

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет
Факультет транспорту, менеджменту і логістики
Кафедра менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств

Методичні рекомендації з виконання курсової роботи
для студентів всіх форм навчання
навчальної дисципліни
«Управління бізнес-процесами авіапідприємств»

Освітньо-професійна програма: Менеджмент авіакомпаній та аеропортів

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Спеціальність: 073 Менеджмент

Розробник проф., д.е.н. Гуріна Г.С.

Київ-2022

ЗМІСТ, СТРУКТУРА ТА ОБСЯГИ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Курсова робота повинна мати чітку та логічну побудову. Складовими частинами курсової роботи мають бути вступ, основна частина, висновки, список використаних джерел, додатки (у разі необхідності).

Вступ (до 2 сторінок) розкриває сутність і стан досліджуваної проблеми (завдання) та її значущість, підстави і вихідні дані для розробки теми, обґрунтування необхідності проведення дослідження.

Актуальність теми. (обґрунтування доцільності роботи). Актуальність та ступінь дослідженості проблеми розкривається шляхом стислого аналізу наукових доробок учених із даного питання і порівняння існуючих варіантів вирішення проблеми. На основі визначених протиріч виділяється проблема, на розв'язання якої і будуть спрямовані дослідження. Висвітлення актуальності має бути коротким, але змістовним. Досить кількома реченнями висловити головне – сутність проблеми.

Мета і завдання дослідження. Метою повинен бути конкретний усвідомлений образ очікуваного результату, сформульована таким чином, щоб указувати на об'єкт і предмет дослідження. На основі сформульованої мети студент має визначити основні завдання, які необхідно розв'язати в процесі виконання курсової роботи. Завдання повинні конкретизувати основну мету наукової роботи. Визначення завдань дослідження рекомендується робити у формі переліку дій дослідника, використовуючи такі формулювання: «Узагальнити...», «Визначити...», «Виявити...», «Обґрунтувати...», «Встановити...», «Розробити...».

Об'єкт дослідження – це соціально-економічний, управлінський процес або явище у діяльності організації, що формує проблемну ситуацію, яка потребує вирішення.

Предмет дослідження міститься в межах об'єкта. Об'єкт і предмет дослідження як категорії наукового процесу співвідносяться між собою як загальне і часткове. В об'єкті виділяється та його частина, яка є предметом дослідження. Саме на нього спрямована основна увага дослідника, оскільки предмет дослідження змістовно визначає тему (назву) курсової роботи.

Методи дослідження. Наводять перелік використаних методів дослідження для досягнення зазначеної в роботі мети. Перераховувати їх потрібно не відірвано від змісту роботи, а коротко й змістовно визначаючи, що саме досліджувалось тим чи іншим методом. Це дасть змогу пересвідчитися в логічності та прийнятності вибору саме цих методів.

Основна частина. В цій частині роботи необхідно показати, як досліджувана проблема з позицій сучасності висвітлена в літературі, викласти сутність існуючих підходів до її вирішення, здійснити їх критичний аналіз, провести порівняння та сформулювати власну точку зору. У цій частині курсової роботи студент повинен продемонструвати свої знання з питань, що досліджувалися, вміння узагальнювати матеріали, послідовно їх викладати, робити висновки, обґрунтовувати свої пропозиції. Основну частину курсової роботи (загальним обсягом 30-35 сторінок) рекомендується структурно і пропорційно за обсягом сторінок поділити на три розділи.

Розділи повинні поділятися на підрозділи. Кількість підрозділів різних розділів роботи повинна бути приблизно однаковою. Обсяг підрозділів (у сторінках) також має бути приблизно однаковим.

Перший, теоретичний розділ, має складатися з окремих параграфів/підрозділів, яких, як правило, 2-3. Назви кожного параграфа мають формулюватися стисло і відображати в узагальненому вигляді викладений в ньому зміст. У цьому розділі здійснюється теоретичний аналіз досліджуваного явища. 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. Наводиться еволюція розробок щодо предмету дослідження, здійснюється їх критичний аналіз. Також в даному розділі мають бути охарактеризовані існуючі підходи до класифікації та висвітлені фактори, що впливають на предмет дослідження, і визначені його роль та місце в загальній системі управління організацією. Текст слід доповнювати графічними матеріалами – схемами, графіками, діаграмами тощо. Обсяг першого розділу не має перевищувати 30% від загального обсягу роботи. Для більш детального теоретичного обґрунтування проблеми дослідження, враховуючи кваліфікаційний рівень роботи, рекомендується проаналізувати не менше 30 літературних джерел як вітчизняних, так і зарубіжних авторів.

Другий, емпіричний розділ, має таку ж структуру, як і перший, однак у ньому основний акцент робиться на прикладний аспект реінжинірингової діяльності, а саме – здійснення опису процесу реінжинірингу бізнес-процесів. Тут слід наводити методологію здійснення змін в управлінні організацією і трансформації основних і допоміжних процесів її функціонування. Тут студент має довести практичне значення технології реінжинірингу, який асоціюється з радикальним перетворенням процесів життєдіяльності компанії і спрямований на зростання ефективності її функціонування в разі. Цьому розділу роботи обов'язково повинен бути притаманний аналітичний

характер. На конкретному прикладі студент демонструє розуміння логіки змін, обґрунтовуючи причини і наслідки перетворень в організації, а також наводячи методологію їх здійснення. Даний розділ може містити розгляд організаційної структури підприємства, аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища організації, опис існуючих бізнес-процесів і оцінку їх ефективності. Окремі підрозділи мають містити аналіз і оцінку конкретних сфер діяльності підприємства та його конкурентного середовища, статистичних та аналітичних матеріалів, що визначають рівень вирішення окремих аспектів досліджуваної проблеми. Він має стати перехідним до наступного третього розділу і поєднати набуті теоретичні знання та вміння використовувати обрані методи і певний методичний інструментарій. Назви підрозділів другого розділу можуть бути такими: Характеристика системи управління, Аналіз ефективності бізнес-процесів, Визначення проблем функціонування... Розділ повинен бути максимально насиченим ілюстративним матеріалом (таблиці, графіки, схеми). Усі аналітичні матеріали мають супроводжуватися тлумаченнями та висновками, які дозволяють визначити сутність управлінських процесів, що спостерігаються в організації, їх особливості, тенденції. Студент має запропонувати «портфель потенційних перетворень», що призведуть до оптимізації бізнес-процесів. Особливе значення має правильне узагальнення накопиченого фактичного матеріалу, групування та обробка даних, на основі яких виконуються аналіз і оцінка, будується модель майбутнього бізнесу, обґрунтовуються пропозиції. Обсяг другого розділу – у межах 35% загального обсягу курсової роботи.

Третій розділ основної частини – це розробка конкретних рекомендацій, пропозицій, впровадження нових процесів, здійснення управління проектом реінжинірингу бізнесу, здійснення імітаційного моделювання, вибір стратегії впровадження змін. Ця частина курсової роботи є на 100% самостійною розробкою студента і визначає науково-практичний результат дослідження. Запропоновані студентом удосконалення й інновації мають бути всебічно і, в першу чергу, економічно обґрунтовані з використанням сучасних підходів і методик. Назва розділу формулюється таким чином: Побудова нових процесів ..., Оптимізація моделі бізнесу ..., Рекомендації щодо удосконалення...

Система запропонованих заходів логічно впливає з теоретичної та аналітичної частин і спрямована на подолання суперечностей між реальним і бажаним станами підприємства з урахуванням отриманих оцінок і поставлених завдань, тобто конкретні реінжинірингові заходи (пропозиції, рекомендації тощо) студента мають забезпечувати ефективного функціонування підприємства. Пропозиції можуть бути найсміливіші, з найсучаснішого досвіду відомих фірм світу (студент демонструє свою

обізнаність і світогляд), але якщо ця пропозиція зараз нездійсненна за певних обставин, треба це пояснити (відсутність коштів, недосконалість законодавства, невідповідність кадрів, інфляція, політична й економічна нестабільність тощо). Обсяг третього розділу курсової роботи може становити 30% загального обсягу.

У висновках (2-3 сторінки) потрібно стисло навести основні результати проведених досліджень і визначити, якою мірою вирішені завдання та досягнута мета курсової роботи, що були сформульовані у вступі.

Список використаних джерел повинен включати складений за чинними правилами перелік усіх використаних літературних джерел. Рекомендована навчальна література для виконання курсової роботи, перелік спеціальної літератури залежить від обраної студентом теми. Інформаційною базою висвітлення практичних засад розв'язання обраної проблеми є спеціальна монографічна література та періодичні видання.

ВИМОГИ ЩОДО ОФОРМЛЕННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Загальні вказівки

- Курсова робота має бути надрукована за допомогою текстового редактора на одному боці сторінок стандартного білого паперу формату А4 (210x297 мм) з використанням шрифту – Times New Roman, розміру 14 з полуторним міжрядковим інтервалом до тридцяти рядків на сторінці.
- Текст курсової роботи необхідно друкувати, залишаючи береги таких розмірів: лівий – не менше 20 мм, правий – не менше 10 мм, верхній – не менше 20 мм, нижній – не менше 20 мм.
- Надруковані програмні документи мають відповідати формату А4, їх включають до загальної нумерації сторінок кваліфікаційної роботи і розміщують, як правило, у додатках.
- Мова курсової роботи – державна.
- Курсова робота комплектується у такій послідовності: 1) титульний аркуш; 2) зміст; 3) вступ; 4) основна частина; 5) висновки; 6) список використаних джерел; 7) додатки (у разі необхідності).
- Курсова робота відкривається титульним аркушем, на якому вказані: назва ЗВО, тема, прізвище автора та інші відомості, що ідентифікують курсову роботу.
- Після титульного аркуша вміщується сторінка змісту, де наводиться перелік заголовків частин курсової роботи та вказуються номери сторінок, з яких вони починаються. Назви розділів у змісті й тексті мають бути однаковими.

- Вступ, кожний розділ, висновки, список використаних джерел та додатки починаються з нової сторінки, а наступний підрозділ – одразу після закінчення попереднього.
- Заголовки структурних частин роботи «ЗМІСТ», «ВСТУП», «НАЗВА РОЗДІЛУ», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ», «ДОДАТКИ» друкуються великими літерами симетрично до тексту. Заголовки підрозділів друкуються маленькими літерами (крім першої великої) з абзацу. Крапка в кінці заголовка не ставиться. Якщо заголовок складається з двох або більше речень, їх розділяють крапкою. Відстань між заголовком (за виключенням заголовка пункту) та текстом повинна дорівнювати 2 інтервалам.
- Курсова робота має бути стилістично та граматично правильно оформлена. Стиль викладання має бути строгим, стриманим, без вияву емоцій, чітким, без орфографічних і синтаксичних помилок. При побудові речень бажано використання дієслів, що стоять у невизначено-особистій формі, наприклад: “Вважається доцільним запропонувати ...”, а не “Я пропоную ...”. При викладенні матеріалу слід користуватися загальноновизнаною управлінською термінологією, звертаючи увагу на точність її застосування та чіткість формулювань.
- Скорочення слів у тексті курсової роботи та ілюстраціях до неї, крім загальноновизнаних аббревіатур, не допускається.

РЕКОМЕНДОВАНА ТЕМАТИКА КУРСОВИХ РОБІТ

1. Формування і реалізація операційної стратегії авіапідприємства у бізнес-середовищі
2. Управління технічним потенціалом авіапідприємства у бізнес-середовищі
3. Управління якістю продукції/послуг авіапідприємства у бізнес-середовищі
4. Стратегічне та оперативне управління виробництвом продукції на підприємстві у бізнес-середовищі
5. Формування і реалізація стратегії діяльності авіапідприємства у бізнес-середовищі
6. Управління ресурсозбереженням авіапідприємства у бізнес-середовищі
7. Маркетингова діяльність авіапідприємства у бізнес-середовищі
8. Управління інноваціями авіапідприємства у бізнес-середовищі
9. Формування стратегії управління персоналом авіапідприємства у бізнес-середовищі

10. Формування стратегії компенсацій і винагород на авіапідприємстві у бізнес-середовищі
11. Стратегія кадрового менеджменту авіапідприємства у бізнес-середовищі
12. Управління витратами авіапідприємства у бізнес-середовищі
13. Формування стратегії менеджменту витрат та підвищення ефективності функціонування авіапідприємства у бізнес-середовищі
14. Управління трудовим потенціалом авіапідприємства у бізнес-середовищі
15. Управління енергетичною ефективністю авіапідприємства у бізнес-середовищі
16. Управління енерговикористанням та енергозаощадженням на підприємстві у бізнес-середовищі
17. Управління виробничою інфраструктурою авіапідприємства у бізнес-середовищі
18. Управління потенціалом авіапідприємства у бізнес-середовищі
19. Управління проектами підприємства у бізнес-середовищі
20. Стратегія управління ризиками підприємства
21. Управління ризиками діяльності підприємств у бізнес-середовищі
22. Антикризове управління підприємством у бізнес-середовищі
23. Соціальний менеджмент підприємства у бізнес-середовищі
24. Формування і реалізація соціально-психологічних методів в системі управління авіапідприємством у бізнес-середовищі
25. Формування та реалізація соціально-трудоих відносин на підприємстві у бізнес-середовищі
26. Управління зовнішньоекономічною діяльністю авіапідприємства у бізнес-середовищі
27. Стратегія розвитку внутрішньокорпоративних систем управління акціонерними товариствами
28. Стратегія розвитку корпоративного сектору в адміністративному районі
29. Стратегія управління акціонерним капіталом в адміністративному районі
30. Управління персоналом підприємства у бізнес-середовищі
31. Маркетингове планування діяльності авіапідприємства
32. Організація маркетингової діяльності на авіапідприємстві

33. Забезпечення конкурентних переваг продукції/послуг на авіа ринку
34. Вдосконалення конкурентоспроможності товарів підприємства на ринку
35. Управління торговельною (збутовою) діяльністю підприємства
36. Функціонування та вдосконалення політики ціноутворення на товари/послуги авіапідприємства
37. Розробка маркетингової системи управління авіапідприємством
38. Управління маркетингом на авіапідприємстві
39. Управління асортиментною політикою авіапідприємства
40. Управління товарними запасами на підприємстві
41. Управління цінами та розробка цінових стратегій на підприємстві
42. Управління системою інформаційного забезпечення діяльності підприємства
43. Управління ризиками в комерційній діяльності підприємства
44. Управління маркетинговою діяльністю підприємства
45. Адміністрування кадрової політики організації в умовах конкурентного середовища.
46. Формування комунікаційного механізму управління авіапідприємством в умовах конкурентного середовища.
47. Адміністрування трудовим колективом як соціально-психологічною підсистемою підприємства.
48. Розробка та впровадження інноваційної стратегії підприємства в умовах нестабільного ринкового середовища.
49. Розробка та впровадження конкурентної стратегії розвитку підприємства в умовах бізнес-середовища.
50. Адміністрування розвитком персоналу організації в конкурентному бізнес-середовищі.
51. Особливості адміністрування розвитком системи управління персоналом неприбуткової організації.
52. Управління ризиками підприємства, як фактор підвищення його конкурентоспроможності.
53. Система оцінювання персоналу організації в конкурентних умовах ведення бізнесу.

54. Адміністрування антикризовою стратегією підприємства в умовах кризової ситуації.
55. Адміністрування кадровим потенціалом підприємства в умовах бізнес-середовища.
56. Адміністрування інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємства в умовах динамічного бізнес-середовища.
57. Формування стратегічних компетенцій персоналу підприємства в умовах бізнес-середовища.
58. Формування інвестиційного потенціалу підприємства в умовах бізнес-середовища.
59. Адміністрування фінансовими ресурсами підприємства в умовах кризи.
60. Формування інноваційної моделі розвитку підприємства в умовах конкуренції.
61. Управління ціновою політикою підприємства в умовах нестабільної економічної ситуації.
62. Формування та реалізація фінансової стратегії підприємства.
63. Управління фінансовою структурою капіталу підприємства в умовах кризи.
64. Формування антикризової програми авіапідприємства в умовах динамічного бізнес середовища.
65. Управління економічною безпекою авіапідприємства в умовах динамічного бізнес-середовища.
66. Діагностика економічної безпеки авіапідприємства в умовах динамічного бізнес-середовища.
67. Стратегічне управління бізнес-процесами в умовах конкурентного середовища.
68. Управління бізнес-процесами на авіапідприємстві сфери послуг умовах динамічного бізнес-середовища.
69. Управління бізнес-процесами на підприємстві малого (середнього) бізнесу умовах динамічного бізнес-середовища.
70. Формування корпоративної стратегії авіапідприємства в умовах динамічного бізнес-середовища.
71. Формування інноваційної стратегії авіапідприємства в умовах динамічного бізнес-середовища.

72. Формування інвестиційної стратегії підприємства в умовах динамічного бізнес-середовища.
73. Оцінка конкурентоспроможності підприємства в умовах бізнес-середовища.
74. Управління змінами авіапідприємства в умовах динамічного бізнес-середовища.
75. Організаційно-економічний механізм управління розвитком підприємства.
76. Управління організаційним розвитком підприємства в умовах нестабільного конкурентного середовища.
77. Інформаційне забезпечення управління підприємством в умовах бізнес-середовища.
78. Організаційне забезпечення безпеки підприємства в умовах динамічного бізнес-середовища.
79. Управління інформаційною безпекою підприємства в умовах динамічного бізнес-середовища.
80. Управління енергетичною безпекою підприємства в умовах динамічного бізнес-середовища.
81. Управління ресурсною безпекою підприємства в умовах динамічного бізнес-середовища.
82. Управління фінансовою безпекою підприємства в умовах динамічного бізнес-середовища.
83. Управління кадровою безпекою підприємства в умовах динамічного бізнес-середовища.
84. Формування системи контролю якості продукції на підприємстві в умовах динамічного бізнес-середовища.
85. Управління інформаційним потенціалом підприємства в умовах динамічного бізнес-середовища.
86. Адміністрування рекламною діяльністю підприємства в умовах бізнес-середовища.
87. Адміністрування системи оплати праці на підприємстві в умовах бізнес-середовища.
88. Формування концепції соціальної відповідальності підприємства в умовах динамічного бізнес-середовища.

89. Соціальна відповідальність підприємства в умовах динамічного бізнес-середовища.

90. Формування ділової етики керівників в умовах динамічного бізнес-середовища.