

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І УПРАВЛІННЯ
КАФЕДРА ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ, МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
до підготовки і захисту кваліфікаційної роботи бакалавра
*(для здобувачів денної та заочної форми навчання
спеціальності 075 «Маркетинг»)*

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри
публічного управління,
менеджменту та маркетингу
Протокол № 9 від 26.02.2025 р.

Київ, 2025

УДК (ББК) 65.9/2/242 475(Я73)

Методичні рекомендації до підготовки і захисту кваліфікаційної роботи бакалавра (для здобувачів денної та заочної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг») / Укл. І.М. Сафронська, О.О. Хандій, Є.А. Івченко/ Київ: Видавництво Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля, 2025. 43 с.

Методичні рекомендації містять основні положення з підготовки й проведення процедури захисту кваліфікаційної роботи бакалавра, вимоги до її структури та технічного оформлення, орієнтовну тематику кваліфікаційних робіт.

Матеріали розраховані на здобувачів закладів вищої освіти.

Укладачі

І.М. Сафронська, доц. к.е.н.
О.О. Хандій, проф., д.е.н.
Є.А. Івченко, проф., д.е.н

Відповідальний за випуск

О.О. Хандій, проф., д.е.н.

Рецензент

Г.С. Поповиченко, доц., к.е.н.

ЗМІСТ

	Стор.
ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ	4
1. ПОРЯДОК ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА	5
2. ВИБІР ТЕМИ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА	6
3. СТРУКТУРА КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА	7
4. ПІДБІР ТА ОЗНАЙОМЛЕННЯ З ДЖЕРЕЛАМИ ІНФОРМАЦІЇ	15
5. ЗБІР ФАКТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ	16
6. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА	17
7. ПІДГОТОВКА ДО ЗАХИСТУ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА	20
8. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ ЗАХИСТУ КВАЛІФІКАЦІЙНИХ РОБІТ БАКАЛАВРА	21
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	24
ДОДАТКИ	
ДОДАТОК А. Зразок наукових напрямів та тем кваліфікаційних робіт бакалавра	25
ДОДАТОК Б. Структура кваліфікаційної роботи бакалавра	28
ДОДАТОК В. Титульний лист	29
ДОДАТОК Г. Завдання на кваліфікаційну роботу здобувача	30
ДОДАТОК Д. Реферат	32
ДОДАТОК Е. Приклад змісту кваліфікаційної роботи бакалавра	33
ДОДАТОК Ж. Вимоги до оформлення списку використаних джерел	34
ДОДАТОК З. Вимоги до оформлення рисунків	36
ДОДАТОК И. Вимоги до оформлення таблиць	37
ДОДАТОК К. Вимоги до оформлення формул	38
ДОДАТОК Л. Відгук на кваліфікаційну роботу бакалавра	39
ДОДАТОК М. Рецензія на кваліфікаційну роботу бакалавра	40
ДОДАТОК Н. Титульний лист роздавального матеріалу	41
ДОДАТОК П. Висновок про рівень оригінальності твору	42

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Заключним етапом навчальної підготовки здобувача у вищих навчальних закладах є кваліфікаційна робота бакалавра та її захист. Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавра відображає кваліфікацію здобувача та свідчить про наявність фундаментальної підготовки зі спеціальності «Маркетинг».

Кваліфікаційна робота бакалавра – це самостійна кваліфікаційна робота здобувача, призначена для оцінки рівня теоретичної та практичної підготовки фахівця, під час виконання якої здобувачу необхідно показати вміння вирішувати завдання сучасного маркетингу, працювати з різноманітними джерелами інформації, узагальнювати та аналізувати фактичний матеріал з обраного об'єкту дослідження, використовуючи теоретичні знання й практичні навички, які були отримані при освоєнні професійної освітньої програми. Кваліфікаційна робота бакалавра також повинна містити елементи наукового дослідження.

Метою виконання кваліфікаційної роботи бакалавра є визначення рівня підготовленості здобувача до розв'язання комплексу наукових і прикладних завдань за допомогою набутих компетенцій відповідно до узагальненого об'єкта діяльності на основі застосування системи теоретичних знань і практичних навичок, отриманих на протязі усього періоду навчання.

Основні цілі підготовки та захисту кваліфікаційної роботи бакалавра є такими:

- поглиблення, систематизація та інтеграція теоретичних знань і практичних навичок, які отримані здобувачем під час навчання в університеті;
- розвиток вміння критично оцінювати та узагальнювати теоретичні та методичні положення сучасної теорії управління;
- застосування отриманих знань при вирішенні теоретичних та практичних завдань за обраною темою кваліфікаційної роботи;
- розвиток системного мислення при дослідженні об'єктів різноманітної природи, домагаючись високої якості проектних рішень;
- вироблення навичок самостійної аналітичної роботи;
- оволодіння сучасними методами наукового дослідження та пошуку власного підходу до вирішення науково-практичних завдань з обраної теми;
- з'ясування підготовленості здобувачів до практичної діяльності на сучасних підприємствах та організаціях;
- формування та розвиток здібностей до публічної дискусії та захисту наукових ідей, пропозицій та рекомендацій.

Робота вважається виконаною, коли пояснювальна записка та ілюстративний матеріал до доповіді оформлені відповідно до вимог діючої освітньої програми освітньої підготовки та цих методичних указівок.

Кваліфікаційна робота бакалавра має бути написана державною мовою, науковим стилем, логічно й аргументовано.

Результати захисту кваліфікаційної роботи бакалавра є підставою для прийняття рішення екзаменаційною комісією про присвоєння здобувачу ступеня освіти бакалавр за спеціальністю 075 «Маркетинг» та видачі диплома бакалавра.

1. ПОРЯДОК ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

Випускна робота бакалавра виконується здобувачами у восьмому семестрі (другий семестр четвертого курсу) на основі результатів теоретичного навчання, отриманих практичних навичок, результатів науково-дослідної роботи здобувачів (НДРС) та результатів проходження економічної практики.

Першим етапом підготовки та написання кваліфікаційної роботи бакалавра є визначення здобувачем із узгодженням з керівником теми кваліфікаційної роботи; отримання відповідного завдання, яке затверджене завідувачем кафедри та календарного графіку його виконання, а також пошук літератури та довідкового матеріалу за темою дослідження.

Керівником кваліфікаційної роботи бакалавра є досвідчений викладач кафедри.

Основні завдання керівника кваліфікаційної роботи:

- направляє та контролює роботу здобувача, рекомендує необхідні матеріали, вказує на помилки;
- готує та видає індивідуальне завдання на випускну роботу, визначає коло питань, які мають представлені у кваліфікаційній роботі;
- консультує та організовує роботу здобувача з усіх питань підготовки кваліфікаційної роботи;
- здійснює загальне керівництво і несе відповідальність за дотримання встановлених нормативних вимог до кваліфікаційних робіт;
- готує відгук на кваліфікаційну роботу з обов'язковою характеристикою доцільності і обґрунтованості прийнятих здобувачем рішень, визначає рівень його підготовки, ерудиції, творчого потенціалу, ступінь самостійності у вирішенні поставлених завдань та дотримання ним графіка виконання роботи;
- рекомендує оцінку за результатами виконання роботи та несе відповідальність за її об'єктивність.

Керівник має бути присутнім на захисті роботи здобувача.

Здобувач допускається до підготовки кваліфікаційної роботи бакалавра в разі, коли він виконав усі вимоги навчального плану та склав передбачені ним заліки та екзамени, виконав та захистив курсові проекти (роботи).

Уся відповідальність за ухвалені рішення, виконані розрахунки, оформлення покладається на здобувача, який є автором кваліфікаційної роботи. Під час виконання кваліфікаційної роботи бакалавра здобувач не має обмежуватися знаннями, які він отримав під час навчання – необхідно додатково використовувати вітчизняну й зарубіжну літературу, періодичні й нормативні видання, систематизувати матеріал, який пов'язаний з темою роботи.

Згідно з встановленим графіком здобувач зобов'язаний своєчасно подавати керівникові проміжні і остаточні результати роботи.

Перевірка на плагіат здійснюється самим автором та науковим керівником на всіх етапах підготовки роботи. У системі запобігання академічного плагіату СНУ ім. В. Даля як критерій оригінальності творів використовується показник рівня оригінальності тексту у відсотках, отриманий за допомогою програмно-технічних засобів перевірки на плагіат і зменшений на відсоток правомірних за-

позичень. Результати перевірки на академічний плагіат оформлюються довідкою від керівника КРБ (*Додаток П*) та затверджуються на засіданні кафедри публічного управління, менеджменту та маркетингу.

НЕ ДОПУСКАЮТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ МАТЕРІАЛИ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА З УНІКАЛЬНІСТЮ НИЖЧЕ 80%.

Кваліфікаційна робота бакалавра вважається виконаною, якщо пояснювальна записка та ілюстративний матеріал до доповіді оформлені відповідно до діючих вимог. Перевірку правильності оформлення роботи здійснює керівник кваліфікаційної роботи бакалавра.

Кваліфікаційна робота бакалавра послідовно підписується:

- здобувачем,
- керівником кваліфікаційної роботи, який одночасно є відповідальним за контроль дотримання стандарту.

Після цього кваліфікаційну роботу бакалавра затверджує завідувач кафедрою.

Завершена кваліфікаційна робота бакалавра з відгуком керівника направляється на рецензування до зовнішнього рецензента, який надає здобувачеві рецензію на кваліфікаційну роботу.

Кваліфікаційна робота бакалавра подається у вигляді спеціально підготовленого рукопису на українській мові, у твердій обкладинці. В умовах воєнного стану кваліфікаційні роботи можуть бути подані до захисту в електронному виді з електронним підписом.

2. ВИБІР ТЕМИ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

Закріплення теми кваліфікаційної роботи бакалавра та призначення наукового керівника відбувається на початку восьмого семестру та затверджується наказом по університету.

Тема кваліфікаційної роботи бакалавра має відображати основну ідею, завдання, положення, які необхідно дослідити. Критерієм вибору теми дослідження є її актуальність щодо сучасних тенденцій розвитку науки і практики в галузі управління та адміністрування.

Назва теми кваліфікаційної роботи бакалавра має бути чіткою, лаконічною та містити однозначне тлумачення.

Теми кваліфікаційних робіт бакалавра формуються відповідно до напрямів науково-дослідної тематики кафедри публічного управління, менеджменту та маркетингу, сучасних досягнень науки у предметній області сфери професійної діяльності.

Рекомендаційний перелік напрямів для формування тем кваліфікаційної роботи бакалавра та приклад сформованих тем (*Додаток А*) розробляється кафедрою з урахуванням специфіки спеціальності 075 «Маркетинг», освітньої програми підготовки бакалаврів спеціальності 075 «Маркетинг», Стандартів і рекомендацій щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти, власного досвіду керівництва кваліфікаційними роботами, наукових досліджень та професійних інтересів професорсько-викладацького складу кафедри, замовлень і рекомендацій виробничих підприємств, науково-дослідних інститутів та ін.

Допускаються випадки вибору теми кваліфікаційної роботи бакалавра поза межами пропонованого списку напрямів та тем кваліфікаційних робіт, які подано у *Додатку А*, за згодою між науковим керівником кваліфікаційної роботи та здобувачем з відповідним обґрунтуванням актуальності й доцільності майбутнього дослідження. *Слід зауважити, що у такому випадку тема має бути сформульована з чітким визначенням предмета та проблеми дослідження.*

Як правило, теми пов'язані з науково-дослідною роботою здобувачів на кафедрі (для здобувачів очної форми навчання) або їхньою професійною діяльністю (для здобувачів заочної форми навчання).

Теми кваліфікаційних робіт бакалавра мають бути актуальними (відповідати сучасному рівню науки й практики управління та адміністрування), спрямованими на вирішення територіальних (місцевих), регіональних або національних потреб та проблем розвитку певних галузей економіки. Назва теми має бути короткою, чітко і конкретно відображати мету та основний зміст роботи і бути ідентичною наказу ректора про закріплення тем і керівників за здобувачами, завданням на кваліфікаційну роботу бакалавра, титульним аркушем пояснювальної записки, документами екзаменаційної комісії та додатками до диплому.

У назві кваліфікаційної роботи бакалавра не дозволяється використовувати скорочення (аббревіатури), крім загальноприйнятих.

3. СТРУКТУРА КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

Після вибору теми здобувачем разом з керівником кваліфікаційної роботи розробляється її структура, визначається інформація, яка необхідна для підготовки роботи, а також складається графік підготовки роботи до захисту.

Початковий варіант структури кваліфікаційної роботи повинен відображати основну ідею роботи та шляхи її реалізації. При складанні структури роботи слід визначити зміст окремих розділів і дати їм назву, продумати зміст кожного розділу та визначити коло питань, які будуть у них розглянуто. Початковий варіант структури роботи повинен бути складений не пізніше одного тижня після затвердження теми.

Структура кваліфікаційної роботи бакалавра є первинно формалізованою. Короткий зміст формалізованої структури кваліфікаційної роботи бакалавра наведений у *Додатку Б*. Зміни у структурі кваліфікаційної роботи бакалавра можуть бути пов'язані з корегуванням напряму роботи, необхідність у якому може виникнути після детального ознайомлення з проблемою, що досліджується, або з тим, що за декількома питаннями, які виділені у самостійні розділи, може не виявитися достатньої кількості матеріалу або, навпаки, можуть з'явитися нові дані, що мають теоретичне та практичне значення. Усі зміни в структурі кваліфікаційної роботи бакалавра мають бути погоджені з керівником. Остаточний варіант структури кваліфікаційної роботи бакалавра затверджується науковим керівником і має представляти собою зміст роботи.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з пояснювальної записки та ілюстративного (роздавального) матеріалу до доповіді. Здобувач має підготувати до засідання екзаменаційної комісії пояснювальну записку, яка містить сукупність

основних положень і результатів, висунутих автором до захисту, що має свідчити про здатність автора вирішувати теоретичні й практичні завдання за темою роботи.

Рекомендований обсяг кваліфікаційної роботи бакалавра – від 50 сторінок основного тексту комп'ютерного набору без урахування списку використаних джерел та додатків. Основні положення доповіді ілюструють 5-8 листів роздавального матеріалу формату А4, які, за бажанням здобувача та керівника кваліфікаційної роботи, можуть доповнюватися електронною презентацією у Power point.

Кваліфікаційна робота бакалавра є навчально-науковим дослідженням, характеризується єдністю внутрішньої структури, розгорнутою і науково-обґрунтованою авторською аргументацією, а також логікою викладу, спрямованою на розкриття мети і завдань дослідження. У кваліфікаційній роботі бакалавра дається послідовний і ґрунтовний виклад отриманих результатів та на цій основі формуються чіткі висновки. Загалом, робота має містити обґрунтування вибору теми дослідження, її актуальність, огляд опублікованої літератури за обраною темою, обґрунтування напрямів розв'язання завдань, виклад отриманих результатів, їх аналіз, висновки, список використаних джерел інформації.

Кваліфікаційна робота бакалавра має показати вміння автора лаконічно та аргументовано викладати матеріал, а її оформлення має відповідати стандартам наукових публікацій. Дипломна робота бакалавра має таку структуру:

ТИТУЛЬНИЙ ЛИСТ (*Додаток В*)

ЛИСТ – ЗАВДАННЯ (*Додаток Г*)

РЕФЕРАТ (*Додаток Д*)

ЗМІСТ (*Додаток Е*)

ВСТУП (2 стор.)

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ (містить два-три підрозділи, обсяг кожного – від 7 стор.)

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1 (1-2 стор.)

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДНИЦЬКО-АНАЛІТИЧНИЙ (містить три підрозділи, обсяг кожного – від 5 стор.)

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2 (1-2 стор.)

РОЗДІЛ 3. ПРОЄКТНО-РЕКОМЕНДАЦІЙНИЙ (може містити декілька взаємопов'язаних (1 або 2) підрозділи, обсяг яких від 7 стор., або бути викладеним без структурування на підрозділи).

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ (1-2 стор.)

ВИСНОВКИ (від 2 стор.)

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ (від 40 джерел)

ДОДАТКИ

Титульний лист та лист пояснювальної записки є першими сторінками кваліфікаційної роботи бакалавра і оформлюються відповідно до вимог стандарту та вимог вищого навчального закладу (*Додаток В*).

Завдання на кваліфікаційну роботу бакалавра містить тему роботи, вхідні данні до роботи, зміст розрахунково-пояснювальної записки, перелік графічного матеріалу, календарний план виконання роботи, за необхідністю, інформацію про консультантів розділів роботи. Завдання затверджується керівником кваліфікаційної роботи бакалавра та завідувачем кафедри публічного управління, менедж-

менту та маркетингу. *Завдання має дві сторінки, які розміщуються на одному листі з двох боків (Додаток Г).*

Реферат містить загальну характеристику кваліфікаційної роботи бакалавра (інформацію щодо обсягу роботи у сторінках, кількості ілюстрацій та таблиць), ключові слова та анотацію (*Додаток Д*).

В *анотації*, обсяг якої складає 600-800 знаків, зазначається основний зміст та результати дослідження. *Ключові слова* (слова специфічної термінології за темою, які найчастіше зустрічаються у кваліфікаційній роботі) наводяться у називному відмінку. Кількість ключових слів до 12. Анотація та ключові слова у кваліфікаційній роботі бакалавра подаються українською мовою.

Зміст кваліфікаційної роботи бакалавра визначається її темою і відображається в плані, що затверджується науковим керівником, розміщується безпосередньо після реферату, починаючи з нової сторінки. Зміст включає: вступ; послідовно перелічені назви усіх розділів і підрозділів; висновки; список використаних джерел; додатки. Приклади «змісту» залежно від варіанту структури третього розділу кваліфікаційної роботи бакалавра подано в *Додатку Е*.

Вступ. У вступі кваліфікаційної роботи бакалавра зазначаються: проблемне питання, що потребує вирішення, ступінь його дослідження; обґрунтовується актуальність обраної теми, мета і завдання; формулюється об'єкт і предмет дослідження; вказуються методи наукових досліджень; висвітлюється практична значущість теми дослідження для підприємств (організацій).

Обсяг вступу, як правило, становить 2 стор.

Актуальність теми подається у вигляді критичного аналізу та напрямів розв'язання проблемного питання, обґрунтування необхідності досліджень для підприємств, організацій та установ.

Мета та завдання роботи мають бути чітко сформульованими та відображати тематику дослідження.

Об'єкт дослідження кваліфікаційної роботи бакалавра – це процес або явище, що створює проблемну ситуацію і обрані для вивчення.

Предметом дослідження кваліфікаційної роботи бакалавра є соціально-економічні закономірності функціонування та розвитку об'єкта, різноманітні його якості, властивості, тощо. Предмет дослідження міститься в межах об'єкта.

Об'єкт і предмет як категорії наукового процесу співвідносяться між собою як загальне і часткове.

Методи досліджень – спосіб набуття достовірних наукових знань, умінь та практичних навичок у різних сферах діяльності.

Приклади методів дослідження: науковий аналіз (при з'ясуванні сутності затрат підприємства); контент-аналіз (для аналізу текстів з метою виявлення понять, суджень, процесів, з наступним статистичним опрацюванням отриманої інформації і зведенням її до узагальнених показників); дескриптивний аналіз (при аналізі функцій управління маркетинговими витратами); метод угруповань (при класифікації функцій управління затратами і методів управління маркетинговими витратами); структурно-логічний аналіз (при дослідженні передумов вибору методів управління маркетинговими витратами підприємства); методи статистичного аналізу (при характеристиці маркетингових витрат підприємств); метод опиту-

вання (при одержанні інформації про масову свідомість, громадську думку, вивчення споживчої поведінки, ставлення споживачів до туристичного продукту чи послуги); метод інтерв'ю (при вивченні обсягів, структур і сегментів ринків, мотивації до споживання тих чи інших видів продукту або послуг, аналізу ефективності реклами); метод спостереження (при вивченні та аналізу таких питань, як уточнення специфіки споживчої поведінки населення, вивчення конкурентів і використовуваних ними форм організації маркетингу і реклами, аналізу специфіки особистих контактів між продавцями і покупцями, дослідження ефективності впливу реклами на потенційних споживачів); метод експертної оцінки (для отримання інформації про екстраполяцію результатів пробного маркетингу на весь майбутній ринок відповідного продукту чи послуги); метод графічного зображення аналітичних даних – круговий профіль (у діагностиці стану маркетингових витрат на виробництво та реалізацію продукції).

Практична значущість повинна містити результати самостійно проведених досліджень, що можуть бути впроваджені в діяльність підприємств, установ, організацій.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ

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

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

Цей розділ є найбільш уразливим до проявів плагіату, які є неприпустимими при написанні кваліфікаційної роботи бакалавра (як і будь-якої іншої наукової роботи). *Нагадаємо, плагіат - це привласнення авторства на чужий твір науки, літератури, мистецтва або на чуже відкриття, винахід чи раціоналізаторську пропозицію, а також використання у своїх працях чужого твору без посилання на автора¹.*

В навчальних закладах плагіат при написанні наукових робіт розглядається як:

- офіційно не підтверджена домовленість між щонайменше двома здобувачами, наслідком якої є виконання однакових, або майже однакових робіт;
- фальсифікація - зміст завдань, наприклад, статистичні показники, були вигадані або невірно вказані як результат власної роботи;

¹ Великий тлумачний словник сучасної української мови. — К.; Ірпінь; ВТФ «Перун», 2005. С. 977.

- реплікація - коли здобувач здає однакову, або майже однакову роботу кілька раз для підняття власного академічного рейтингу.

За даними ресурсу «Turnitin»² плагиатом є:

- видання виконаної іншим автором роботи за свою без внесення в неї жодних змін;

- копіювання значної частини чужої роботи в свою без внесення в запозичене жодних змін;

- копіювання інформації з кількох різних джерел без внесення в неї правок. «маскування плагиату» самостійним написанням перехідних речень між скопійованими частинами;

- внесення незначних правок у скопійований матеріал (переформулювання речень, зміна порядку слів в них тощо);

- повне запозичення текстів з інших джерел, але цілковите їх перефразування;

- видання власної колись вже написаної роботи за нову (переважно стосується здобувачів).

Найочевиднішими є перші типи. Їх найлегше виявити. Натомість перефразування чужої роботи та порушення правил цитування, що також є плагиатом, виявити значно важче. Тому цим часто зловживають.

З метою запобігання та виявлення плагиату, перевірку на плагиат мають проходити всі розділи основної частини кваліфікаційної роботи бакалавра до призначеної дати засідання, про що має бути сформована відповідна довідка.

Роботи, що не пройшли перевірку на плагиат або у яких був знайдений плагиат, не будуть допущені до захисту.

За умови наявності всіх документів, пакет яких має бути наявним у секретаря екзаменаційної комісії за тиждень до захисту, кваліфікаційна робота має бути розміщеною в репозиторії кваліфікаційних робіт в репозиторії університету за 2 дні до дати захисту, а згодом в Національній репозиторії академічних текстів (Пояснення щодо підготовки Пояснювальної записки для розміщення в репозиторії містяться у додаткових Методичних рекомендаціях) до засідання екзаменаційної комісії).

Підрозділ 1.1. Опис поточного стану вирішення проблеми, що породжена об'єктом дослідження (від 7 сторінок).

Об'єкт дослідження – це процес або явище, що породжує проблемну ситуацію, а також вимагає аналізу та вирішення. Об'єкт як поняття категоріального апарату дослідника за своїм методологічним призначенням має охоплювати предмет.

Проблема – це реальне протиріччя, яке виявляється та ідентифікується в об'єкті. Проблема вимагає аналізу та вирішення на основі дослідження його джерел, змісту, характеру і можливих наслідків. Також проблемою слід вважати ситуацію, коли поставлені цілі не досягнуті або існує їхнє значиме відхилення від заданого рівня.

Функціонування сучасних підприємств характеризується безліччю різноманітних проблем, які утворюються в його різноманітних сферах діяльності (марке-

² Джерело: <http://www.osvita.org.ua/articles/68.html>

тинговій, операційній, ресурсного забезпечення, фінансовій, управлінській тощо), і які є результатом постійно виникаючих протиріч: стратегії та тактики управління, умов ринку і можливостей підприємств, кваліфікації персоналу та потреб в інноваціях тощо.

Об'єктом дослідження на конкретному підприємстві виступають окремі функціональні сфери діяльності, процеси організації маркетингової діяльності підприємства. *Предметом дослідження* є теоретичні основи, науково-методичні засади, окремих питань з організації маркетингу на підприємстві.

Назва підрозділу визначається темою кваліфікаційної роботи.

Підрозділ 1.2. Підрозділ 1.2. містить опис сучасного стану предметної області дослідження (*від 7 сторінок*).

Предмет дослідження – все те, що знаходиться в межах об'єкта дослідження в певному аспекті розгляду та виділено з об'єкту у процесі людської пізнавальної діяльності. Об'єкт і предмет дослідження співвідносяться як ціле і його частина.

Цей підрозділ присвячено упорядкуванню предметної області, до якого крім короткої історії питання, необхідно освітити найбільш відомі у вітчизняній і світовій науково-практичній діяльності різні точки зору і підходи до постановки і вирішення проблеми, що цікавить автора, а також сучасний стан положень та понятійно-категоріального апарату в цій області. Також цей підрозділ має включати обґрунтування концепції дослідження, згідно до якої дослідник ставить завдання до наступного етапу по наданню пропозицій.

Так, якщо об'єктом дослідження є напрямки забезпечення ефективної маркетингової діяльності в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства, то предметом дослідження можуть бути:

- планування маркетингової діяльності;
- організація маркетингової діяльності;
- методи дослідження стану маркетингової діяльності на підприємстві;
- програма підприємства у сфері маркетингової діяльності тощо.

Автор має продемонструвати своє розуміння історичної логіки розвитку проблеми і підвести читача до розуміння актуальності, значущості і необхідності саме такої постановки проблеми дослідження та порядку знаходження її вирішення.

Назва підрозділу визначається темою кваліфікаційної роботи.

Висновки до 1-го розділу (1-2 стор.). Завершувати розділ рекомендується резюме, що має містити короткі і чітко сформульовані висновки.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДНИЦЬКО-АНАЛІТИЧНИЙ

У другому дослідницько-аналітичному розділі здобувач, використовуючи фактичний матеріал і зібрану інформацію аналізує та розкриває зміст питань, що підлягають вивченню на прикладі конкретного підприємства, організації. Дослідження проблеми має здійснюватися на основі накопиченого і систематизованого матеріалу, групування та обробки даних, що дозволяє проводити кваліфікований аналіз, обґрунтовувати пропозиції у наступному розділі. Текст кваліфікаційної роботи слід підкріпити реальними документами підприємств (організацій), що наводяться у додатках.

Підрозділ 2.1. «Характеристика підприємства та аналіз показників його господарської діяльності» (від 5 сторінок)

В даному підрозділі надається характеристика підприємства – його назва та господарсько-правовий статус, форма власності, галузева і відомча приналежність, стисла історія створення та розвитку підприємства, характеристика підприємства та загальна оцінка юридичної бази, на основі якої воно створено і функціонує, вироблена продукція (надані послуги, виконувані роботи), обладнання та технології, які застосовуються, віковий склад обладнання, кадровий склад підприємства та його професійно-кваліфікаційний рівень, споживані ресурси та їх постачальники. Рекомендовані елементи загальної характеристики підприємства подано в табл. 1.

Також у цьому підрозділі роботи мають бути представлені результати аналізу господарських процесів підприємства з метою виявлення різноманітних факторів, що впливають на його роботу. Об'єктом проведення аналізу є господарська діяльність підприємства та її результати, які представлені в формах бухгалтерського та управлінського обліку та звітності.

Таблиця 1

Загальна характеристика підприємства (організації, установи)

Предмет аналізу	Питання
Діяльність	Назва підприємства. Вид економічної діяльності (галузь), мета діяльності. Основна продукція (послуги, роботи). Обсяг діяльності. Обсяг та види ресурсів. Масштаб діяльності (місцевий, регіональний, національний, міжнародний). Характеристики складності продукції (робіт, послуг), особливості технологічних процесів.
Історія	Коли та яким чином засновано. Особливості розвитку. Основні події (приватизація, придбання, поглинання, досягнення, кризи та ін.)
Майно	Власність (приватна, державна, кооперативна, колективна). Юридична форма власності (товариство, приватне підприємство, державне підприємство (організація), підприємство за участю іноземного капіталу). Розмір підприємства. Вхід до структури більш великих підприємств або організацій. Основні власники. Центри контролю, роль керівництва. Соціальний та політичний вплив, групи впливу
Місцезнаходження	Адреса, кількість та розміри підрозділів, відстань між підрозділами, способи зв'язку

На основі відповідних статистичних даних, оперативної інформації, даних бухгалтерського і управлінського обліку та фінансової звітності надається характеристика фінансово-економічної та виробничо-господарської діяльності підприємства: аналізується фінансовий результат, отриманий підприємством на протязі досліджуваного періоду (*не менше ніж за три останні роки*), динаміка вартості господарчих активів підприємства та джерел їх формування, зміна власного капіталу, поточних зобов'язань та дебіторської заборгованості підприємства, його фінансовий стан, рівень ліквідності активів підприємства та його платоспроможність, результативність діяльності підприємства (рентабельність і оборотність окремих видів активів та капіталу підприємства). Наводяться результати аналізу найважливіших економічних, технічних, соціальних та інших показників діяльності підприємства у динаміці за ряд останніх звітних періодів. На основі узагальне-

них результатів про загальний стан виробничо-господарської та фінансової сторін діяльності підприємства робляться висновки про її ефективність.

Підрозділ 2.2. *Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування підприємства (від 5 сторінок)*

У даному підрозділі повинні бути приведені результати аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища в якому функціонує об'єкт практики. Наводиться опис та аналіз чинників зовнішнього середовища як прямого (конкуренти, торгові підприємства, державні та місцеві органи влади, спілки та товариства за інтересами, користувачі, постачальники), так і непрямого впливу (політика, право, територіально-географічні умови, інституціональні і організаційно-технічні умови, соціально-культурні чинники, економіка тощо).

Проводиться аналіз впливу чинників внутрішнього середовища на об'єкт практики. До чинників внутрішнього середовища відносять: цілі підприємства, ресурси, горизонтальний та вертикальний розподіл праці, культуру, технологію, організаційну структуру, систему комунікацій та обміну інформацією, персонал. Внутрішнє середовище характеризується також ступенем диференціації та інтеграції трудових процесів, організаційним порядком – тобто сукупністю постійно автоматично діючих зв'язків і норм, у відповідності до яких підлеглі можуть діяти самостійно, не звертаючись кожного разу за вказівками до керівника. Формулюється місія підприємства та формується дерево цілей. Характеризуються основні цілі і завдання економічних служб підприємства, діюча система оплати праці, комунікаційні процеси.

Підрозділ 2.3. *(від 5 сторінок)* містить аналіз всіх елементів комплексу маркетингового впливу на цільову аудиторію підприємства, а також опис відображення об'єкту та предмету дослідження в діяльності підприємства-бази практики.

У цьому підрозділі роботи на основі результатів аналізу маркетингової діяльності підприємства та проведених досліджень теоретичних аспектів за обраною темою дипломної бакалаврської роботи ідентифікується основна проблема дослідження, а також намічаються основні напрями її вирішення на основі аналізу, систематизації та узагальнення досвіду.

Підрозділ містить критичний аналіз отриманих результатів дослідження теоретичних джерел в зіставленні з авторською точкою зору на досліджувані питання.

Назва підрозділу визначається темою кваліфікаційної роботи.

Висновки до 2-го розділу (1-2 стор.). Завершувати розділ рекомендується резюме, що має містити короткі і чітко сформульовані висновки про можливість і доцільність застосування способів вирішення виявленої проблеми – визначаються області і умови найбільш ефективного їхнього використання, а також особливості застосування в практиці маркетингової діяльності.

РОЗДІЛ 3. ПРОЄКТНО-РЕКОМЕНДАЦІЙНИЙ

Третій рекомендаційний розділ включає конкретні обґрунтовані пропозиції щодо вдосконалення управління та підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства (організацій). У цьому розділі розкривають також зміст і результати власних досліджень, які мають практичне значення. Пропозиції мають носити змістовний характер, урахувати специфіку об'єкту дослідження, внут-

рішнє і зовнішнє середовище його функціонування, бути спрямованими на вирішення поточних і перспективних завдань.

Розділ складають два чи один чи два підрозділи, остаточний склад яких визначає керівник роботи. Матеріали третього розділу можуть бути представлені без структурування за підрозділами.

Назва підрозділу визначається темою кваліфікаційної роботи.

Висновки до 3-го розділу (1-2 стор.). Завершувати розділ рекомендується резюме, що має містити короткі і чітко сформульовані висновки.

Висновки. Завершується кваліфікаційна робота бакалавра загальними висновками і пропозиціями автора, які мають бути стислими і підтверджені конкретними фактами. За змістом висновки мають бути пов'язані із структурою роботи і впливати із завдань дослідження, а пропозиції – адресними: що конкретно пропонується і кому саме (керівникам підприємств різних рівнів управління, окремим структурним підрозділам або спеціалістам). Такий підхід дозволить автору посилити практичну значущість та реальний характер кваліфікаційної роботи бакалавра.

4. ПІДБІР ТА ОЗНАЙОМЛЕННЯ З ДЖЕРЕЛАМИ ІНФОРМАЦІЇ ЗА ТЕМОЮ РОБОТИ

Підбір джерел інформації за обраною темою роботи слід починати відразу після визначення теми кваліфікаційної роботи.

Підбір та аналіз джерел інформації для збору початкових відомостей для виконання роботи є одним з важливих етапів підготовки кваліфікаційної роботи. Будь-яка робота не може вважатися науковою, якщо вона не забезпечена довідково-бібліографічним апаратом – списком використаних джерел за темою дослідження та посиланнями на документи, що згадуються в тексті.

Для пошуку необхідної для підготовки роботи інформації слід звертатися до предметних та алфавітних каталогів бібліотек (як у традиційному, так і електронному варіантах), тематичних збірників літератури, що періодично випускаються окремими видавництвами, бібліотеки університету та інших публічних бібліотек, а також використовувати комп'ютерну мережу інтернет.

Знайомитись з джерелами інформації доцільно в наступній послідовності: нормативні акти (закони, підзаконні акти), наукові видання (монографії, періодичні видання), навчально-методичні матеріали (навчальні посібники, підручники), статистичні дані.

При вивченні джерел інформації необхідно дотримуватися таких рекомендацій:

- треба починати з джерел, що розкривають теоретичні аспекти досліджуваного питання – монографій і наукових періодичних видань, після цього використовувати навчально-методичні та інструктивні матеріали;

- детальне вивчення здобувачем джерел інформації полягає в їхньому конспектуванні та систематизації. Характер конспектування визначається можливістю використання даного матеріалу в роботі – виписки, цитати, короткий виклад змісту джерела або характеристика фактичного матеріалу. Систематизацію одержуваної інформації слід проводити за основними розділами кваліфікаційної роботи та графіком її виконання;

- при вивченні джерел інформації не варто прагнути освоїти всю інформацію, яка знаходиться в конкретному джерелі, а слід відбирати тільки ту, яка має безпосереднє відношення до теми роботи. Критерієм оцінки доцільності використання інформації є можливість її практичного використання у кваліфікаційній роботі;

- при аналізі джерел інформації слід ретельно оформляти виписки для полегшення їх подальшого використання;

- слід орієнтуватися на останні дані, що відповідають проблемі, опираючись на самі авторитетні джерела, точно вказувати джерело використаного матеріалу. При відборі фактів з різноманітних джерел потрібно підходити до них критично.

Особливою формою фактичного матеріалу є цитати, які використовуються для відображення думки автора на окремі аспекти проблеми та при зіставленні різних поглядів на її вирішення. Беручи до уваги зміст цитат, треба створити систему переконливих доказів, необхідних для об'єктивної характеристики досліджуваного питання. Цитати можуть використовуватися також для підтвердження окремих положень роботи. Необхідно точно відображати текст, що цитується, тому що скорочення може спотворити авторський задумок. У всіх випадках число використовуваних цитат повинне бути оптимальним, тобто визначатися потребами розробки теми – цитатами не слід зловживати, тому що їхній надлишок свідчить про слабкість власної позиції автора.

5. ЗБІР ФАКТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ ЗА ТЕМОЮ РОБОТИ

Збір фактичного матеріалу – один з найбільш відповідальних етапів підготовки кваліфікаційної роботи бакалавра, який проводиться в період проходження переддипломної практики. Від того, наскільки правильно й повно зібраний фактичний матеріал, багато в чому залежать об'єктивність і обґрунтованість пропозицій автора щодо вирішення виявленої проблеми. Тому, перш ніж приступити до збору матеріалу, здобувачеві разом з керівником роботи необхідно визначити, який фактичний матеріал потрібний для підготовки кваліфікаційної роботи й скласти спеціальний план його збору в період проходження практики.

У період переддипломної практики здобувач має зібрати статистичний матеріал, зробити необхідні виписки із внутрішніх (звітів, внутрішніх нормативних та регламентуючих документів, інструкцій та ін.) та зовнішніх (методичні вказівки, нормативні документи та постанови, що регламентують роботу підприємства в окремих функціональних сферах діяльності) джерел інформації підприємства або відповідного відділу. Для збору фактичної інформації про діяльність підприємства як об'єкту переддипломної практики рекомендується використовувати інформацію із офіційних джерел, які можливо отримати через комп'ютерну мережу інтернет (наприклад, офіційний сайт підприємства, сайт Державної служби статистики України <http://www.ukrstat.gov.ua/>, сайт Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України <https://smida.gov.ua> тощо).

Здобувач повинен узагальнити зібраний матеріал, визначити його достовірність і достатність для підготовки кваліфікаційної роботи. Після вивчення та систематизації джерел інформації й зібраного та обробленого фактичного матеріалу можливі деякі зміни в початковому варіанті структури кваліфікаційної роботи бакалавра.

6. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

Вимоги до оформлення основного тексту та використаних джерел. Оформлення кваліфікаційної роботи бакалавра має відповідати загальним вимогам до наукових робіт згідно з державним стандартом ДСТУ 3008-95 «Документація. Звіти, у сфері науки та техніки. Структура і правила оформлення».

Текст кваліфікаційної роботи бакалавра набирають на комп'ютері згідно рекомендаціям до оформлення кваліфікаційної роботи наданим в табл. 2.

Таблиця 2

Рекомендації до оформлення кваліфікаційної роботи

<i>Вимоги</i>	
Поля сторінки	Верхнє 2 см, нижня 2 см, праве 1,4 см, ліве 2,8 см.
Шрифт текстового редактора	Word Times New Roman, шрифт друку має бути чітким, щільність тексту – однаковою
Міжрядкові інтервали	1,5 (29-30 рядків на сторінці)
Розмір кегля	14 мм
Шрифт таблиць	Times New Roman, розмір 12
Шрифт назв рисунків та таблиць	Times New Roman, розмір 14
Абзац	1,25
Вирівнювання тексту	по ширині, переноси «автоматично»
Текст основної частини	поділяють на розділи та підрозділи. Кожний розділ починають з нової сторінки.
Назви розділів	Великі літери, напівжирний шрифт «ЗМІСТ», «ВСТУП», «РОЗДІЛ», «ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ», «ДОДАТКИ» друкують великими літерами симетрично до тексту по центру сторінки (без крапки)
Назви підрозділів	Підрозділи нумерують у межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, з крапками. Наприклад: «2.3.», за якою у тому ж рядку зазначають заголовок підрозділу. Заголовки підрозділів друкують маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу(без крапки).
нумерація сторінок	Нумерація сторінок має бути наскрізною (включаючи ілюстрації) і проставлятися у правому верхньому куті аркуша без крапки
нумерація формул, рисунків, таблиць	В межах розділу, наприклад: Розділ 1, Рисунок 1.1, 1.2, 1.3; Розділ 2, Таблиця 2.1, 2.2, 2.3 і т.д
Посилання на джерело	У квадратних дужках зазначається номер джерела згідно списку використаних джерел, через кому зазначається сторінка, наприклад: [12, с. 2]; якщо декілька використаних джерел: [12; 15; 21] або [14-17].
Примітки до таблиць і рисунків	Шрифт Times New Roman, розмір 10
Список використаних джерел	Нумерований список – бібліографічний опис в алфавітному порядку або у порядку згадування джерела в тексті; шрифт Times New Roman, розмір 14, активні URL, для електронних ресурсів зазначається дата звернення.
Додатки	Позначати послідовно великими літерами української абетки, за винятком літер Г', Є, І, Ї, Й, О, Ч, Ь. Наприклад, Додаток А, Додаток Б.
Таблиці й рисунки додатків	Позначати відповідно до додатку у такий спосіб: у Додатку А - Таблиця А.1, Таблиця А.2; у Додатку Б - Таблиця Б.1, Таблиця Б.2; у Додатку Д: Рисунок Д.1, Рисунок Д.2.
Паперовий варіант роботи	друкують за допомогою принтера на одному боці аркуша формату А4 (210x297 мм)

Зміст має відповідати плану роботи. На сторінці зі змістом *Зміст* має відповідати плану роботи. На сторінці зі змістом навпроти кожної складової кваліфікаційної роботи бакалавра проставляються номери сторінок, які вказують на початок викладення матеріалу.

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

Нумерація сторінок кваліфікаційної роботи бакалавра 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, аркушах завдання та аркуші змісту номер сторінки не ставиться. **Нумерація сторінок проставляється, починаючи зі «ВСТУПУ»**.

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

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

Підрозділи нумерують у межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, між якими ставлять крапку. Наприкінці номера підрозділу 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 заголовка крапки не ставлять.

Наприклад:

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність, принципи та інструменти маркетингової діяльності підприємства

Текст п.п. 1.1.

Кожен пункт має закінчуватися анотованими висновками, які можуть розпочинатися словами «Таким чином,.....», «А отже,.....», «На основі зазначеного можна зробити висновок, що.....» та ін.

Оформлення посилань на інформаційні джерела. Під час роботи з різними джерелами науковий етикет вимагає точно відтворювати цитований текст, 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, [22, с. 45]).

Наприкінці кваліфікаційної роботи бакалавра 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 національних стандартів ДСТУ ГОСТ 7.1:2006 та ДСТУ ГОСТ 7.80:2007 «Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис» та ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання (*Додаток Ж*).

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

Ілюстрації позначають словом «Рис.» 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, Рис. 1.2. - другий рисунок першого розділу. Номер, назва ілюстрації та пояснювальні підписи розміщують послідовно під ілюстрацією, відокремлених крапкою (*Додаток З*).

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 розміщувати у додатках.

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 скорочено, наприклад «... у 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 звичайним шрифтом малими літерами (крім першої великої) і розміщують над таблицею. Назва має бути стислою і відбивати зміст таблиці. Слово «Таблиця» у повному варіанті пишеться лише при назві таблиці, при посиланні та таблицю за текстом пишеться «табл. 2.2». При переносі таблиці на другу сторінку, вказується «Продовження табл. 2.1» та переноситься заголовний рядок (*Додаток И*).

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 (*Додаток К*).

Додатки оформлюються як продовження кваліфікаційної роботи бакалавра

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

З правого боку рядка малими літерами з першої великої друкується слово «Додаток » (але без знаку №) і велика літера, що позначає додаток.

Наприклад: «Додаток Б». Додатки позначаються великими літерами української абетки, за винятком **Г, Є, І, І, Й, О, Ч, Ь**. Наприклад, Додаток А. Додаток повинен мати заголовок, надрукований угорі малими літерами з першої великої симетрично відносно тексту сторінки.

Текст кожного додатка, може бути поділений на розділи й підрозділи, які нумерують у межах кожного додатка. Якщо зміст додатка не вміщується на одну сторінку, то на наступній сторінці у верхньому правому куті зазначається «Продовження додатку...».

Розширений опис вимог до оформлення кваліфікаційної роботи бакалавра міститься у відповідних методичних рекомендаціях кафедри до оформлення дипломних робіт.

7. ПІДГОТОВКА ДО ЗАХИСТУ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

До публічного захисту кваліфікаційної роботи бакалавра допускаються здобувачі, які повністю виконали всі вимоги навчального плану та отримали позитивний відгук наукового керівника (*Додаток Л*) та позитивну рецензію (*Додаток М*) та довідка рішення про допуск кваліфікаційної роботи бакалавра до захисту за результатами перевірки її тексту на плагіат, яка засвідчує відсоток оригінальності (вимога кафедри ПУММ - 80% оригінальності тексту) в роботі (*Додаток П*).

Керівник надає відгук про кваліфікаційну роботу бакалавра (*Додаток Л*), в якому визначаються: актуальність дослідження; ефективність використаної методології; рівень застосування здобутих у процесі навчання теоретичних знань та підготовки до виконання наукових досліджень; вміння самостійно вирішувати наукові та практичні задачі; вміння логічно, послідовно, аргументовано викладати матеріал і робити висновки; перспективність запропонованих рекомендацій та висновків; недоліки роботи (за наявності). У відгуку керівник рекомендує або не рекомендує дипломну роботу бакалавра до захисту. У разі наявності позитивного відгуку наукового керівника робота передається на рецензування рецензенту, визначеному кафедрою та погоджену деканом факультету. До рецензування дипломних робіт можуть залучатись викладачі профільюючої кафедри, інших кафедр університету, керівники та фахівці ведучих підприємств і організацій.

Рецензент має визначити позитивні аспекти роботи, зокрема: глибину та самостійність дослідження, опанування спеціальної літератури, використання матеріалів практики, наявність висновків та пропозицій теоретичного та практичного характеру, наявність апробацій результатів дослідження тощо.

Недоліки, виявлені рецензентом при вивченні кваліфікаційної роботи, за своїм характером та змістом можуть розглядатись як:

- недоліки теоретичного характеру – неповнота чи поверховість розгляду окремих питань, компілятивний характер кваліфікаційної роботи, суперечливість позицій автора, невірна оцінка існуючих теоретичних положень, відсутність власних висновків та пропозицій тощо;

- недоліки спеціально характеру – поверхневий розгляд здобувачем проблем дослідженого підприємства та причин, які призвели до їх появи, незнання основних положень менеджменту, недостатнє орієнтування у тенденціях сучасної прак-

тики управління, недостатнє володіння науково-практичним методами вирішення завдань сучасних підприємств тощо;

- недоліки технічного характеру – неповне чи неточне наведення у кваліфікаційній роботі назв та окремих положень нормативних актів, помилки при проведенні розрахунково-аналітичних процедур та викладенні матеріалу тощо;

- недоліки редакційного характеру – стилістичні помилки при викладі матеріалу, невірні чи неточні посилання на літературні джерела, орфографічні та пунктуаційні помилки.

Крім зазначених, можуть мати місце й інші недоліки – порушення загальних вимог щодо кваліфікаційної роботи: перевищення обсягу, відсутність обов'язкових складових змісту, недоліки в зовнішньому оформленні кваліфікаційної роботи, невиправдані запозичення з літератури тощо.

Подана до захисту кваліфікаційна робота бакалавра повинна мати на титульній сторінці ППП та підписи здобувача, наукового керівника, завідуючого кафедрою та ППП рецензента. Додатково (на окремому бланку) має бути надана рецензія рецензента (*Додаток М*).

8. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ ЗАХИСТУ КВАЛІФІКАЦІЙНИХ РОБІТ БАКАЛАВРА

Порядок захисту кваліфікаційних робіт бакалавра визначається Положенням про екзаменаційну комісію вищих навчальних закладів.

Захист кваліфікаційної роботи бакалавра відбувається прилюдно на засіданні екзаменаційної комісії, склад якої затверджується у встановленому порядку. Здобувач готує для виступу доповідь та ілюстративний матеріал до неї. Під час прилюдного захисту здобувач доповідає і демонструє основні положення результатів дослідження, відповідає на запитання членів державної екзаменаційної комісії та інших присутніх на захисті фахівців.

Вимоги до ілюстративного матеріалу:

Ілюстративний матеріал на захист надається у паперовому вигляді та, за бажанням, у вигляді комп'ютерної презентації у середовищі Microsoft PowerPoint. Кількість роздавального матеріалу – 5-8 листів формату А4. Кожний лист роздавального матеріалу містить визначені здобувачем та керівником візуальні об'єкти: текст, табличний матеріал, діаграми, рисунки та схеми. Роздавальний матеріал підшивається у папки (5 папок), кожна з яких розпочинається із титульної сторінки (*Додаток Н*). Зверху по центру кожного листа має міститися надпис з нумерацією цього листа, наприклад «ЛІСТ 1». Презентація Microsoft PowerPoint відповідає паперовому варіанту роздавального матеріалу.

Захист кваліфікаційної роботи бакалавра проводиться строго за заздалегідь розробленим графіком на відкритому засіданні екзаменаційної комісії у такому порядку:

- доповідь здобувача, у якій повинен бути представлений короткий виклад проблеми, яка позначена темою кваліфікаційної роботи бакалавра, принципові теоретичні та практичні підходи та прийоми її вирішення, а також пропозиції автора щодо вдосконалення або розробці методів вирішення конкретних проблемних питань об'єкта дослідження (до 10 хвилин, **3-3,5 листа 14 шрифт, 1,5 інтервал**). *Приклад початку доповіді: «Шановний голово та члени державної комісії до вашої уваги надається дипломна робота бакалавра на тему «Удосконалення управління логістичними витратами промислового підприємства». Об'єктом кваліфікаційної роботи бакалавра виступають логістичні витрати підприємства. Пре-*

дметом роботи є управління логістичними витратами підприємства. Метою роботи є обґрунтування теоретичних та методичних рекомендацій щодо удосконалення управління логістичними витратами підприємства». Далі йде актуальність теми ДР та розкриття її змісту. У кінці доповіді вказується «Доповідь закінчено. Дякую за увагу.»

- відповіді на запитання членів екзаменаційної комісії і присутніх (питання можуть стосуватися не тільки теми роботи, але й змісту дисциплін, які вивчалися здобувачем) та обговорення, ціль яких – визначити ступень оволодіння теоретичними знаннями й практичним досвідом, які отримані здобувачем у період його навчання в університеті, його здатності до дослідницької роботи, глибини розуміння виявленої проблеми та здатності вирішення найбільш актуальних завдань кваліфікаційної роботи (15-20 хвилин);

- відгук керівника й рецензія;
- відповіді на зауваження, представлені у відгуку та рецензії;
- заключне слово керівника (при бажанні).

Захист проходить українською мовою. У випадку захисту кваліфікаційної роботи бакалавра іноземною мовою здобувач має погодити це питання на своїй кафедрі й кафедрі іноземних мов. Для цього необхідно подати відповідну заяву в деканат факультету.

На закритому засіданні екзаменаційна комісія оцінює кожну дипломну роботу у відповідності з такими критеріями:

- актуальність теми;
- чіткість і конкретність постановки цілі та завдань;
- наявність концепції в аналітичній частині роботи;
- наявність елементів наукового дослідження;
- рівень якості дослідної частини роботи;
- використаний науково-методичний апарат – методи, методики, моделі, системи показників та оцінок тощо;
- представлені в роботі розробки та застосування управлінських інструментів;
- практичне значення для національної економіки, галузі, регіону, окремого підприємства або організації;
- рівень економічного обґрунтування запропонованих заходів щодо вирішення проблемних завдань;
- наявність обґрунтованості висновків, пропозицій та рекомендацій;
- самостійність і оригінальність постановки проблемних питань, суджень, оцінок, висновків;
- стиль й мова викладу – ясність, образність, лаконічність, логічність, послідовність, дотримання граматичних, орфографічних норм і вимог;
- якість ілюстративного матеріалу до доповіді та оформлення кваліфікаційної роботи.

Кваліфікаційна робота бакалавра, в якій розкрито тему, прореферовано необхідні літературні джерела, проаналізовано відповідні інформаційні та статистичні бази даних, проведено дослідження, сформульовано висновки без необхідного їх обґрунтування допускається до захисту, але не може бути оцінена вище ніж «задовільно».

Робота, в якій зроблено власне оцінювання використаних літературних джерел, самостійно проаналізовано підібраний матеріал, звітні дані підприємства (організації, установи), на базі якого досліджувалася тема, проведено комплексні дослідження, зроблено висновки та сформульовано пропозиції, але вони не є доста-

тньо аргументованими, може бути оцінена на «добре».

Робота, в якій зроблено власне оцінювання різних літературних джерел, використано сучасні методи дослідження, побудовано формалізовану модель проблеми, проведено комплексні наукові дослідження, розрахунки і на їх основі - аргументовано висновки та обґрунтовано пропозиції, а результати наукового дослідження опубліковано у наукових виданнях та/або матеріалах наукових конференцій, може бути оцінена на «відмінно».

Результати захисту дипломних робіт бакалавра оцінюються з використанням Європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС) (за шкалою «А», «В», «С», «D», «Е», «FX», «F»); національної системи («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»); власної системи ВНЗ (наприклад, за 100-баловою шкалою); комплексної системи оцінювання.

За результатами публічного захисту кваліфікаційної роботи бакалавра на закритому засіданні Екзаменаційної комісії більшістю голосів приймає рішення щодо оцінки захисту і роботи (враховуючи відгук керівника, зовнішнього рецензента, зміст доповіді, відповіді на запитання).

При отриманні здобувачем позитивної оцінки за результатами захисту кваліфікаційної роботи, Екзаменаційна комісія присвоює йому ступінь освіти «бакалавр» за спеціальністю 075 «Маркетинг». Здобувачі освіти, які отримали незадовільну оцінку, відраховуються з університету та мають право на повторний захист протягом трьох років. Екзаменаційна комісія має визначити, чи може здобувач представити на повторний захист ту ж кваліфікаційну роботу в доробленому вигляді або необхідна зміна теми роботи.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. ДСТУ 3008-95 Документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура і правила оформлення. Київ. УкрНДНЦ. 2016, 31 с.
2. ДСТУ 8302:2015. БІБЛІОГРАФІЧНЕ ПОСИЛАННЯ. Загальні положення та правила складання / Нац. стандарт України. Вид. офіц. [Уведено вперше; чинний від 2016-07-01]. Київ: ДП «УкрНДНЦ», 2016. 17 с. (Інформація та документація). З внесеними поправками.
3. Положення про вимоги до кваліфікаційних робіт у Східноукраїнському Національному Університеті імені Володимира Даля.
4. Положення про запобігання та виявлення академічної недоброчесності Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля, затв. Вченою радою СНУ ім. В. Даля (протокол №4 від 26.11.2021 р.), введене в дію наказом № 340/19 від 30.11.2021 р. / СНУ ім. В. Даля. URL: https://deps.snu.edu.ua/media/filer_public/00/4c/004c6e3d-4123-4389-9d6a-16eebbb5adb6c/polozhennia_pro_zapobigannia_ta_viiavlennia_akademichnogo_plagiatu.pdf (дата звернення: 25.12.2024).
5. Методичні рекомендації до підготовки і захисту кваліфікаційної роботи бакалавра (для здобувачів денної та заочної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг») / Укл. І.М. Сафронська, О.О. Хандій, Є.А. Івченко/ Київ: Видавництво Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля, 2023. 41 с.

ПРИКЛАД ТЕМ ДИПЛОМНИХ РОБІТ
за спеціальністю 075 «Маркетинг»

1. Удосконалення товарно-інноваційної політики підприємства.
2. Аналіз життєвого циклу товарів підприємства на ринку.
3. Удосконалення асортименту продукції підприємства на підставі інновацій.
4. Дослідження упаковки товару як елементу маркетингової товарної політики підприємства.
5. Підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства на підставі впровадження інновацій.
6. Управління якістю продукції підприємства у системі маркетингу.
7. Удосконалення маркетингової цінової політики підприємства.
8. Розробка цінової стратегії підприємства на ринку.
9. Удосконалення маркетингової політики розподілу підприємства на підставі впровадження інноваційних підходів.
10. Оцінка каналів розподілу продукції підприємства на ринку.
11. Удосконалення системи управління логістичними процесами на підприємстві.
12. Розробка стратегії розподілу продукції підприємства на ринку.
13. Формування системи фірмової торгівлі підприємства.
14. Удосконалення маркетингової комунікаційної політики підприємства.
15. Формування фірмового стилю як складової корпоративного іміджу підприємства.
16. Дослідження системи формування комунікаційної політики підприємства на підставі реалізації концепції маркетингу стосунків.
17. Розробка маркетингової комунікаційної стратегії підприємства.
18. Формування цільового ринку підприємства.
19. Позиціонування продукції підприємства на ринку.
20. Формування ефективної іміджевої політики підприємства.
21. Дослідження та оцінка основних факторів поведінки споживачів при здійсненні купівлі товару.
22. Формування маркетингових стратегій розвитку підприємства на основі SWOT-аналізу.
23. Удосконалення маркетингової діяльності підприємства сфери послуг.
24. Розробка шляхів удосконалення маркетингової діяльності промислового підприємства.
25. Удосконалення системи управління маркетинговою діяльністю на підприємстві.
26. Розробка стратегії розвитку підприємства за результатами маркетингового аудиту.
27. Удосконалення системи контролю маркетингової діяльності підприємства.

28. Розробка шляхів ефективної організації маркетингу на підприємстві.
29. Організація комплексу маркетингових комунікацій у ринковій взаємодії.
30. Маркетингова товарна стратегія підприємства та ефективність її реалізації.
31. Маркетингове управління асортиментною політикою підприємства.
32. Маркетингове тактичне планування.
33. Маркетингові дослідження брендів.
34. Особистий продаж в системі маркетингових комунікацій.
35. Формування іміджу підприємства як фактор посилення конкурентних переваг.
36. Сучасна парадигма маркетингу промислових підприємств.
37. Розробка та впровадження систем обслуговування споживачів у маркетинговій діяльності підприємства.
38. Застосування особистих маркетингових комунікацій у збутовій діяльності підприємств-товаровиробників.
39. Розробка рекламних кампаній на основі дослідження мотивацій споживачів.
40. Формування системи маркетингу просування бренду територіальної громади.
41. Система маркетингу підприємства в умовах інтернет-ринку
42. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: маркетинговий аспект
43. Соціальний маркетинг і соціальна відповідальність бізнесу: взаємозв'язки й результати
44. Рекламна стратегія підприємства у мережі інтернет.
45. Маркетингові підходи при формуванні конкурентоспроможності регіону.
46. Дослідження ринку товарів промислового призначення в Україні.
47. Дослідження ринку маркетингових послуг в Україні.
48. Бенчмаркінг у системі управління маркетинговою діяльністю підприємства.
49. Сегментування товарного ринку в маркетинговій діяльності підприємства.
50. Управління програмами лояльності споживачів.
51. Стратегічне планування маркетингової діяльності підприємств в умовах інформатизації суспільства.
52. Стратегічне планування маркетингової діяльності промислових підприємств.
53. Маркетингове стратегічне та оперативне планування у закупівельній діяльності підприємства
54. Планування інноваційної маркетингової діяльності підприємства.
55. Планування маркетингової діяльності підприємства в Інтернет-середовищі.
56. Позиціонування вітчизняних брендів і товарів на міжнародних ринках.
57. Управління процесом просування торгової марки на зовнішніх ринках.

58. Івент-маркетинг в системі комунікаційної діяльності підприємства.
59. Управління запасами готової продукції підприємства.
60. Організація та управління маркетинговою діяльністю на підприємств в сучасних умовах.
61. Контроль та аналіз маркетингової діяльності підприємства.
62. Маркетингове просування товарів та послуг у соціальних мережах (SMM).
63. Пошукова оптимізація (SEO) в Інтернет-маркетингу підприємства.
64. Брендинг у маркетинговій діяльності підприємства.
65. Бренд і брендинг у комунікаційній діяльності підприємства.
66. Вплив бренда на споживчу поведінку і на формування партнерських відносин.
67. Стратегія створення і розвитку бренда.
68. Організація та управління маркетинговою діяльністю на підприємства в сучасних умовах.
69. Контроль та аналіз маркетингової діяльності підприємства.
70. Логістичні системи і процеси та маркетинг.
71. Маркетингове управління розвитком підприємства.
72. Маркетинг на підприємствах з іноземними інвестиціями.
73. Маркетингові інструменти активізації конкурентних переваг регіону.
74. Тема за пропозицією здобувача.

СТРУКТУРА КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

ВСТУП (2 стор.).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ

основних положень теорії щодо вибраної теми кваліфікаційної роботи бакалавра, пов'язаної із підприємством-базою практики.

1.1. Опис об'єкту дослідження, під яким розуміється процес або явище, що створює проблемну ситуацію, яка вимагає аналізу і вирішення (від 7 стор.).

1.2. Опис предмету дослідження, тобто того, що відноситься до об'єкту дослідження в певному аспекті розгляду (від 7 стор.).

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1 (1-2 стор.).

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДНИЦЬКО-АНАЛІТИЧНИЙ

2.1. Характеристика «підприємства (зазначається назва підприємства)» та аналіз показників його господарської діяльності (від 5 сторінок).

2.2. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування підприємства (зазначається назва підприємства) (від 5 сторінок).

2.3. Підрозділ 2.3. (від 5 сторінок) містить опис відображення об'єкту та предмету дослідження в діяльності підприємства-базису практики, а також основні шляхи вирішення попередньо сформульованої проблеми. Назва підрозділу визначається темою кваліфікаційної роботи.

ВИСНОВКИ РОЗДІЛУ 2 (1-2 стор.).

РОЗДІЛ 3. ПРОЄКТНО-РЕКОМЕНДАЦІЙНИЙ

Розділ може містити декілька взаємопов'язаних (1 або 2) підрозділи, обсяг яких від 7 стор., або бути викладеним без структурування на підрозділи. У цьому розділі поступово розкривається зміст і результати власних досліджень та надаються обґрунтовані пропозиції щодо вдосконалення управління та підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства (організацій). Пропозиції мають носити змістовний та практичний характер, урахувати специфіку об'єкту дослідження, внутрішнє і зовнішнє середовище його функціонування, бути спрямованими на вирішення поточних і перспективних завдань.

Назва підрозділу визначається темою кваліфікаційної роботи.

ВИСНОВКИ РОЗДІЛУ 3 (1-2 стор.).

ВИСНОВКИ (від 2 стор.)

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

Загальний обсяг роботи – від 50 стор.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І УПРАВЛІННЯ
КАФЕДРА ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ, МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

бакалавра

(освітньо-кваліфікаційний рівень)

на тему: Удосконалення маркетингової діяльності в забезпеченні конкуренто-спроможності ТОВ «Україна»

здобувач (ка) 4 курсу групи МАР-21дм

спеціальність: 075 Маркетинг

освітньо-професійна програма: Маркетинг

Середенко П.В.

(ПІБ здобувача)

(підпис)

Керівник доц., к.е.н. Чорна О. Ю.

(вчене звання, науковий ступінь, ПІБ)

(підпис)

СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМ. В.ДАЛЯ

(повне найменування вищого навчального закладу)

Інститут, факультет, відділення факультет економіки і управлінняКафедра публічного управління, менеджменту та маркетингуОсвітньо-кваліфікаційний рівень бакалаврНапрямок підготовки (спеціальність) 075 Маркетинг

(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри публічного
управління, менеджменту та маркетингуд.е.н., проф. Хандій О.О.« 26 » березня 2025 рокуЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧАСереденко Поліни Василівни

(прізвище, ім'я по батькові)

1. Тема роботи Удосконалення маркетингової діяльності в забезпеченні конкурентоспроможності ТОВ «Україна»керівник роботи Чорна Ольга Юріївна, к.е.н., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від «__»__ 2025 р. № _____

2. Строк подання здобувачем роботи 16 червня 2025 року3. Вихідні дані до роботи наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених у сфері удосконалення маркетингової діяльності в забезпеченні конкурентоспроможності; дані звіту з переддипломної практики за матеріалами діяльності ТОВ «Україна»4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)Дослідження питань щодо маркетингової діяльності в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства; дослідження маркетингової діяльності в забезпеченні конкурентоспроможності ТОВ «УКРАЇНА»; пропозиції щодо удосконалення маркетингової діяльності в забезпеченні конкурентоспроможності ТОВ «УКРАЇНА»

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

Динаміка показників фінансово-господарської діяльності ТОВ «УКРАЇНА» за період 2021-2023 рр.; Динаміка показників чистого доходу та собівартості реалізованої продукції ТОВ «УКРАЇНА» за період 2021-2023 рр.; Динаміка показника прибутку ТОВ «УКРАЇНА» за період 2021-2023 рр.; Показники фінансової ліквідності ТОВ «УКРАЇНА»; Показники фінансовою стійкості, рентної та ділової активності ТОВ «Богодухівський молзавод»; Показники ефективності функціонування маркетингової підсистеми ТОВ «УКРАЇНА»; SWOT-аналіз ТОВ «УКРАЇНА»; Запропонована організаційна структура маркетингової діяльності ТОВ «Богодухівський молзавод»; Розподіл функцій працівників служби маркетингу і збуту; Основні інструменти та засоби Digital-маркетингу.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Затвердження та надання теми роботи	квітень 2025 р.	
2	Обґрунтування актуальності теми роботи	квітень 2025 р.	
3	Робота з бібліографічними джерелами, підготовка матеріалів для написання першого розділу роботи	квітень 2025 р.	
4	Надання матеріалів по першому розділу роботи	квітень 2025 р.	
5	Збір інформації для написання другого розділу роботи	травень 2025 р.	
6	Надання матеріалів по другому розділу роботи	травень 2025 р.	
7	Підготовка матеріалів та написання третього розділу роботи	травень 2025 р.	
8	Надання матеріалів по третьому розділу роботи	травень 2025 р.	
9	Написання висновків, заключне оформлення роботи та демонстраційних матеріалів	червень 2025 р.	
10	Підготовка доповіді до захисту роботи	червень 2025 р.	

Здобувач

_____ (підпис)

_____ (прізвище та ініціали)

Керівник роботи

_____ (підпис)

_____ (прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Текст стор. _____, табл. _____, рис. _____.

Маркетингова діяльність, конкурентоспроможність підприємства, маркетинг, маркетинговий розвиток підприємства, удосконалення маркетингової діяльності, шляхи економічного обґрунтування запропонованих заходів, реклама.

У кваліфікаційній роботі бакалавра проведено дослідження теоретичних основ щодо сутності поняття «маркетингова діяльність» принципів та інструментів маркетингової діяльності підприємства. У результаті аналітичного дослідження у роботі надана характеристика ТОВ «УКРАЇНА», проведено аналіз стану зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування підприємства, проведено аналіз маркетингової діяльності підприємства. У ході роботи здійснена всебічна оцінка конкурентоспроможності підприємства на ринку; виявлені проблемні питання за напрямом дослідження кваліфікаційної роботи бакалавра; вироблено пропозиції щодо вдосконалення маркетингової діяльності в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства

ПРИКЛАД ЗМІСТУ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА
на тему: «УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЗАБЕЗПЕ-
ЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «УКРАЇНА»

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ПИТАНЬ ЩОДО МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯ-
ЛЬНОСТІ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДП-
РИЄМСТВА

1.1. Сутність, принципи та інструменти маркетингової діяльності підприємства

1.2. Методичні підходи до оцінювання маркетингової діяльності та конкурентоспроможності підприємства

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Розділ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЗАБЕЗ-
ПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «УКРАЇНА»

2.1. Характеристика та аналіз показників діяльності ТОВ«УКРАЇНА»

2.2. Аналіз маркетингової діяльності підприємства

2.3. Оцінка конкурентоспроможності підприємства на ринку

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГО-
ВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ТОВ «УКРАЇНА»

3.1. Вибір напрямів удосконалення маркетингової діяльності підприємства

3.2. Заходи щодо вдосконалення маркетингової діяльності в забезпе-
ченні конкурентоспроможності підприємства

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ СПИСКУ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Список використаних джерел розміщується після загальних висновків до роботи. Список використаних джерел містить **за абеткою** перелік використаних у кваліфікаційній роботі інформаційних джерел: навчальних посібників, підручників, статей, монографій, тезисів конференцій, адрес Інтернету.

Список використаних джерел в кваліфікаційній роботі має складати не менше **45 джерел**.

При написанні кваліфікаційної роботи здобувач має давати посилання на джерела. **Якщо використовуються конкретні дані** – значення показників, факти, твердження, ідеї, розробки, або приводяться цитати, в посиланні необхідно точно зазначити **номера сторінок**, ілюстрацій, таблиць, формул із джерела, на які є посилання.

Посилання в тексті роботи на джерела необхідно відзначати порядковим номером по переліку посилань, виділеним двома квадратними дужками, наприклад, «... у трудах [1-7]...» або «... цей показник становить 3,6% [15, с. 134].

Приклад:

Цитата в тексті: «... незважаючи на пріоритетне значення мовних каналів зв'язку між діловими партнерами, ні в якому разі не можна ігнорувати найбільші канали передачі інформації» [6, с. 31].

Не допускаються: виділення жирним шрифтом, курсивом, підкреслення.

ПРИКЛАД ОФОРМЛЕННЯ

з урахуванням ДСТУ 8302:2015, наказу МОН № 40 від 12.01.2017 р.
та міжнародного стилю АРА

Один автор

1. Битяк Ю. П. Державна служба в Україні: організаційно-правові засади: монографія. Харків: Право, 2005. 304 с.
2. Грошевий Ю. М. Вибрані праці / упоряд.: О. В. Капліна, В. І. Маринів. Харків: Право, 2011. 656 с.
3. Johnson L. K. Bombs, bugs, drugs and thugs: intelligence and America's quest for security. New York; London: New York University Press, 2000. 326 p.

Два автори

4. Васильєв С. В., Ніколенко Л. М. Доказування та докази у господарському процесі України: монографія. Харків: Еспада, 2004. 192 с.

Три автори

5. Комаров В. В., Світлична Г. О., Удальцова І. В. Окреме провадження: монографія / за ред. В. В. Комарова. Харків: Право, 2011. 312 с.

Чотири і більше авторів

6. Григоренко Є. І., Григоренко Я. О., Козлов В. І. та ін. Колективні політичні права і свободи людини та громадянина в Україні: проблеми теорії та практики: монографія / Харків. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. Харків, 2013. 352 с.

Без автора

7. Конституція України: наук.-практ. комент. / редкол.: В. Я. Тацій (голова) та ін. 2-е вид., переробл. і допов. Харків: Право, 2012. 1128 с.
8. Протидія терористичній діяльності: міжнародний досвід і його актуальність для України: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (30 верес. 2016 р., Київ). Київ, 2016. 432 с.

Багатотомні видання

9. 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 / за заг. ред. Ю. П. Битяка. 576 с.
10. Кримінальне право України. Загальна частина: підручник: у 2 т. / за ред.: В. В. Сташис, В. Я. Тацій. 4-те вид., переробл. і допов. Харків: Право, 2010. Т. 1. 456 с.

Дисертації

11. Головкін Б. М. Теоретичні та прикладні проблеми детермінації і запобігання корисливій насильницькій злочинності в Україні: дис. ... д-ра юрид. наук. Харків, 2011. 406 с

Автореферати дисертацій

12. Наконечний А. Б. Примусове відчуження земельних ділянок за законодавством України: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Харків, 2016. 24 с.

Стандарти

13. ДСТУ ISO 6107-1:2004. Якість води. Словник термінів. Частина 1 (ISO 6107-1:1996, IDT). [Чинний від 2005-04-01]. Вид. офіц. Київ: Держспоживстандарт України, 2006. 181 с.

Розділ книги

14. Борисова В. И. Право частной собственности в системе социально-экономических прав и свобод граждан и пути его реализации. Харьковская цивилистическая школа: право собственности: монография / под ред. И. В. Спасибо-Фатеевой. Харьков: Право, 2012. Разд. 3, гл. 1. С. 87–99.

Матеріали конференцій, круглих столів

15. Боднар Т. В. Договір про закупівлю: особливості укладання і забезпечення. Актуальні проблеми приватного права: договір як правова форма регулювання приватних відносин: матеріали наук.-практ. конф., присвяч. 95-й річниці з дня народж. В. П. Маслова (Харків, 17 лют. 2017 р.). Харків: Право, 2017. С. 7–9.

Стаття з періодичного видання (журнал, газета)

16. Петришин О., Сergyгiна С. Змiшана республiканська форма державного правлiння: питання теорiї та практики. Право України. 2009. № 10. С. 57–60.
17. Тацій В. Я., Тютюгiн В. I., Пономаренко Ю. А. Виклики сучасностi i кримiнальне право. Голос України. 2016. 29 сiч. (№ 16). С. 6–7.
18. Benjamin A. C. The ethics of scholarship: A discussion of problems that arise in its application. Journal of Higher Education. 1960. Vol. 31, No. 9. P. 471–480.

Електронні ресурси

19. Гетьман Є. А. Підзаконні нормативно- правові акти органів виконавчої влади України та іноземних держав: порівняльна характеристика. Теорія і практика правознавства: електрон. наук. фахове вид. 2016. Вип. 1 (9). URL: <http://tlaw.nlu.edu.ua/article/view/66302> (дата звернення: 17.06.2016).
20. Карнаух Б. П. Тлумачення договору: короткий нарис із наднаціональної і транснаціональної точок зору. Проблеми законності. 2016. Вип. 135. С. 39–51. doi: <http://dx.doi.org/10.21564/2414-990x.135.83852>.
21. Аналіз стану здійснення судочинства в 2015 році (за даними судової статистики). URL: [http://www.scourt.gov.ua/clients/vsu/vsu.nsf/\(documents\)/D7F9F72E78DA88ECC2257F730036F282](http://www.scourt.gov.ua/clients/vsu/vsu.nsf/(documents)/D7F9F72E78DA88ECC2257F730036F282) (дата звернення: 17.03.2017).

Законодавчі та нормативні документи

22. Кримінальний кодекс України: Закон України від 05.04.2001 р. № 2341-III. Відомості Верховної Ради України. 2001. № 25–26. Ст. 131.
23. Інструкція про призначення та проведення судових експертиз та експертних досліджень: затв. наказом М-ва юстиції України від 08.10.1998 р. № 53/5 (у ред. наказу від 26.12.2012 р. № 1950/5). Офіційний вісник України. 2013. № 3. Ст. 91.
24. Про запобігання корупції: Закон України від 14.10.2014 р. № 1700-VII. Дата оновлення: 12.03.2017. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1700-18/page> (дата звернення: 17.03.2017).

ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ РИСУНКІВ

Основними видами ілюстративного матеріалу в кваліфікаційній роботі є рисунки, де можуть бути зображені схема, діаграма, графіки, блок-схеми, алгоритми.

Назви рисунків розміщують **після** їхніх номерів, **по центру**. При необхідності рисунки доповнюють пояснювальними даними. Номер ілюстрації складається з номера розділу та порядкового номера ілюстрації через крапку. Наприклад, Рис. 1.2. - другий рисунок першого розділу.

Підпис під рисунком звичайно має чотири основних елементи:

найменування графічного сюжету, що позначається скороченим словом «Рис.»;

порядковий номер рисунка, що позначається без знаку номера арабськими цифрами;

тематичний заголовок рисунка, що містить текст із стислою характеристикою зображеного;

експлікацію, яка будується так: деталі сюжету позначають цифрами, які виносять у підпис, супроводжуючи їх текстом. Експлікація не змінює загального найменування сюжету, а лише пояснює його. Приклад оформлення рисунку:



Рис. 1.2. Етапи проведення контрольних заходів фінансовими установами

Не варто оформляти **посилання** на рисунки як самостійні фрази, у яких лише повторюється те, що написано в підписі. У тому місці, де викладається тема, пов'язана з рисунком, і де здобувачу необхідно посилатися на рисунок, розміщують посилання в круглих дужках (**рис. 3.1**) або вираз типу: “...як це очевидно з **рис. 3.1**” або “... як це показано на **рис. 3.1**”.

Усі рисунки мають бути згруповані у один об'єкт.

Якість рисунка має забезпечувати їх чітке відтворення. Рисунки виконують комп'ютерним засобом на білому папері. **Не допускається використання сканованих рисунків.**

ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ ТАБЛИЦЬ

Таблиці у тексті кваліфікаційної роботи використовують для:
подання цифрового матеріалу;
для упорядкованого подання текстового матеріалу.

Таблиця 2.2

Показники, що характеризують конкурентні позиції продукції асоціації «Схід»

Виробник	Вид продукції, %				
	Молоко	Кефір	Ряжанка	Сметана	Масло
Асоціація "Схід"	20,9	51,0	27,8	23,4	31,4
Інші виробники в Україні	14,9	49,0	41,7	31,3	27,1
Імпорт	1,6	-	-	-	11,4
Прибалтика	1,4	-	-	1,3	2,9
Приватні виробники	61,2	-	30,5	44,0	27,2

Кожна таблиця повинна мати **назву**, яку розмішують **над таблицею** і друкують **симетрично до тексту**. Назва і слово «Таблиця» починають з великої літери. Назву не підкреслюють. Заголовок кожної графи в шапці таблиці має бути по можливості коротким.

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 2.2 - друга таблиця другого розділу.

Заголовки граф мають починатися з великих літер, підзаголовки – з маленьких, якщо вони є одним реченням із заголовком, і з великих, якщо вони є самостійними.

Висота рядків має бути **не меншою ніж 8 мм**. **Графу з порядковими номерами рядків до таблиці включати не треба**. Якщо таблиця велика допускається оформлення її шрифтом **Times New Roman №12** через **одинарний інтервал**.

Таблицю розміщують після першого згадування в тексті, таким чином, щоб її можна було читати без повороту переплетеного блоку роботи або з поворотом за годинниковою стрілкою. Таблицю з великою кількістю рядків можна переносити на іншу сторінку. При перенесенні таблиці на іншу сторінку назву поміщають тільки над першою частиною, доповнюють підписом «**Продовження табл. 2.2**».

Таблицю з великою кількістю граф можна ділити на частини і розміщати одну частину під іншою у межах одної сторінки. **Якщо рядки або графи таблиці виходять за формат сторінки**, то в першому випадку в кожній частині таблиці **повторюють її шапку**, у другому випадку – боковик.

ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ ФОРМУЛ

Пояснення значень, символів і числових коефіцієнтів потрібно надавати безпосередньо під формулою в тій послідовності, у якій вони дані у формулі. Значення кожного символу і числового коефіцієнта необхідно оформляти з **нового рядка**. Перший рядок пояснення починають із слова “де” без двокрапки.

Рівняння і формули потрібно виділяти з тексту вільними рядками. Вище і нижче кожної формули потрібно лишити **не менше одного вільного рядка**. Якщо рівняння не вміщується в один рядок, його необхідно перенести після знаку рівності (=) або після знаків плюс (+), мінус (-), множення (x) і ділення (:).

Нумерувати необхідно лише ті формули, на які є посилання в тексті і які використовуються для розрахунків. Інші нумерувати не слід. Порядкові номери відзначають **арабськими цифрами в круглих дужках біля правого поля сторінки без крапок від формули до номера**. Номер, який не вміщується у рядку з формулою, переносять на наступний рядок нижче формули. Номер формули при її перенесенні вміщують на рівні останнього рядка.

Приклад оформлення формули:

$$KЭ = \frac{\Delta Э}{3}, \quad (3.2)$$

де $\Delta Э$ — загальна економія, що отримується в результаті реалізації заходів щодо вдосконалення управління, грн;

3 — загальні витрати на вдосконалення управління.

СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І УПРАВЛІННЯ
КАФЕДРА ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ, МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

ВІДГУК
керівника кваліфікаційної роботи бакалавра

Прізвище здобувача _____

Спеціальність 075 «Маркетинг» _____

Тема кваліфікаційної роботи

ЗМІСТ ВІДГУКУ

Розрахунково-пояснювальна записка кваліфікаційної роботи виконана на
_____ листах формату А-4, та на _____ листах додатку.

Характеристика виконання графічної частини роботи

Характеристика виконання пояснювальної записки

Робота заслуговує оцінку _____

Місце роботи і посада керівника _____

Прізвище _____

Підпис керівника роботи _____

" _____ " _____ 20__ р.

РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну роботу бакалавра
здобувача вищої освіти _____

на тему _____

поданої на здобуття освітнього ступеня «бакалавр»

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

1. Оцінка якості виконання роботи

№	Критерій оцінювання	Ступінь відповідності критерію			
		відсутній	низький	середній	високий
1.1	Актуальність обраної теми				
1.2	Ступінь розкриття теми				
1.3	Використання в роботі матеріалів базового підприємства				
1.4	Достовірність наведеної в роботі інформації, правдивість фактичних даних				
1.5	Грунтовність аналітичного розділу для розробки рекомендацій				
1.6	Корисність рекомендацій автора				
1.7	Перспективи впровадження запропонованих рекомендацій				
1.8	Практична значимість пропозицій				
1.9	Оцінка загальних вражень від кваліфікаційної роботи (оформлення, стиль і грамотність викладення тощо)				
1.10	Недоліки роботи:				
1.11	Переваги роботи				

2. Висновок рецензента

№	Критерій оцінювання	Ступінь відповідності критерію			
		відсутній	низький	середній	високий
2.1	Відповідність якості виконаної кваліфікаційної роботи вимогам до таких робіт				+
2.2	Можливість допуску кваліфікаційної роботи до захисту в ЕК (так або ні)				
2.3	Оцінка роботи (відмінно, добре, задовільно, незадовільно або певні бали)				

Рецензент:

«__» _____ 20__ р.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І УПРАВЛІННЯ
КАФЕДРА ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ, МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

РОЗДАВАЛЬНИЙ МАТЕРІАЛ

до кваліфікаційної роботи бакалавра
на тему

(тема кваліфікаційної роботи бакалавра)

Виконав здобувач
групи _____

Керівник роботи

ВИСНОВОК

про рівень оригінальності твору

Назва КРБ: _____

Автор: _____

Спеціальність: 075 Маркетинг _____

Група: _____

Обсяг КРБ: друк. арк.

Програмний засіб перевірки на плагіат: _____

Результати перевірки на плагіат

Вид роботи	Обсяг роботи	Обсяг, що перевірено на плагіат*	Рівень оригінальності, у відсотках	Обґрунтування правомірності записаних
Кваліфікаційна робота бакалавра				

Загальний висновок:

вказується якісна оцінка рівня оригінальності із зазначенням рекомендованих дій:

- 1) Запозичення, виявлені в роботі, є законними і не є плагіатом (далі – зазначаються підстави віднесення запозичень до правомірних). **Робота приймається до захисту.**
- 2) Робота містить навмисні текстові спотворення, передбачувані спроби укриття запозичень або інші прояви академічного плагіату. Робота містить фабрикацію або фальсифікацію даних. **Робота не допускається до захисту.**

Дата

Підпис керівника КРБ

*Твори, обсяг яких перевищує 1,5 друк. арк., можуть перевірятися на оригінальність тексту вибірково, але обсяг матеріалів, що перевіряються не повинен становити менше 25% твору, але не менше 1,5 друк. арк.

Навчальне видання

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
до підготовки і захисту кваліфікаційної роботи бакалавра
(для здобувачів денної та заочної форми навчання
спеціальності 075 «Маркетинг»)

Укладач:

Ірина Михайлівна Сафронська
Олена Олексіївна Хандій
Евген Анатолійович Івченко

Підписано до друку _04.25

Формат 60×84/16. Папір типограф. Гарнітура Times.

Друк офсетний. Умов. друк. арк. 2,56 Умов.-вид. арк. 1,71
екз. 80 Изд. №_____. Замовлення №_____. Ціна договірна.

Видавництво СНУ ім. В. Даля

Адреса видавництва: м. Київ, вул. Іоанна Павла II, б.17.