова, 2014

© І.А. Магеррамова, 2014

ЗМІСТ

1. Пояснювальна записка.....	4
2. Програма дисципліни	5
3. Перелік питань для підсумкового контролю та тем рефератів.....	7
4. Вимоги до оформлення реферату.....	9
5. Рекомендована література.....	11
Додаток А: примірник титульного аркуша до реферату.....	18

1. Пояснювальна записка

Мета курсу полягає у формуванні системи теоретичних і прикладних знань про категорії, поняття, механізми управління маркетингом на промислових підприємствах та інших різноманітних організаціях, що функціонують у сфері економіки України.

Основні завдання дисципліни: сформувати стійкі знання з теорії та практики управління маркетингом на підприємстві; допомогти студентам-маркетологам набутти практичних вмінь і навичок у галузі забезпечення ефективного маркетингового менеджменту.

Предметом курсу є економічні закономірності побудови та здійснення процесів щодо управління маркетинговою діяльністю на підприємствах, організаціях, установах різних форм власності у різних галузях господарства. Це система виробничих відносин, яка спрямовує управління сучасним виробництвом на задоволення потреб споживачів шляхом створення суцільного ланцюга виробник – споживач, кожна ланка якого сприяє збільшенню цінностей для кінцевого покупця.

Метою даних методичних вказівок з дисципліни “*Управління маркетингом на підприємстві*” є закріплення теоретичних знань з практичної діяльності маркетолога на конкретному робочому місці, яка пов’язана із розробкою та впровадженням пропозицій щодо удосконалення маркетингової політики підприємства, організації та оцінки ефективності шляхів удосконалення різних форм маркетингового менеджменту.

Вказівки спрямовані на допомогу студентам у самостійному опрацюванні необхідних тем дисципліни.

Управління загалом виступає як форма виробничих відносин і відбиває практично-наслідкові зв’язки в залежності від спрямування діяльності. Маркетингова спрямованість менеджменту, що орієнтована на споживача, посилює виробничо-збутову функцію у економічній діяльності господарюючих

суб'єктів. Маркетинговий менеджмент в цілому сприяє процесу обміну між партнерами, спрямовує підприємство на залучення споживачів і збереження їх купівельної лояльності на довгостроковий період, завдяки накопиченню ресурсів для задоволення запитів зацікавлених осіб.

2. Програма дисципліни

1. Теоретичні засади, функції, напрямки та складові маркетингового менеджменту.
2. Сутність, принципи і моделі поточного маркетингового планування як складової маркетингового менеджменту.
3. Сутність, принципи моделі та ранжування завдань стратегічного планування в системі маркетингового менеджменту.
4. Сутність, принципи, організаційні структури в системі маркетингового менеджменту.
5. Маркетингові організаційні структури підприємства, їх функції, зміст діяльності, права та обов'язки маркетологів в системі маркетингового менеджменту.
6. Принципи організації управління маркетингом на підприємстві.
7. Сутність, принципи, функції та зміст маркетингових заходів управління товаром.
8. Сутність, принципи та зміст маркетингових заходів менеджменту у сфері послуг.
9. Сутність, принципи, моделі та зміст маркетингових заходів у менеджменті ціноутворення.
10. Сутність, принципи, моделі та зміст маркетингових заходів у менеджменті розподілення товарів.
11. Сутність, принципи, види менеджменту маркетинговими комунікаціями.
12. Управління міжнародним маркетингом.

13. Менеджерська сутність маркетингової мотивації споживача, покупця, торгового персоналу.
14. Сутність, принципи та зміст аналізу маркетингової діяльності підприємства в системі менеджменту.
15. Сутність, принципи та зміст контролю маркетингової діяльності підприємства в системі менеджменту.
16. Інформаційне та комунікаційне забезпечення маркетингового менеджменту на підприємстві.

3. Перелік питань для підсумкового контролю та тем рефератів

1. Сутність і зміст маркетингового менеджменту на підприємстві та тенденції його розвитку.
2. Теоретичні засади, функції та складові маркетингового менеджменту.
3. Сутність, зміст та принципи поточного маркетингового планування як елемент маркетингового менеджменту.
4. Зміст, принципи та ранжування стратегічних задач у маркетинговому плануванні.
5. Ціннісні показники в управлінні маркетинговою діяльністю підприємством.
6. Цілі, принципи та зміст організації маркетингового менеджменту на підприємстві.
7. Принципи побудови маркетингових організаційно-управлінських структур та їх види на підприємстві.
8. Функції, зміст, права та обов'язки маркетологів в системі маркетингового менеджменту.
9. Принципи та сутність управління маркетингом на підприємстві.
10. Сутність, цілі та склад комплексу маркетингових заходів управління товаром.
11. Сутність, цілі та склад системи маркетингових заходів управління якістю товарів.
12. Сутність, цілі та склад комплексу маркетингових заходів по управлінню в сфері послуг.
13. Сутність, цілі та склад комплексу маркетингових заходів в управлінні ціноутворенням.
14. Сутність, цілі та склад комплексу маркетингових заходів в менеджменті розподілення товарів.
15. Стратегія побудови каналів розподілення товарів, управління товарним рухом і відносинами між посередниками.

16. Складові розробки маркетингових комунікацій та управління ними.
17. Складові, зміст, цілі рекламної діяльності та управління нею.
18. Зміст, цілі, складові прямого маркетингу та управління ним.
19. Сутність, цілі, складові управління мережами взаємодоповнюючих партнерів і маркетинговими каналами.
20. Сутність, цілі, складові управління гуртовою та роздрібною торгівлею.
21. Сутність, цілі, склад управління маркетинговими комунікаціями збуту.
22. Сутність, цілі, склад управління зв'язками з громадкістю.
23. Сутність, цілі, склад управління торговим персоналом.
24. Сутність, цілі, склад управління міжнародним маркетингом.
25. Сутність і склад інформаційного та комунікаційного забезпечення управління маркетингом.
26. Джерела і потоки інформації та вимоги до них маркетинговим менеджментом.
27. Сутність та склад інформаційної системи управління маркетингом на підприємстві.
28. Сутність, цілі та склад експертних систем у маркетинговій діяльності підприємства.
29. Сутність та склад інформаційного забезпечення управління маркетингом.
30. Бізнес-план як реалізація цілей управління маркетингом на підприємстві.
31. Зміст, цілі і склад контролю та аудиту маркетингової діяльності підприємства.
32. Сутність, цілі і зміст внутрішнього та зовнішнього контролю і аудиту маркетингової діяльності підприємства.

4. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ РЕФЕРАТУ

Реферат друкують за допомогою комп'ютера на одній стороні аркуша білого паперу формату А4 (210 x 297 мм) через одинарний інтервал. Поля сторінки з усіх боків складають 2 см. Абзацний відступ – 1 см.

Обсяг основного тексту роботи повинен становити 20-25 аркушів. Зазначений вище обсяг розрахований на використання при її оформленні звичайних комп'ютерів з використанням шрифтів текстового редактора Word розміру 14.

Шрифт друку повинен бути чітким, стрічка – чорного кольору середньої жирності. Щільність тексту повинна бути однаковою.

5. СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ РЕФЕРАТУ

Робота повинна містити:

- титульний аркуш;
- зміст реферату;
- вступ;
- основну частину (з двох розділів);
- висновки;
- список використаних джерел;
- додатки (при необхідності).

Титульний аркуш (Додаток А). Титульний аркуш роботи містить найменування наукової організації або вищого навчального закладу, де вона виконана, з вказівкою підпорядкованості та структурного підрозділу (кафедра); тему роботи; номер варіанту за розділом 3; прізвище, ім'я, по-батькові, шифр групи студента; прізвище, ім'я, по-батькові, науковий ступінь, вчене звання та посаду наукового керівника; місто і рік виконання роботи.

Зміст реферату (1 сторінка). В змісті слід вказати назви всіх розділів і підрозділів із зазначенням початкових сторінок. Також слід вказати нумерацію списку використаної літератури і додатків (якщо такі мають місце). Назви розділів і підрозділів мають бути стислими і зрозумілими, економічно грамотно сформульованими, тісно пов'язаними з назвою роботи, але не повторювати її.

Вступ (1-2 сторінки). У вступі до реферату слід обґрунтувати актуальність і значення обраної теми, сформулювати мету, завдання, визначити предмет дослідження, визначити методи дослідження та окреслити достовірність використовуваних джерел інформації.

Основна частина. Структурно має складатися з 2-х розділів (та 3-4 підрозділів в них).

Розділ 1 повинен містити: теоретичний виклад важливих аспектів досліджуваної проблеми та критичний огляд навчальної літератури (підручників, посібників), наукової (зокрема монографій), періодичних джерел та нормативно-правових актів з визначеної тематики. Виклад повинен бути присвяченим обґрунтуванню фактичного стану досліджуваної проблеми та викладу основних матеріалів, що стосуються об'єкта дослідження.

Розділ повинен бути повним, не повинен дублювати текст підручників або інших джерел. При його виконанні необхідно повною мірою виявити свої знання і самостійну побудову текстового матеріалу, узагальнюючи теоретичні знання та досвід практичної роботи. У той же час не рекомендується давати однозначні назви чи переліки без належних пояснень. Всі запозичення з літератури повинні мати відповідні посилання.

Обов'язково! Реферат повинен містити конкретні приклади та практичні ситуації щодо розглядаємого аспекту маркетингового менеджменту.

Розділ 2 повинен містити опис та аналіз практичного стану розглядаємого аспекту маркетингового менеджменту на конкретному підприємстві. Для виконання цього розділу слід використати інформацію будь-якого діючого підприємства, організації, з якими студент має професійні зв'язки (проходження практики, стажування, праця та інш.). розділ має бути достатньо насиченим фактичною та графічною інформацією (схеми, рисунки, таблиці, графіки), що буде відображувати стан досліджуваного питання на певний період.

Конкретне підприємство визначається у співбесіді з викладачем при отриманні теми реферату.

Висновки (1 сторінка). Ця заключна частина роботи містить стислий конкретний виклад результатів проведених в рефераті досліджень, підтвердження та обґрунтування висновків.

У *переліку використаної літератури* (10 -15 джерел) слід навести всі використані джерела інформації (оформлені відповідно до вставлених вимог щодо наукової літератури).

Додатки містять матеріали допоміжного характеру – завеликі таблиці, блок-схеми, дослідницькі анкети, форми звітності тощо.

4. Рекомендована література

Законодавчі акти

1. Господарський кодекс України - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (остання редакція).
2. Закон України «Про колективні договори і угоди» від 01 липня 1993 року № 3356-XII // Відомості Верховної Ради (ВВР), 1993. – № 36. – Ст. 361. (остання редакція).
3. Закон України «Про оплату праці» від 24 березня 1995 року № 108/95-ВР // Відомості Верховної Ради (ВВР), 1995. – № 17. – Ст. 121. (остання редакція).
4. Кодекс законів про працю України. - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/322-08> (остання редакція).

Навчальна література

1. В.П. Пелішенко /Маркетинговий менеджмент: Навчальний посібник. - К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 200с.
2. Ф.Котлер. /Маркетинг-Менеджмент.- СПб: Питер Ком, 1999.- 896с.
3. Ф.Котлер, Г. Армстронг, Д.Сондерс, В.Вонг. Основи маркетинга: Пер. с англ.- 2-е европ изд.- М.; СПб; К.; Издат. дом «№Вильямс», 1998 – 1056с. – Парал. тит. англ. (Часть VII).
4. Д.Джоббер/ Принципы и практика маркетинга: Пер. с англ.: Уч. пос.- М.: Издательский дом «Вильямс», 2000.- 688с.: ил. – Парал. тит.англ. (гл. 1,2,8).

5. П.Диксон/ Управление маркетингом: Пер с англ - М.: ЗАО «Из-во БИНОМ».- 560с.
6. Маркетинг: Учебник/ А.Н.Романов, Ю.Ю. Корлюгов, С.А.Красильников и др.; под ред А.Н.Романова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996 – 560с.: ил.(ч. II).
7. Е.Азарян /Международный маркетинг. Киев: ИСМО МО Украины. НВФ «Студцентр», 1998 – 200с. (гл. 10).
8. П.Дойль /Маркетинг - менеджмент и стратегии /Пер. с англ.- СПб: Питер, 2002.- 544с.
9. Маркетинг: підручник / В.Роделіус, О.М.Азарян, О.А.Виногадов та інші: Ред.-упор. О.І.Силоренко, П.С.Редько.- К.:Навч.-метод. Центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2005 - 422с. (гл.14).
10. А.Войчак - Маркетинговий менеджмент : Підручник – К.:КНЕУ , 1998-268с.
11. Е.Голиков. Маркетинг и логистика. Уч.пособие – 2е издание – М «Дишков и К.», 2000 – 412с.
12. М.Ермошенко. Маркетинговий менеджмент : Навч.пос. – К. : НАУ,2001 – 204с.
13. Посібник для викладача до підручника «Маркетинг»: Методичне видання / Ред. – упор. О.І. Сидоренко , П.С.Редько – К. : Навчально – методичний центр «Консорціум» із удоскон. Менеджмет освіти в Україні , 2005 – 207с. (гл. 14).
14. Армстронг Г., Котлер Ф., Маркетинг.Загальний курс , 5-е видання. : Пер. з англ. : Уч. Пос. – М. : Видавничий дім «Вільянс» , 2001-608с. : ил. – парал. Тит. Англ. (р.10).
15. Міщенко А.П. Стратегічне управління : Навч.посіб. – Київ : «Центр навчальної літератури», 2004, - 336с.
16. Маркетинг менеджмент. 11- е изд./ Ф.Котлер. – СПб : Питер , 2004 – 800с.
17. Пивоваров С.Э., Майзель А.И. и др. Международный менеджмент – СПб : Питер, 2000 – 256с.
18. Авдеев В.В. Управление персоналом: технология формирования команды. – М.: Финансы и статистика, 2002.

19. Беляцкий Н. П. Управление персоналом: Учеб. пособ. / Н. П. Беляцкий, С. Е. Велесько, П. Ройш. - Минск: Интерпресс-сервис, 2002. - 352с.
20. Борисова Е.П. Управление персоналом для современных руководителей. – СПб: Питер, 2003.
21. Веснин В.Р. Практический менеджмент персонала: Пособие по кадровой работе. – М.: Юристъ, 1998.
22. Виноградський В.М. Менеджмент персоналу: Навчальний посібник. - К. - 2004.- 347 с.
23. Вудкок М. Раскрепощенный руководитель / М. Вудкок, Д. Френсис; Пер. с англ. А. В. Верникова. - М.: Дело, 1991. - 129 с.
24. Гавкалова Н. Л., Маркова Н. С. Менеджмент персонала. — Х.: ИД ИНЖЭК, 2005. — 303 с.
25. Герасимов Б.Н. Менеджмент персонала: Учеб. пособие / Б.Н. Герасимов, В.Г. Чумак, Н.Г. Яковлева. – Ростов н/Д: Феникс, 2003.
26. Гнатушенко В.В. Конкурентный маркетинг на предприятии/Донецкий национальный ун-т. — Донецк: Юго-Восток, 2006. — 266 с.
27. Данюк В. М., Петюх В. М. Менеджмент персоналу. — К.: КНЕУ, 2004. — 398 с.
28. Десслер Гарри. Управление персоналом: Учеб. пособие: Пер. с англ. / Под ред. Ю.В. Шленова. М. – Бином, 1997.
29. Дмитренко Г.А. Стратегический менеджмент: целевое управление персоналом организаций: Учеб. пособие. – К.: МАУП, 1998. – 188с.
30. Журавлев П.В., Кулапов М.Н., Сухарев С.А. Мировой опыт в управлении персоналом: Обзор зарубежных источников. – М.: Изд-во Рос. экон. акад., Екатеринбург: Деловая книга, 1998.
31. Заяць Т.А., Тарлопов І.О., Пилипенко О.О. Управління маркетингом на підприємстві. — Донецьк: Юго-Восток, 2006. - 252 с.
32. Красовский Ю. Д. Управление поведением в фирме. - М.: Инфра-М, 1997. - С. 232-245.

33. Лук'янець Т.А. Економічний механізм маркетингу: Навч. посіб./ Київський національний економічний ун-т ім. Вадима Гетьмана. — К.: КНЕУ, 2006. -464 с.
34. Магура М. И.Современные персонал-технологии. - М.: Бизнес-школа «Интел-синтез», 2001. - 376 с.
35. Магура М.И., Курбатова М.Б. Оценка работы персонала. – М.: ЗАО Бизнес-школа „Интел-Синтез”. – 2001.
36. Мхитарян С. В., Маркетинговая информационная система/Институт менеджмента МЭСИ. — М.: Эксмо, 2006. — 333 с.
37. Пілецький В.Т., Мананнікова О.Ю., Маркетинг: теорія, практика, самостійна робота, контроль: Навч. посіб./Донбаський держ. технічний ун-т. - Алчевськ ДДТУ, 2007. - 388 с.
38. Примак Т.О. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством. — К.: Експерт, 2001. — 384 с.
39. Розанова В. А. Психология управления: Учебное пособие - М: ЗАО «Бизнес-школа», 2002. - 400 с.
40. Савельєва В. С. Психологія управління: Навч. посіб. - Краматорськ: ДДМА, 2004. - 280 с.
41. Теорія і практика управління персоналом: Навч.-метод. Посібник / Авт. Уклад. Г.В. Щокін. - К.: МАУП., 2004. – 450 с.
42. Травин В. В. Менеджмент персонала предприятия: Учеб.-практ. по-соб. / В. В. Травин, В. А. Дятлов. - 4-е изд. - М.: Дело, 2002. - 272 с.
43. Травин В. В. Основы кадрового менеджмента / В. В. Травин, В. А. Дятлов. - М.: Дело, 1995. - 336 с.
44. Щекин Г.В. Основы кадрового менеджмента: Учебник. -3-є изд.; перераб. И доп. – К.: МАУП, 2003. – 390 с.
45. Якокка Л. Карьера руководителя / Пер. с англ. при участии У. Новака; Общ. ред. С. Ю. Медведева. - М.: Прогресс, 1991. - 384 с.
46. Яхонтова Е.С. Эффективность управленческого лидерства. - М.: ТЕИС, 2002. - 501 с.

Періодичні видання

Журнали: «Україна: аспекти праці», «Зайнятість та ринок праці», «Економіка. Фінанси. Право», «Академічний огляд: економіка та підприємництво», «Труд за рубежом», «Труд и право», «Человек и труд», «Вопросы экономики», «Економіка України», «Персонал», «Справочник по управлению персоналом», «Фінанси України», «Актуальні проблеми економіки. Науково економічний журнал», «Економіка і прогнозування», «Економіка України. Економічна теорія, політика, фінанси, кредит», «Економіка. Фінанси. Право», «Економіст», "Маркетинг в Украине", (Украинской Ассоциации Маркетинга), «Маркетинг-газета» (Украинской Ассоциации Маркетинга), "Маркетинг и реклама", Интернет-издание о маркетинге "MarketingMix", "Маркетинговые исследования в Украине" , "Новый маркетинг", "Маркетолог", "Маркетинг и маркетинговые исследования" , "Маркетинг Pro", "Маркетинг Менеджмент", Электронный маркетинговый журнал "Bi-marketing.ru", Журнал социологических и маркетинговых исследований "Телескоп", "Технологии управления маркетингом" , "Новости маркетинга", "Практика рыночных исследований", "Маркетинговые коммуникации", "Практический маркетинг", "Промышленный маркетинг", тощо.

Газети: «Урядовий кур'єр», «Галицькі контракти», «Діло», «Закон і бізнес», «Бизнес», «Финансовая Украина», «Деловая Украина», «Экономика и жизнь» та ін.

Нормативна база:

Закони України – <http://meta-ukraine.com/topics.asp?t=12>

Верховна Рада України – <http://www.rada.kiev.ua>

Міністерство освіти та науки України – <http://www.education.gov.ua/>

Науково-методичні центри: вищої освіти, середньої освіти, професійно-технічної освіти, головний інформаційно-обчислювальний центр Міносвіти і науки України – Колишній Інститут змісту і методів навчання – <http://www.ictme.edu-ua.net/>

Інтернет:

Освітні ресурси України – <http://meta-ukraine.com/topics.asp?t=12>

Інтернет-сервіс для установ освіти України – <http://www.edu-ua.net/>

Українські навчальні та наукові інститути –

<http://www.ukma.kiev.ua/ISS/wwwscint.html>

Міжнародна освітня та ресурсна мережа – <http://www.kar.net/-iearn>

Українська преса в Інтернеті – <http://UAMedia/visti.net/link/>

Наукові журнали – <http://www.karelia.ru/psu/-eflov/online/e.html>

Бібліотеки:

Бібліотечний світ України – www.ukrlib-world.kiev.ua

Бібліотеки світу – <http://staffweb.library.van-derbilt.edu/breeding/>

Національна бібліотека України ім. Вернадського – <http://www.nbuv.gov.ua/>

Наукова бібліотека НаУКМА – <http://www.ukma.kiev.ua/ukmalib>

Державна освітянська бібліотека України – <http://www.edu-ua.net/library/>

Загальнодоступні російські електронні бібліотеки – <http://www.ore.ru/-patrikev/liblib/liblist.htm>

Російськомовні літературні архіви на Інтернет – <http://www.odessa.net/moshkow/koi/litarhiwv.dir>

Бібліотека Мошкова – <http://www.lib.ru>

«Лавка языков» - www.russ.ru

Український літературний журнал – <http://ukrlit.iscool.net/>

«Український Центр» - освітньо-інформаційний ресурс Бібліотека. Форум.

Галерея. Блог. <http://www.ukrcenter.com>

Національна бібліотека України ім. В.І.Вернадського

<http://www.nbuv.gov.ua>

Обласна універсальна наукова бібліотека (м. Кіровоград) <http://library.kr.ua>

Науково-технічна бібліотека. Читальня on-line. <http://library.tu.edu.te.ua>

Донецька обласна універсальна наукова бібліотека ім. Н.К. Крупської.

Інтернет-бібліотека (електронні версії книг, журналів, газет та ін.).

<http://www.library.donetsk.ua>

Публічна бібліотека ім. Лесі Українки. <http://lucl.lucl.kiev.ua>

Кримська універсальна наукова бібліотека. <http://www.franko.crimea.ua>

Бібліотека Тернопільського педуніверситету. <http://library.tspu.edu.ua>

Бібліотека Донецького технічного університету <http://library.donntu.edu.ua>

Міністерство освіти і науки України
Державний ВНЗ «Національний гірничий університет»

Кафедра маркетингу

РЕФЕРАТ

з дисципліни «*Управління маркетингом на підприємстві*»

на тему: ????????????????????????????????

Варіант № ???

Виконав (ла) студент (ка)
??? курсу ??? групи

(підпис)

??????????
(прізвище, ім'я, по-батькові)

Перевірив
?????
(посада, вчений ступінь, звання)

(підпис)

??????????
(прізвище, ім'я, по-батькові)

Дніпропетровськ – 20...

Для нотаток.

Укладачі:

**Багорова Інна Василівна
Магеррамова Ірина Анатоліївна**

Методичні вказівки

з дисципліни «*Управління маркетингом на підприємстві*»
для студентів напрямку «Маркетинг»

Центр маркетингових технологій
Державного ВНЗ «Національний гірничий університет»

Підписано до друку _____. Формат 30x42/4.
Папір Pollux. Умовн. друк. арк. _____.
Обл.-вид. арк. _____. Тираж 50 прим.

Державний ВНЗ «Національний гірничий університет»

49005, м. Дніпропетровськ, просп. К.Маркса, 19.