

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет

МАРКЕТИНГ

Методичні рекомендації
до дипломного проектування
для студентів галузі знань 07
«Управління та адміністрування»
спеціальності 075 «Маркетинг»

Київ 2019

УДК 658.8 (076.5)
М 266

Укладачі: *А. В. Шевченко* – канд. екон. наук, доц.;
Т. В. Князева – д-р екон. наук, доц.;
Ю. П. Колбушкін – д-р екон. наук.

Рецензент С. Ф. Смерічевський – д-р екон. наук, проф.

Затверджено методично-редакційною радою Національного авіаційного університету (протокол № 4/18 від 13.12.2018 р.).

М 266

Маркетинг: методичні рекомендації до дипломного проектування / уклад. : А. В. Шевченко, Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін. – К. : НАУ, 2019. – 56 с.

Наведено рекомендації до виконання дипломної роботи студентів освітніх ступенів бакалавра та магістра, викладено вимоги до її змісту та оформлення.

Для студентів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» усіх форм навчання.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
Мета і завдання дипломної роботи.....	7
Теми дипломних робіт.....	9
Організація виконання дипломної роботи.....	14
Загальні методичні рекомендації до виконання дипломної роботи.....	15
Структура та обсяг дипломної роботи.....	18
Методичні рекомендації до виконання основної частини дипломної роботи.....	26
Основні вимоги до оформлення дипломної роботи.....	30
Порядок захисту дипломної роботи.....	34
Критерії оцінювання дипломної роботи.....	39
<i>ДОДАТОК А.....</i>	<i>44</i>
<i>ДОДАТОК Б.....</i>	<i>46</i>
<i>ДОДАТОК В.....</i>	<i>47</i>
<i>ДОДАТОК Д.....</i>	<i>48</i>
<i>ДОДАТОК Е.....</i>	<i>50</i>
<i>ДОДАТОК Ж.....</i>	<i>51</i>
<i>ДОДАТОК З.....</i>	<i>52</i>
<i>ДОДАТОК К.....</i>	<i>53</i>
<i>ДОДАТОК Л.....</i>	<i>54</i>
СПИСОК ДЖЕРЕЛ.....	55



ВСТУП

Методичні рекомендації підготовлені з метою надання всебічної методично-консультативної допомоги студентам для самостійного виконання дипломної роботи, яка є невід’ємною частиною процесу підготовки випускників за спеціальністю «Маркетинг» освітніх ступенів бакалавра та магістра.

Методичні рекомендації розроблені на підставі законів України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII, «Про затвердження форм документів з підготовки кадрів у вищих навчальних закладах I–IV рівнів акредитації», положень «Про організацію освітнього процесу в НАУ», «Про організацію навчального процесу за кредитно-модульною системою», «Про організацію навчального процесу у вищих навчальних закладах», «Про моніторинг і контроль якості освіти в НАУ», «Тимчасового положення про рейтингову систему оцінювання», затвердженого наказом ректора від 15.06.2004 № 122/од, «Положення про атестацію випускників Національного авіаційного університету освітньо-кваліфікаційних рівнів (освітніх ступенів) бакалавра, спеціаліста, магістра», затвердженого ректором 05.02.2015 р. № 06/од. та відповідно до Методичних рекомендацій щодо рейтингової системи оцінювання результатів атестації здобувачами вищої освіти освітніх ступенів бакалавра, магістра та освітньо-

кваліфікаційного рівня спеціаліста у формі виконання та захисту дипломних робіт (проектів), затверджених наказом ректора від 07.07.2016 № 274/од. та «Положення про дипломні роботи (проекти) випускників Національного авіаційного університету», затвердженого т.в.о. ректора НАУ від 14.12.2017 № 594/од.

На сучасному етапі переходу економіки України до ринкових умов господарювання зростає роль маркетингової діяльності у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств на ринку товарів та послуг. У нових умовах господарської діяльності фахівці з маркетингу мають забезпечувати стабільність функціонування та розвитку господарства, знаходити найбільш ефективні підходи та методи до підвищення якості виробничої та комерційної діяльності, формування попиту, реалізації товарів та послуг, підвищення ефективності роботи підприємства та його структурних підрозділів. Тому основним завданням кафедри маркетингу є підготовка фахівців з високим рівнем знань, умінь та навичок, які здатні виконувати поставлені перед ними завдання, самостійно ухвалювати обґрунтовані та зважені рішення для забезпечення високої ефективності діяльності як окремого підприємства, так і країни у цілому.

Підсумковим етапом навчання студентів спеціальності 075 «Маркетинг» є підготовка та захист дипломної роботи студентів освітніх ступенів бакалавра та магістра.

Дипломна робота – це теоретико-прикладне дослідження, виконане студентом самостійно. Вона є кваліфікаційною роботою, на підставі якої екзаменаційна комісія визначає рівень теоретичної підготовки випускника, його практичних навичок та готовність до самостійної роботи за фахом і приймає рішення про присвоєння кваліфікації.

Дипломна робота виконується на підставі поглибленого вивчення чинного законодавства України з питань діяльності підприємств, спеціальної вітчизняної та зарубіжної літератури, передового досвіду з проблеми, яка вивчається, а також результатів проведених студентом власних досліджень реального суб'єкта господарювання.

Як теоретико-прикладне дослідження, дипломна робота повинна містити глибоке теоретичне осмислення актуальної проблеми, а також обґрунтовані рекомендації щодо удосконалення маркетинго-

вої діяльності суб'єкта господарювання, виконані на основі ретельно проведеного аналізу його діяльності. Дипломна робота вирізняється більш глибоким рівнем осмислення досліджуваної проблеми або процесів, ґрунтовністю науково-методологічного апарату застосованих у процесі дослідження методів, обов'язковою наявністю елементів наукової новизни отриманих результатів і висновків.

Методичні рекомендації розроблені відповідно до вимог галузевої компоненти стандартів вищої освіти з підготовки фахівців освітніх ступенів бакалавра та магістра спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», призначені для надання допомоги студентам у виконанні дипломної роботи згідно з чинними стандартами України і містять основні вимоги, які висуваються до змісту та оформлення дипломної роботи, організації її виконання, порядку захисту та оцінювання.



МЕТА І ЗАВДАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Дипломна робота – це кваліфікаційне навчально-наукове дослідження студента, яке виконується на завершальному етапі навчання у вищому навчальному закладі. Дипломна робота – це самостійна випускова робота студента, оформлена належним чином на підставі чинних стандартів і нормативно-технічної документації, та кваліфікаційний документ, на підставі якого у процесі захисту екзаменаційна комісія (ЕК) визначає відповідність знань і умінь студента професійно-кваліфікаційному рівню і його здатність до самостійної роботи.

Дипломна робота має відображати знання загальнонаукових, спеціальних та професійно-орієнтованих дисциплін, економічних законів, показати застосування цих знань і умінь у практичній та науково-дослідній роботі студента.

При написанні дипломної роботи студент демонструє уміння використовувати літературні джерела, нормативні матеріали (закони України, постанови уряду, інструктивні матеріали міністерств і відомств України тощо), критично оцінювати наукові концепції та підходи до економічних явищ і процесів роботи, обґрунтовувати висновки та пропозиції.

Інформаційну базу дослідження можуть становити офіційні статистичні дані економічно-соціального розвитку України (наприклад, Державної служби статистики України, Міністерства економічного розвитку і торгівлі України; Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку, Національного банку України) та результати проведеного на підприємстві дослідження.

Мета дипломної роботи – узагальнити, систематизувати, розширити і закріпити теоретичні знання та практичні навички, самостійно упорядкувати накопичені матеріали та дані, провести наукове дослідження і підготувати економічно обґрунтовані рекомендації у вибраному напрямку дослідження.

Завдання дипломної роботи:

- систематизація, закріплення, розширення науково-теоретичних і практичних знань з обраного напряму дослідження;
- проведення всебічної діагностики ситуації із застосуванням сучасного інструментарію;
- розробка та оцінювання альтернативних підходів до розв’язання визначених проблем;

- обґрунтування запропонованих рішень з використанням ситуаційного аналізу;
- розвиток творчих здібностей та закріплення набутих навичок самостійної роботи при розв'язанні конкретних фахових завдань;
- підготовка доповіді та наочних матеріалів, що передають основний зміст роботи та пропозиції автора, з подальшим їх публічним захистом.

Дипломна робота має характеризуватися логічністю, доказовістю, аргументованістю та відповідати таким вимогам:

- містити поглиблений аналіз досліджуваної теми, критичний аналіз висвітлення теми дослідження в наукових виданнях;
- містити самостійні дослідження, розрахунки;
- містити новизну запропонованих заходів, а також обґрунтовані пропозиції щодо вдосконалення діяльності на базі практичної підготовки;
- мати можливість впровадження результатів дослідження у діяльність підприємства з урахуванням ринкових вимог;
- мати належне оформлення;
- мати всі необхідні супровідні документи;
- бути виконаною і поданою на кафедрі у термін, передбачений графіком навчального процесу.

За практичною спрямованістю робота повинна бути реальною, тобто такою, що відповідає таким умовам:

- тема роботи пов'язана з конкретною науково-дослідною роботою кафедри;
- виконана на основі даних підприємств, що підтверджено актом про впровадження результатів, завіреного печаткою підприємства (організації тощо);
- результати роботи доведені до стану, що дозволяє використовувати їх для впровадження в науку, управління, сучасне виробництво;
- за матеріалами роботи автор опублікував статті або брав участь із доповіддю на конференції (міжнародного, всеукраїнського або вузівського рівня).

Для випускників освітнього ступеня магістра дипломна робота – це закінчене дослідження певної проблеми, а для освітнього ступеня бакалавра – робота, що має фрагменти такого дослідження.

Дипломна робота, яка не відповідає вимогам щодо змісту та оформлення, написана без дотримання затвердженого плану, не містить

матеріалів конкретного дослідження теми на реальному підприємстві, обґрунтованих пропозицій, до захисту не допускається.



ТЕМИ ДИПЛОМНИХ РОБІТ

Важливим моментом у написанні дипломної роботи є усвідомлений і зважений вибір теми, з урахуванням індивідуальних можливостей та інтересів студента. Також ця робота може бути логічним продовженням його попередніх наукових досліджень: курсових робіт, рефератів, доповідей на наукових студентських семінарах, конференціях тощо.

Тема дипломної роботи повинна бути актуальною, мати теоретичне й прикладне значення, відповідати сучасному стану та перспективам розвитку маркетингу.

Теми дипломних робіт розробляє кафедра маркетингу, враховуючи перспективні напрями розвитку економіки України та маркетингу. Відповідність тем дипломних робіт освітніх ступенів бакалавра та магістра зі спеціальності «Маркетинг» тематиці наукових досліджень кафедри, державним та приватним договорам-замовленням щорічно переглядається та оновлюється.

Дипломні роботи випускників різних освітніх ступенів відрізняються за змістом та обсягом, що визначається відмінністю професійних та соціально-виробничих завдань, наведених у відповідних освітньо-кваліфікаційних характеристиках фахівців.

Професійні та соціально-виробничі завдання випускника освітнього ступеня бакалавра передбачають переважно діяльність за заданим алгоритмом на експлуатаційному рівні (стереотипні та переважно діагностичні завдання). Професійні та соціально-виробничі завдання випускника освітнього ступеня магістра передбачають інноваційну діяльність за складним алгоритмом на дослідницькому рівні, який містить процедуру конструювання нових рішень (евристичні завдання).

Отже, завдання для виконання дипломної роботи освітнього ступеня бакалавра повинно орієнтувати випускника на вирішення переважно діагностичних завдань, що потребує, вибору відомих методів рішень.

Завдання для виконання дипломної роботи освітнього ступеня магістра повинно бути зорієнтовано на експериментальні та/або теоретичні наукові дослідження і вирішення певних проблем у галузі маркетингу.

Випускник освітнього ступеня **бакалавра** може обрати тему дипломної роботи із запропонованого переліку:

1. Аналіз і удосконалення комплексу маркетингу підприємства (на прикладі...).
2. Аналіз маркетингового середовища та розробка рекомендацій щодо його урахування в діяльності підприємства.
3. Аналіз поведінки споживачів на ринку.
4. Аналіз стану та розробка заходів щодо удосконалення маркетингової товарної політики підприємства.
5. Аналіз стану та розробка заходів щодо удосконалення маркетингової цінової політики підприємства.
6. Аналіз стану та розробка заходів щодо удосконалення маркетингової збутової політики підприємства.
7. Аналіз та розробка рекомендацій щодо логістичної діяльності підприємства (на прикладі...).
8. Аналіз та удосконалення рекламної діяльності підприємства (на прикладі...).
9. Аналіз та формування збутової мережі підприємства (на прикладі...).
10. Аналіз тенденцій розвитку ринку... та ринкових позицій підприємства (на прикладі)...
11. Використання ЗМІ в маркетинговій діяльності підприємства (на прикладі...).
12. Використання маркетингових досліджень у діяльності підприємств (з урахуванням ринку функціонування).
13. Маркетинг промислового підприємства (на прикладі...).
14. Маркетинг торгово-посередницьких підприємств.
15. Програма стимулювання збуту та пропозиції з її втілення в маркетингову діяльність підприємства (на прикладі...).
16. Пропозиції щодо організації збутової діяльності підприємства на ринку...
17. Розробка і обґрунтування системи заходів, орієнтованих на посилення ринкових позицій підприємства (на прикладі...).
18. Розробка плану маркетингу для підприємства...

19. Розробка плану, проведення і обробка результатів маркетингового дослідження.

20. Розробка програми маркетингу, спрямованої на розвиток ринкових можливостей підприємства (на прикладі...).

21. Розробка пропозицій щодо формування системи маркетингової інформації підприємств.

22. Розробка стратегії стимулювання збуту на прикладі ...

23. Сегментування ринку товарів (послуг) підприємства.

24. Удосконалення контролю маркетингової діяльності підприємства (на прикладі...).

25. Удосконалення маркетингових комунікацій підприємства (на прикладі...).

Орієнтовна тематика тем дипломних робіт випускників освітнього ступеня **магістра**:

1. Удосконалення комплексу маркетингу підприємства шляхом моделювання поведінки споживачів.

2. Удосконалення маркетингової діяльності за рахунок впровадження інформаційної системи управління маркетингом на підприємстві.

3. Удосконалення маркетингової стратегії підприємства шляхом розробки концепції нового товару.

4. Удосконалення методів і форм реалізації товарів на підприємстві на прикладі...

5. Удосконалення організації та планування маркетингової товарної політики підприємства.

6. Використання інноваційних маркетингових технологій в цілях підвищення інвестиційної привабливості регіону.

7. Упровадження бенчмаркінгу в маркетингову діяльність підприємства на прикладі...

8. Упровадження методів управління портфелем замовлень як засіб прискорення обігу капіталу.

9. Упровадження сучасних методів планування асортименту товарів на прикладі...

10. Упровадження франчайзингу у систему кейтерингу авіакомпанії.

11. Збільшення обсягів та швидкості збуту шляхом впровадження методів прогнозування попиту на прикладі ...

12. Маркетинг територій як інструмент підвищення інвестиційної привабливості територій.

13. Маркетингова оцінка перспектив виходу на зовнішні ринки збуту підприємства ...

14. Методи підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства ... в умовах глобалізації.

15. Напрями вдосконалення комплексу просування продукції підприємства на прикладі ...

16. Напрями оптимізації асортименту продукції підприємства на прикладі ...

17. Обґрунтування вибору цінової стратегії підприємства на основі ABC-аналізу.

18. Оцінка ефективності Інтернет=маркетингу компанії на ринку.

19. Оцінка ефективності взаємодії маркетингової та інноваційної діяльності на підприємстві ...

20. Оцінка і механізм впровадження сучасних систем управління якістю товарів на прикладі ...

21. Оцінка і механізм сервісного обслуговування у системі товарної політики підприємства.

22. Оцінка і механізм формування та управління портфелем замовлень на підприємстві на прикладі ...

23. Оцінка перспектив онлайн=споживання в умовах сучасного українського ринку.

24. Оцінка системи маркетингових комунікацій та інструментів впливу на поведінку споживачів ...

25. Підвищення ефективності маркетингової політики промислового підприємства на прикладі ...

26. Підвищення конкурентоспроможності продукції за рахунок впровадження системи управління якістю готових виробів на промисловому підприємстві на прикладі ...

27. Прогнозування структури пасажиропотоку міжнародного аеропорту «Бориспіль».

28. Розробка і управління ВТЛ заходами в діяльності компанії ...

29. Розробка рекомендацій з удосконалення системи управління лояльністю клієнтів на прикладі ...

30. Розробка стратегії позиціонування компанії (товару) на ринку (на прикладі...).

31. Розробка та реалізація комунікаційної стратегії на прикладі ...

32. Розробка та реалізація маркетингової стратегії підприємства як засіб підвищення його конкурентоспроможності.

33. Розробка та реалізація маркетингової стратегії підприємства...

34. Удосконалення асортиментної політики підприємства...

35. Удосконалення системи лояльності пасажирів авіаперевізника (на прикладі ...).

36. Удосконалення системи управління якістю обслуговування пасажирів (на прикладі міжнародного аеропорту «Київ» (Жуляни)).

37. Удосконалення стратегії маркетингових комунікацій авіакомпанії ...

38. Удосконалення управління брендом компанії ... в системі електронних комунікацій.

39. Удосконалення управління маркетинговою інформаційною системою на підприємстві...

40. Управління маркетинговою діяльністю підприємства з впровадженням CRM- системи на прикладі ...

41. Управління сучасними засобами маркетингових комунікацій на прикладі ...

42. Формування конкурентоспроможності підприємства на засадах маркетингової стратегії.

Студент має право самостійно обирати тему дипломної роботи відповідно до тематики, затвердженої кафедрою. Крім того, дипломні роботи можна виконувати за тематикою, яку замовляють державні установи, підприємства та підприємницькі структури, що уклали з Університетом контракти на навчання студентів або мають із ним договори співпраці та співдружності. Студент за погодженням із керівником може запропонувати свою тему дослідження за умов відповідного обґрунтування доцільності її розробки (відповідно до попередньої власної науково-дослідницької роботи, до місця роботи, можливостей отримання потрібної інформації на підприємстві).

Разом із вибором теми визначають підприємство, за матеріалами якого виконуватиметься робота. Це може бути підприємство будь-якої форми власності, яке є юридичною особою і має самостійну звітність. Слід звернути увагу, що об'єктом дослідження дипломної роботи, як правило, є підприємство (база практики). Якщо студент не знає, яке підприємство досліджуватиме, то кафедра маркетингу обирає підприємство або установу, з якими Університет має відповідну угоду. Може бути також виконана тема на замовлення керівництва об'єкта дослідження. Це замовлення оформлюється відповідним листом.

Обрана студентом тема закріплюється за ним на підставі його письмової заяви встановленого зразка (додаток А) на ім'я завідувача кафедри маркетингу.

Теми дипломних робіт випускників та їх керівники від випускової кафедри затверджуються наказом ректора університету не пізніше ніж до початку практики, яку проходять випускники освітнього ступеня бакалавра та магістра.

Змінювати затверджені теми дипломних робіт після проходження практики не допускається. Можливе, як виняток, лише уточнення затверджених тем за наказом ректора.



ОРГАНІЗАЦІЯ ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Кожному студенту кафедра призначає наукового керівника, який надає йому науково-методичну допомогу під час виконання дипломної роботи. Науковими керівниками призначають провідних викладачів і науковців кафедри маркетингу.

За наявності робіт, які захищають іноземною мовою, науковими керівниками призначають фахівців із вільним володінням професійною іноземною мовою.

Дипломні роботи розподіляють з урахуванням наукових інтересів студентів.

Дипломна робота освітніх ступенів бакалавра та магістра виконується на базі знань, умінь та практичних навичок, набутих випускником протягом усього терміну навчання за відповідним освітнім ступенем.

Дипломна робота випускника спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього ступеня бакалавра денної форми навчання виконується у восьмому семестрі, заочної форми навчання – у дев'ятому семестрі.

Дипломна робота випускника спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього ступеня магістра денної та заочної форми навчання виконується у третьому семестрі терміну підготовки фахівців 1,5 роки.

Виконання та захист дипломної роботи випускником є завершальним етапом підготовки фахівця певного освітнього ступеня (бакалавра/магістра) і має за мету:

– розширення, систематизацію та закріплення теоретичних знань і набуття навичок їх практичного застосування при вирішенні

конкретних наукових, технічних, виробничих, економічних або організаційно-управлінських завдань;

– розвиток навичок ведення самостійних теоретичних та експериментальних досліджень у галузі маркетингу, оптимізації економічних рішень;

– набуття досвіду обробки, аналізу та систематизації результатів теоретичних та економічних розрахунків, експериментальних досліджень в оцінці їх практичної значущості;

– набуття досвіду представлення та публічного захисту результатів своєї діяльності.



ЗАГАЛЬНІ МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Дипломну роботу виконують у встановлений термін відповідно до календарного графіка, узгодженого з науковим керівником роботи та затвердженого на засіданні кафедри маркетингу (додаток Б).

До основних етапів виконання дипломної роботи відносять:

1. Вибір теми дипломної роботи та її затвердження.
2. Розробка завдання на дипломну роботу.
3. Опрацювання літературних джерел і складання плану дипломної роботи.
4. Збирання фактичного матеріалу під час практичної підготовки на підприємстві.
5. Обробка фактичного матеріалу із застосуванням сучасних інформаційних технологій та програмного забезпечення.
6. Написання першого варіанта тексту, подання його на перевірку науковому керівнику.
7. Усунення недоліків, написання остаточного варіанта тексту, оформлення дипломної роботи і подання науковому керівнику для перевірки.
8. Переплетення дипломної роботи.
9. Підписання дипломної роботи у наукового керівника.
10. Одержання відгуку наукового керівника.
11. Подання дипломної роботи на рецензію рецензенту.
12. Отримання допуску до захисту у завідуючого кафедрою.
13. Підготовка дипломної роботи до захисту (підготовка доповіді, презентації, роздаткового матеріалу тощо).

14. Захист дипломної роботи на засіданні ЕК.

Студент повинен виконувати дипломну роботу відповідно до затвердженого завдання.

Підбираючи літературу для дипломної роботи слід починати з вивчення тих джерел і періодичних видань, які рекомендовано до теми роботи. Передусім слід з'ясувати, до яких уже вивчених або запланованих до вивчення джерел найближча тема дипломної роботи.

Ознайомлення з літературними джерелами доцільно починати в такій послідовності:

- нормативні документи (закони, законодавчі акти);
- наукові видання (монографії, підручники, навчальні посібники, періодичні видання);
- статистичні дані.

Добираючи літературу, слід одразу скласти й узгодити з науковим керівником опис відібраних видань, суворо дотримуючись при цьому порядку, встановленого для бібліографічного опису друкованих видань. Перше ознайомлення з літературою дасть можливість студенту розібратися в найважливіших питаннях теми й приступити до планування роботи над проектом.

Після обрання теми та вивчення літературних джерел і матеріалом студент має скласти план дипломної роботи (самостійно або разом із керівником дипломної роботи), в якому зазначаються тема роботи, назви розділів і підрозділів. Під час написання дипломної роботи план можна коригувати (за погодженням із керівником).

План складають для раціонального використання часу, визначення мети та об'єкта дослідження, встановлення кола завдань, які стоять перед студентом, опрацювання потрібних матеріалів. План має бути логічним, послідовним. Це означає, що назви розділів обов'язково повинні відповідати обраній темі дослідження, а назви підрозділів – окремим питанням розділів.

У встановлені терміни студент подає складений план керівникові для узгодження і для розгляду його на науково-методичному семінарі випускової кафедри задля підтвердження повноти охоплення питань, які розглядатимуться при написанні дипломної роботи. До поданого плану можуть бути внесені зауваження та корективи, після чого його затверджують і повертають студентові.

План виконання дипломної роботи освітнього рівня магістра затверджують не пізніше ніж за місяць до початку переддипломної практики для студентів денної форми навчання та не пізніше ніж за тиждень до початку виконання дипломної роботи за графіком навчального процесу для студентів заочної форми навчання спеціальності «Маркетинг».

На підставі обраної теми та затвердженого плану дипломної роботи студент денної форми навчання отримує від наукового керівника завдання на переддипломну практику, протягом якої збирає, систематизує, аналізує і поглиблено вивчає обрану наукову тему відповідно до завдання та вимог програми практики.

По закінченню переддипломної практики і захисту звіту про проходження переддипломної практики студент приступає до виконання дипломної роботи і працює над нею відповідно до календарного плану-графіка. Порушення строків виконання дипломної роботи є підставою для перенесення захисту дипломної роботи студента на наступний рік за рішенням керівника та кафедри маркетингу.

На період виконання дипломних робіт на кафедрі складають графік консультацій наукових керівників з питань, що виникають у студентів у процесі опрацювання матеріалу дослідження. Систематичні консультації допомагають студентам вибрати методи дослідження, дотримуватися вимог до змісту і оформлення дипломної роботи, своєчасно усувати відхилення. Оперативно й уважно виконуючи рекомендації керівника, студент своєчасно здасть дипломну роботу, й успішного її захист.

Наукові досягнення та пропозиції на базі дипломної роботи бажано оформити як статтю у науковому виданні: наукових журналах, збірниках наукових праць, матеріалах конференцій тощо.

Серед рекомендацій дипломної роботи можуть бути матеріали, які пропонується використовувати у навчальному процесі.

Студент має надавати роботу частинами на перегляд, а у встановлений графіком кінцевий термін здати завершену дипломну роботу науковому керівнику для отримання відгуку на неї.

У разі позитивного відгуку наукового керівника дипломну роботу передають на розгляд завідувачу кафедри, який має прийняти рішення про допуск студента до захисту дипломної роботи на засіданні ЕК.



СТРУКТУРА ТА ОБСЯГ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Пояснювальна записка дипломної роботи випускників освітніх ступенів бакалавра та магістра спеціальності 075 «Маркетинг» повинна бути оформлена відповідно до ДСТУ 3008-95 «Документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура і правила оформлення» інших нормативних документів та цих вимог.

Роботу слід виконувати державною мовою за тематикою завдань професійної діяльності та матеріалами реальної компанії чи підприємства, обов'язково з елементами наукового дослідження та використанням комп'ютерних технологій як інструмента дослідження.

Обсяг дипломної роботи для випускників освітнього ступеня бакалавра спеціальності 075 «Маркетинг» повинен становити 60–70 с. друкованого тексту формату А4 без урахування додатків і списку використаних джерел, для випускників освітнього ступеня магістра – 100–110 с. У загальному обсязі дипломної роботи допускається відхилення у межах $\pm 10\%$.

Структура дипломної роботи: вступ, три розділи (кожен із яких має містити підрозділи) – теоретичний, дослідницько-аналітичний, проектно-рекомендаційний (для дипломної роботи магістра), висновки, список використаних джерел, додатки.

Варто зауважити, що слід дотримуватися збалансованої структури роботи, тобто відносної рівномірності за кількістю та обсягами підрозділів у кожному розділі роботи.

У пояснювальній записці, враховуючи вимоги нормативних документів, потрібно неухильно дотримуватися встановленого порядку подання текстового матеріалу, таблиць, формул, ілюстрацій тощо [3].

Пояснювальна записка повинна містити:

- титульний аркуш;
- завдання на виконання дипломної роботи;
- реферат;
- зміст;
- перелік умовних позначень, скорочень, термінів (за потреби);
- вступ;
- основну частину;
- висновки;

- список бібліографічних посилань та використаних джерел;
- додатки (за потреби).

Окремо до пояснювальної записки додаються відгук керівника дипломної роботи, рецензія та інші матеріали: результати перевірки на плагіат, електронна версія (диск) дипломної роботи, роздатковий матеріал.

Титульний аркуш – це перша сторінка пояснювальної записки, він повинен мати всі реквізити та підписи на бланку встановленого зразка (дод. В).

Завдання на виконання дипломної роботи оформляють на окремому бланку встановленого зразка (дод. Д) і розміщують після титульного аркуша.

Завдання складають керівник та випускник перед початком переддипломної практики (для випускників освітнього ступеня магістра), уточнюють за її підсумками, а далі їх підписує керівник та випускник і затверджує завідувач кафедри маркетингу.

Реферат пояснювальної записки обсягом не більше 500 слів виконується на одній сторінці і розміщується після завдання на виконання дипломної роботи. Реферат має бути стислим, інформативним і містити відомості, які дозволяють отримати повне уявлення про дипломну роботу (дод. Е).

Зміст має містити найменування всіх структурних частин дипломної роботи, зокрема вступу, розділів, підрозділів, пунктів основної частини, висновків, списку використаних джерел, додатків із зазначенням номерів їх початкових сторінок.

Якщо у пояснювальній записці використано специфічну термінологію, а також маловідомі скорочення, нові символи, позначення тощо, то їх перелік наводять у вигляді окремого переліку умовних позначень, скорочень, термінів та розміщують перед вступом. Перелік оформлюють двома колонками: ліворуч наводять скорочення (за абеткою), а праворуч – їх розшифрування.

Якщо спеціальні терміни, скорочення тощо повторюються в роботі менше трьох разів, то їх перелік не складають, а розшифровують у тексті при першому згадуванні.

Орієнтовний зміст дипломної роботи надано наведено у дод. Ж.

У **вступі** обсягом 5–6 с. (для дипломної роботи освітнього ступеня магістра) та 3–4 с. (для дипломної роботи освітнього ступеня бакалавра) обґрунтовують актуальність обраної теми, мету і зміст

поставлених завдань, формулюють об'єкт і предмет дослідження, зазначають обраний метод (або методи) дослідження, теоретичну цінність і прикладну значущість отриманих результатів.

Отже, вступ – дуже важлива частина дипломної роботи, оскільки він містить усі потрібні кваліфікаційні характеристики наукового дослідження.

У вступі слід навести характеристику дипломної роботи в такій послідовності:

- актуальність теми (причини обрання цієї теми та необхідність дослідження проблеми);
- зв'язок роботи з науково-технічними програмами, планами, темами (підприємств, організацій, державними та галузевими планами);
- мета і завдання дипломної роботи;
- формулювання об'єкта і предмета дослідження;
- методи дослідження (методи, використані для досягнення поставленої мети);
- наукова новизна отриманих результатів (стисла анотація нових запропонованих положень із зазначенням відмінностей отриманих результатів від відомих раніше, характеризується ступінь новизни: уперше отримано, удосконалено, дістало подальший розвиток тощо);
- практичне значення отриманих результатів (відомості про практичне застосування отриманих результатів або рекомендації щодо їх використання);
- особистий внесок випускника;
- апробація отриманих результатів (вказуються конференції, наради тощо, де були оприлюднені результати дослідження);
- публікації (вказується, в кількох статтях і наукових журналах, збірниках наукових праць, матеріалах конференцій тощо опубліковано результати дослідження).

Вступ починають з обґрунтування актуальності обраної теми, що є обов'язковою вимогою дипломної роботи. **Актуальність** обґрунтовують шляхом критичного аналізу та порівнянням з існуючими підходами до розв'язання наукової проблеми (наукового завдання).

Далі слід сформулювати **мету дослідження**. Мету роботи формулюють без використання слів: «Дослідження...», «Вивчення...», оскільки вони вказують на засіб досягнення мети, а не на саму мету.

Наприклад:

«Метою роботи є розвиток теоретичних положень щодо маркетингового забезпечення функціонування підприємства на закордонних ринках та удосконалення практичних інструментів для підвищення їх ефективності.

Мета роботи полягає у розкритті ефективних інструментів та удосконаленні практичних рекомендацій щодо розвитку міжнародного маркетингу вітчизняного підприємства.

Метою роботи є дослідження теоретичних та практичних аспектів, обґрунтування практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності на підприємстві.

Метою роботи є розроблення та обґрунтування науково-методичних, теоретичних положень та розроблення практичних рекомендацій щодо формування маркетингового комплексу на ринку ... України».

Потрібно сформулювати конкретні **завдання**, які вирішуватимуть відповідно до визначеної мети. Це, як правило, робиться у формі перерахунку (вивчити..., описати..., проаналізувати..., знайти шляхи... та ін.). Формулювати завдання потрібно ретельно, оскільки опис їх розв'язання становить зміст розділів дипломної роботи.

Обов'язковим елементом вступу є визначення **об'єкта і предмета дослідження**. Об'єкт – це явище або процес, що породжує проблемну ситуацію й обране для вивчення.

Наприклад:

«Об'єкт дослідження – процеси маркетингового забезпечення інноваційного розвитку підприємства.

Об'єктом дослідження є маркетингова діяльність промислових підприємств.

Об'єктом дослідження є процес формування маркетингу взаємовідносин на ринку ... України.

Об'єктом дослідження є процес організації міжнародної маркетингової діяльності підприємства».

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

Наприклад:

Предмет дослідження – принципи, методи й інструменти маркетингового забезпечення інноваційного розвитку підприємств.

Предметом дослідження є теоретичні, науково-методичні, практичні аспекти аналізу, оцінювання та розвитку ефективності комунікаційної діяльності підприємства.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних підходів та організаційних засад формування маркетингу взаємовідносин на ринку ... України.

Методи дослідження є обов'язковими елементами вступу до дипломної роботи і необхідною умовою досягнення поставленої мети. Вказують основні методи дослідження, які було використано у дипломній роботі для досягнення її мети. Перераховувати їх необхідно не відірвано від змісту роботи, а коротко та змістовно визначаючи, що саме досліджувалось тим чи іншим методом. Це дасть змогу пересвідчитись у логічності та доцільності вибору саме цих методів.

Основна частина дипломної роботи складається з розділів, підрозділів, пунктів, підпунктів (методичні рекомендації щодо її виконання наведено в наступному розділі).

Висновки, що наводяться в окремому розділі дипломної роботи, є стислим викладенням підсумків проведеного дослідження. Саме тут коротко наводяться найбільш важливі теоретичні положення, які містять формулювання розв'язаної проблеми, оцінку результатів дослідження з точки зору відповідності меті дипломної роботи та поставленим у вступі завданням, пропозиції щодо удосконалення досліджуваного напрямку діяльності організації, які було обґрунтовано у третьому розділі. Слід звернути увагу, що у висновках не можуть з'явитися пропозиції, які не було розглянуто у розділах. Обсяг висновків не повинен перевищувати 4–5 с.

Список використаних джерел – одна із суттєвих частин дипломної роботи, що відтворює самостійну творчу роботу студента. Використані джерела слід розміщувати одним із таких способів: за появою посилання в тексті, за алфавітом прізвищ перших авторів або заголовків, за хронологією.

Список використаних джерел повинен містити 40–50 найменш для дипломної роботи освітнього ступеня магістра та не менше 25–30 для дипломної роботи освітнього ступеня бакалавра. Студент повинен посилатися на джерела, з яких у дипломній роботі використано матеріали, окремі результати, ідеї чи висновки для

формування власних проблем, завдань, питань. Такі посилання дають змогу відшукати документи і перевірити достовірність цитування певних наукових робіт, повідомляють потрібну інформацію про них, допомагають з'ясувати їх зміст, мову тексту, обсяг. Джерела наводять тією мовою, якою вони видані.

Якщо студент захищає дипломну роботу іноземною мовою, то список джерел має містити не менше 55 % джерел іноземною мовою.

Список використаних джерел складається відповідно до чинних стандартів з бібліотечної та видавничої справи, наведених у п. 2.1.9 «Положення про дипломні роботи (проекти) випускників Національного авіаційного університету», та норма оформлення наведених у Додатку М зазначеного положення [3].

Узагальнюючи інформацію щодо структури дипломних робіт освітнього ступеня бакалавра та магістра, наведено у табл. 1, 2 відповідно.

Таблиця 1

Структура дипломної роботи освітнього ступеня бакалавра

Структурний елемент	Кількість сторінок	Нумерація сторінок	Примітка
Титульний аркуш	1	Не нумерується	Додаток В
Завдання на дипломну роботу	1	Не нумерується	Додаток Д
Календарний план виконання роботи	1	Не нумерується	Додаток Д
Реферат	1	Не нумерується	Додаток Е
Перелік скорочень, умовних позначень та символів	1	Не нумерується	За потреби
Зміст	1	Не нумерується	Додаток Ж
Вступ: – актуальність роботи; – зв'язок роботи з науковими програмами, планами та темами; – мета та завдання роботи; – об'єкт дослідження; – предмет дослідження; – методи дослідження; – елементи наукової новизни; – практична значущість; – апробація результатів роботи	3–4	6	Структуру вступу наведено у тексті методичних рекомендацій

Закінчення табл. 1

Структурний елемент	Кількість сторінок	Нумерація сторінок	Примітка
Основна частина: РОЗДІЛ 1 (теоретичний) РОЗДІЛ 2 (дослідницько-аналітичний)	60–70 До 30 До 30	 12 або 13	Кожен з розділів має складатися з трьох підрозділів
Висновки до кожного розділу (Висновки до розділу)	1	Наскрізна нумерація	Повинні бути узагальнюючими
Висновки до роботи в цілому (Висновки)	3–4	Наскрізна нумерація	Повинні бути узагальнюючими
Список використаних джерел	4–5	Наскрізна нумерація	25–30 джерел
Додатки	1–30	Остання сторінка, що нумерується	За потреби

Таблиця 2

Структура дипломної роботи освітнього ступеня магістра

Структурний елемент	Кількість сторінок	Нумерація сторінок	Примітка
Титульний аркуш	1	Не нумерується	Додаток В
Завдання на дипломну роботу	1	Не нумерується	Додаток Д
Календарний план виконання роботи	1	Не нумерується	Додаток Д
Реферат	1	Не нумерується	Додаток Е
Перелік скорочень, умовних позначень та символів	1	Не нумерується	За потреби
Зміст	1	Не нумерується	Додаток Ж
Вступ: – актуальність роботи; – зв'язок роботи з науковими програмами, планами та темами; – мета та завдання роботи; – об'єкт дослідження; – предмет дослідження;	5–6	6	Структуру вступу наведено у тексті методичних рекомендацій

Закінчення табл. 2

Структурний елемент	Кількість сторінок	Нумерація сторінок	Примітка
– методи дослідження; – елементи наукової новизни; – практична значущість; – апробація результатів роботи			
Основна частина: РОЗДІЛ 1 (теоретичний) РОЗДІЛ 2 (дослідницько-аналітичний) РОЗДІЛ 3 (проектно-рекомендаційний)	100–110 До 25 До 35 До 30	12 або 13	Кожен із розділів має складатися з трьох підрозділів
Висновки до кожного розділу (Висновки до розділу)	1–2	Наскрізна нумерація	Повинні бути узагальнюючими
Висновки до роботи в цілому (Висновки)	4–5	Наскрізна нумерація	Повинні бути узагальнюючими
Список використаних джерел	5–6	Наскрізна нумерація	40–50 джерел
Додатки	1–30	Остання сторінка, що нумерується	За потреби

Допоміжні або додаткові матеріали, які переобтяжують текст основної частини дипломної роботи, але потрібні для повноти її сприйняття, доцільно винести у додатки. Їх розміщують після висновків. Крім того, у додатки доцільно включати допоміжний матеріал, потрібний для повноти сприйняття роботи:

- реальні документи підприємства;
- рекламні матеріали;
- таблиці допоміжних цифрових даних (наводяться в додатках, якщо за обсягом перебільшують одну сторінку);
- ілюстрації допоміжного характеру.



МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ ОСНОВНОЇ ЧАСТИНИ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Основна частина дипломної роботи складається з таких розділів: розділ 1 – теоретичний; розділ 2 – дослідницько-аналітичний; розділ 3 – проектно-рекомендаційний (для дипломної роботи освітнього ступеня магістра).

Кожний розділ дипломної роботи слід починати з нової сторінки.

У розділах основної частини дипломної роботи детально розглядають методику і техніку дослідження, узагальнюють результати. Зміст розділів основної частини повинен точно відповідати темі роботи та поставленій меті і повністю її розкривати.

У **розділі 1** дипломної роботи (3–4 підрозділи) обґрунтовують теоретичну базу обраної проблеми, наводять огляд літературних джерел, нових розробок, опублікованих статистичних даних та іншої інформації, пов'язаної з темою. Спираючись на наукову, навчально-методичну літературу, розкривають підходи різних авторів до розв'язання проблеми, показують, у чому полягає подібність, а у чому – відмінність їх поглядів, а також обґрунтовують власні погляди на проблему.

У цьому розділі оцінюють чинні закони, постанови, укази та інші офіційно-розпорядні документи, нормативну та довідкову базу за досліджуваною проблемою. Розкривають власне розуміння цієї бази, визначають необхідність, доцільність окремих документів.

Теоретичне обґрунтування, суть, значення, класифікаційні характеристики, історія та сучасні тенденції предмета дослідження, методичні підходи повинні мати власну позицію автора щодо обраних методів дослідження. Це дає змогу перейти в наступному розділі до конкретного аналітичного дослідження.

Бажано ілюструвати текст графічними матеріалами і схемами, графіками, діаграмами тощо.

Цей розділ дипломної роботи завершують написанням «Висновків до розділу 1» обсягом 1–2 с.

Розділ 2 – дослідницько-аналітичний (3–4 підрозділи) – повинен містити:

1. Загальну характеристику ринку, на якому діє досліджуване підприємство. Дослідження ринку розпочинається із визначення його найбільш загальних параметрів, до яких належать:

а) розміри (потенціал) ринку, тобто очікувані сукупні обсяги продажу даного товару протягом певного періоду в певних географічних межах;

б) тенденції розвитку ринку, тобто відомості про зростання (стабілізацію, зменшення) ринку даного товару за останні роки і чинників, що впливали та впливатимуть на ці процеси в майбутньому (наприклад, галузеві тенденції, соціально-економічні чинники, урядова політика тощо);

в) основні способи задоволення попиту споживачів цієї продукції та основні можливі конкуренти.

Після визначення загальних параметрів розвитку ринку слід встановити конкретні сегменти споживачів досліджуваного підприємства. Це передбачає ідентифікацію всіх можливих споживачів та їх класифікацію на більш чи менш однорідні групи на підставі різниці в потребах, поведінці, освіті, статусі тощо задля визначення цільової аудиторії, на яку будуть направлені розробки та рекомендації у наступному розділі дипломної роботи.

Сегментування ринку можна здійснювати за різними ознаками. Якщо продукт підприємства розрахований на споживчий ринок (фізичних осіб), то ознаки такі: географічні, демографічні, психографічні, культурні, особисті. Коли продукт підприємства призначений для виробничого споживання, тоді в процесі сегментації ринку використовують інші критерії: тип виробництва, організаційно-правова форма, циклічність ділової активності, обсяги мінімальної партії поставки; мотиви споживання, якими керуються клієнти, приймаючи рішення про покупку тощо.

2. Загальну характеристику досліджуваного підприємства (слід описати цілі та завдання підприємства, навести історичну довідку про створення, охарактеризувати правовий статус та організаційно-правову форму власності, організаційну структуру підприємства, масштаби діяльності за основними напрямками). Проаналізувати основні фінансово-економічні показники діяльності підприємства.

3. Аналіз маркетингової діяльності підприємства. Доцільно охарактеризувати конкурентне середовище підприємства, на прикладі якого виконується дипломна робота; продіагностувати його діяльність щодо обраного дослідження, проаналізувати маркетингові проблеми з використанням накопиченого фактичного матеріалу та з

залученням потрібних теоретичних знань, методичний інструментарій, який використовується на підприємстві для обґрунтування відповідних стратегічних і тактичних рішень. У ході дослідження рекомендовано спиратися на методологію SWOT-аналізу. На основі складеного переліку стратегічних альтернатив розвитку підприємства у результаті SWOT-аналізу і стратегічного аналізу згенерувати альтернативні глобальні стратегії розвитку підприємства.

На початку генерації альтернативних стратегій потрібно виявити домінуючі конкурентні переваги підприємства. Для цього використати результати аналізу внутрішнього середовища підприємства (перелік сильних і слабких сторін підприємства та профіль полярностей) і аналіз товарного портфелю підприємства (модель М. Портера, І. Ансоффа (матриця «Продукт-ринок»), модель «Частка ринку – зростання ринку» (матриця «Бостон Консалтинг Груп») та модель «Мак-Кінзі»).

Усі аналітичні розрахунки, таблиці, графіки, діаграми мають супроводжуватися тлумаченням та висновками, які дозволяють визначити сутність досліджуваних процесів, що спостерігаються на підприємстві, їх особливості, тенденції, створити базу для виявлення невикористаних резервів. Якщо можливо, текст слід ілюструвати реальними документами (що наводяться в додатках), які треба обов'язково супроводжувати стислими коментарями.

Для виконання другого розділу студент має зібрати фактичні дані під час практичної підготовки. Джерелом інформації є планові й фактичні показники господарської діяльності, статистична та бухгалтерська звітність, накази, розпорядження, результати спостережень, опитувань і обстежень. Особливо важливо правильно узагальнити накопичений фактичний матеріал, згрупувати та обробити дані, на основі яких проводиться кваліфікований аналіз, обґрунтовуються пропозиції.

Бажано, щоб студент у дипломній роботі показав вміння використовувати сучасні інформаційні технології та спеціальне програмне забезпечення. У якості спеціального прикладного завдання може бути використано, як стандартне прикладне завдання (MS Excel, MS Access, Statistica, SPSS, MathCAD, MathLAB), так і власні програмні розробки студентів.

Вивчивши, опрацювавши та узагальнивши аналітичні матеріали студент повинен виявити вплив позитивних і негативних чинників,

встановити причину недоліків, оцінити можливості об'єкта дослідження щодо удосконалення тих чи інших напрямів діяльності.

Цей розділ дипломної роботи завершується написанням «Висновків до розділу 2» обсягом 1–2 с.

Дипломна робота освітнього ступеня магістра передбачає написання **третього (дослідницько-рекомендаційного) розділу** (3–4 підрозділи).

Завданням даного розділу є розробка конкретних рекомендацій, пропозицій, моделей управління параметрами розвитку, діяльності організації на базі основних теоретичних положень, методичних підходів, методичного інструментарію, що викладені у першому розділі, а також обґрунтування висновків за результатами проведеного аналізу у розділі 2 роботи.

Назва розділу формулюється таким чином:

1. Удосконалення ... (об'єкт дослідження) на ... (досліджуване підприємство).
2. Шляхи удосконалення ... (об'єкт дослідження) на ... (досліджуване підприємство).

У ньому, на підставі проведеного аналізу маркетингової діяльності слід розробити пропозиції з удосконалення методів (способів, прийомів) розв'язання проблеми, оцінити ефективність застосування цих пропозицій, розробити напрямки подальшого удосконалення і розвитку маркетингової діяльності підприємства.

Потрібно звернути увагу, що система запропонованих заходів (рекомендацій) логічно впливає з теоретичної та попередніх параграфів аналітичної частин і спрямована на подолання суперечностей між реальним і бажаним станами об'єкта дослідження з урахуванням індивідуальних завдань. Тобто конкретні заходи (пропозиції, рекомендації тощо), запропоновані студентом, повинні спрямовуватися на забезпечення показників економічного зростання.

Детальні пропозиції щодо вдосконалення діяльності організації мають відповідати напряму дослідження: кожна з розгорнутим обґрунтуванням, у зв'язку і як наслідок висновків із аналізу, проведеного у розділі 2, відштовхуючись від виявлених відхилень, проблем та недоліків. Бажано, щоб запропоновані удосконалення та інновації містили розрахунково-кількісне (економічне) обґрунтування.

Склад цього розділу визначається не лише особливостями теми дипломної роботи, але й специфікою конкретного підприємства. На

підставі проведеного аналізу обирають напрямок реорганізації маркетингової діяльності і методи вирішення цього завдання. Слід внести раціональні корективи у чинну структуру і їх обґрунтування, показати наукову новизну досліджень, практичну цінність, висновки і рекомендації. При цьому бажано спиратися на результати моделювання (прогнозування) маркетингової (виробничої, збутової) діяльності підприємства економіко-математичними методами. Для аналізу сучасного стану та складання прогнозів розвитку підприємства потрібно використовувати інструменти середовища Microsoft Excel: майстер діаграм, пакет аналізу, інструменти «Пошук рішення» та «Підбір параметра» та ін.

Цей розділ дипломної роботи завершується написанням «Висновків до розділу 3» обсягом 1–2 с.

Обсяг третього розділу дипломної роботи освітнього ступеня магістра має становити не менше 25–30 с.

Кожен розділ основної частини дипломної роботи закінчують короткими висновками обсягом до однієї сторінки.

Висновки до розділів повинні містити:

- коротку сутність аналізу (мета, умови тощо);
- коротку характеристику отриманого результату з цифрами і фактами;
- характеристику новизни отриманого результату;
- аналіз відповідності даних, передбачених теорією, з даними практики;
- практичну цінність отриманого результату.



ОСНОВНІ ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Пояснювальну записку до дипломної роботи виконують згідно з ДСТУ 3008-95 «Документація. Звіти у сфері науки і техніки».

Мова дипломної роботи – державна; стиль – науковий, чіткий, без орфографічних і синтаксичних помилок, послідовність – логічна.

Матеріал слід викладати від першої особи множини, наприклад: «приймаємо», «знаходимо». У тексті роботи потрібно використовувати наукові терміни, позначення, визначення, встановлені відповідними стандартами та термінологічними словниками, а якщо таких немає – загальноприйняті в науковій літературі.

Слід дотримуватися певних вимог щодо літературного оформлення роботи, а саме:

- чітко, зрозуміло, систематизовано та послідовно викладати матеріал;

- ділити текст на абзаци: кожен абзац має містити самостійну думку, виражену одним чи кількома реченнями; абзац починається з нового рядка, з великої літери;

- не повинно бути повторів, думка має бути закінчена, занадто довгі, ускладнені речення потрібно розбивати на прості;

- уникати необґрунтованих пропозицій та висновків;

- дотримуватися єдиних умовних позначень і скорочень слів, які відповідали б загальноприйнятим нормам.

Дипломна робота має бути надрукована на аркушах паперу формату А-4 (210×297 мм), (шрифт Times New Roman, розмір 14, інтервал 1,5), абзац 1–1,25 см, але однаковий по всьому тексту, поля: ліве – 3 см, праве – 1,5 см, нижнє, верхнє – 2 см.

Номер сторінки ставиться у верхньому правому куті (12 пт).

Структурні елементи дипломної роботи (Титульний аркуш, Завдання, Реферат, Зміст, Вступ (починається зі с. 6, це перша сторінка, яка нумерується), розділи 2(3), висновки до кожного розділу, Висновки, Список використаних джерел, Додатки (на окремому аркуші пишеться слово ДОДАТКИ, і це остання сторінка, яка нумерується) та їх назви друкують великими жирними літерами по центру (без абзацу), міжрядковий інтервал – 1,5.

Заголовки пунктів друкують маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу в розрядці в підбір до тексту. У кінці таким чином надрукованого заголовка ставлять крапку. Підрозділи, висновки до розділів, пункти та підпункти не треба починати з нової сторінки.

Схеми, діаграми, графіки й інші ілюстративні матеріали позначають словом «Рисунок» і нумерують арабськими цифрами. Рисунки розмішують по центру сторінки (без абзацу), назву рисунка та його номер розмішують під самим рисунком. Номер рисунку складається з номера розділу та його порядкового номера, між якими ставиться крапка. Наприклад: рис. 1.2. (другий рисунок першого розділу). Обов'язково посилається на рисунок або таблицю до самого графічного об'єкта. На всі ілюстрації в роботі повинні бути дані посилання. У тексті повинні бути посилання на ілюстрації типу

«зображено на рис. 2.5», або «(рис. 2.5)». Посилання на раніше згадані ілюстрації даються із скороченням слова «дивись», наприклад, «див. рис. 2.5». Слово «рисунок» пишеться скорочено (рис.) лише тоді, якщо поруч стоїть номер (див. рис. 2.5), якщо номера немає, слово «рисунок» пишеться повністю.

Теоретичні, експериментальні дані й цифровий матеріал, здебільшого, оформляють у вигляді таблиць. Кожна таблиця повинна мати назву, яку розміщують над нею і друкують симетрично до тексту. Назву і слово «Таблиця» починають з великої літери. Таблиці нумерують аналогічно оформленню рисунків. У правому верхньому куті над відповідним заголовком таблиці розміщують напис «Таблиця» із зазначенням її номера. При переносі частини таблиці на іншу сторінку слово «Таблиця» вказують один раз над першою частиною таблиці, над іншими частинами праворуч пишуть «Продовження табл. 1.8» або «Закінчення табл. 3.4», а у верхній частині таблиці зберігають лише рядок із нумерацією стовпців. Текст у таблиці повинен бути розміром 12–14 пт, абзац – 1–1,25 см. Крапка після номера таблиці не ставиться.

Посилання на літературне джерело зазначають під таблицею. Можливі варіанти оформлення посилань:

- Джерело: [14], якщо таблицю відображено ідентично джерелу;
- Складено на основі праці [14], якщо таблицю автор формував відповідно до даних літературного джерела;
- Складено за даними праці [14], якщо таблицю автор формував на підставі даних Державної служби статистики, підприємства;
- Розраховано за даними праці [14], якщо автор самостійно робив розрахунки, використовуючи дані Державної служби статистики, підприємства;
- Розроблено (складено) автором, якщо таблиця є власною розробкою (цей напис зазначається курсивом у круглих дужках).

Формули і рівняння виділяють із тексту у окремий рядок і розташовуються по середині рядка. Формули та рівняння розташовують безпосередньо після тексту, в якому вони згадуються, посередині сторінки. Вище і нижче кожної формули або рівняння повинно бути залишено не менше одного вільного рядка. Номер формули або рівняння складається з номера розділу і порядкового номера, відокремлених крапкою, наприклад, формула (1.3) – третя формула першого розділу.

Для написання зручно використовувати редактор формул зі стилем: напівжирний, розміром звичайний – 14 пт, великий індекс – 10 пт, дрібний індекс – 7 пт, великий символ – 20 пт, дрібний символ – 10 пт.

Розділовими знаками між формулами, котрі йдуть одна за одною і не відокремлені текстом, можуть бути кома або крапка з комою безпосередньо за формулою до її номера. Формули нумерують арабськими цифрами, номер ставлять із правого боку сторінки у дужках, на рівні формули. Усі номери слід розташовувати на однаковій відстані від правого краю сторінки.

Додатки оформлюють як продовження дипломної роботи на наступних її сторінках або у вигляді окремої частини, розміщуючи їх у порядку появи посилань у тексті. Вони мають спільну з основним текстом наскрізну нумерацію сторінок. Кожен додаток слід розміщувати на новій сторінці та позначати послідовно (вирівнювання тексту з правого боку рядка) вище від його назви великими літерами (А, Б, В,...), за винятком літер Г, Є, І, Ї, И, О, Ч, Ь. На наступному рядку напівжирним шрифтом з вирівнюванням посередині малими літерами з першої великої друкують заголовок додатка.

У разі перенесення частини додатка на наступну сторінку пишуть «Продовження дод. А», а назву не зазначають. На останній сторінці, де розміщується додаток, пишуть «Закінчення дод. А».

До складу додатків, зазвичай, включають:

- первинні документи, облікові реєстри, форми звітності та накази по підприємству (установі, організації);
- результати опитування респондентів;
- проміжні математичні доведення, формули і розрахунки;
- таблиці допоміжних цифрових даних;
- інструкції і методики;
- ілюстрації допоміжного характеру.

Додатки не мають обмежень за обсягом.

Таблиці та рисунки в додатках оформляють так само, як і в основному тексті роботи.

Допускається використання автоматичної нумерації та маркерів, які по всьому тексту роботи мають бути одного стилю.

Матеріал дипломної роботи треба викладати коротко, уникати повторів і відхилень від теми, не робити довгі розрахунки. Термінологія і визначення показників мають бути єдиними і відповідати

стандартам, а якщо таких немає – загальноприйнятим у науковій літературі правилам. Скорочувати слова не можна за винятком загальновідомих абревіатур. У разі використання специфічних абревіатур, зумовлених темою дипломної роботи, треба спочатку написати слово або групу слів повністю, а в дужках подати абревіатуру, яка далі застосовуватиметься.

Додаткові вимоги щодо оформлення дипломної роботи наведено у [3].



ПОРЯДОК ЗАХИСТУ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Попередній захист дипломної роботи

За графіком, затвердженим випусковою кафедрою (за 15–20 днів до засідання ЕК із захисту дипломних робіт), відбувається попередній захист роботи в комісії, яка складається з викладачів випускової кафедри. На засіданні комісії повинні бути присутні наукові керівники дипломних робіт студентів, які захищатимуться. Якщо науковий керівник не може бути присутнім, він повинен завчасно подати письмову резолюцію на роботу студента, у якій має зазначити, чи пропонує він допустити роботу до захисту в ЕК та стан готовності роботи.

На попередній захист студент повинен принести дипломну роботу (у незброшурованому вигляді), а також має підготувати коротку доповідь (на 3–4 хв), у якій слід викласти актуальність, мету, завдання роботи, яку він виконував, та стисло зазначити, що було зроблено з кожного завдання. У кінці своєї доповіді студент має вказати стан готовності роботи.

На засіданні кафедри розглядається якість написання і оформлення, обговорюється науковий рівень роботи та робиться висновок про рівень підготовки студента. Рівень роботи може бути визнаним таким, що відповідає рівню дипломної роботи.

У разі, коли робота за змістом, обсягом та оформленням не відповідає вимогам, її повертають студентові на доопрацювання. Після усунення недоліків студент повинен пройти попередній захист повторно.

Завершену і відповідним чином оформлену дипломну роботу, підписану власноруч, студент подає науковому керівникові для перевірки і написання відгуку. Науковий керівник, перевіrivши дипломну роботу, підписує титульний аркуш і надає розгорнутий письмовий відгук.

Рецензування дипломної роботи

До захисту в ЕК дипломна робота допускається після рецензування: відгуку наукового керівника (дод. З) та рецензії (дод. К), підписаного фахівцем у відповідній галузі.

Відгук наукового керівника має свідчити про міру самостійності дослідження, актуальність теми, відповідність змісту роботи планові, містити висновок про можливість допуску дипломної роботи до захисту в ЕК, про відповідність роботи кваліфікаційним вимогам спеціальності та можливість присвоєння студентові відповідної кваліфікації. Зазвичай відгук науковий керівник пише в довільній формі, зазначаючи:

- актуальність теми;
- наукове і практичне значення роботи;
- рівень підготовки дипломника до виконання професійних обов'язків;
- міру самостійності виконання дипломної роботи;
- уміння використовувати літературу;
- рівень оволодіння методами дослідження;
- повноту та якість розроблення теми;
- логічність, послідовність, аргументування, грамотність викладення матеріалу;
- можливість практичного застосування роботи або окремих її частин;
- недоліки роботи;
- об'єктивну оцінку роботи;
- висновок про те, якою мірою вона відповідає вимогам, що висуваються до дипломних кваліфікаційних робіт спеціальності, за якою захищається робота.

Рецензію на роботу пише фахівець відповідної кваліфікації. Список рецензентів дипломних робіт надається випускникам не пізніше ніж за два тижні до початку роботи ЕК.

Рецензування оформляють на спеціальному бланку, який видається студентам разом із пакетом завдань на дипломну роботу.

Рецензія має бути надрукована або написана рецензентом власноруч і підписана ним. У рецензії зазначають:

- актуальність обраної теми;
- повноту і ґрунтовність дослідження;
- використання новітніх досягнень сучасної теорії маркетингу;

- міру, ступінь використання матеріалу підприємства;
- обґрунтованість одержаних висновків і пропозицій;
- указуються оцінка й недоліки роботи, можлива практична цінність.

Рецензент оцінює роботу за 100-бальною та національною шкалами і шкалою ECTS (наприклад, 90/відмінно/А).

Вносити зміни до роботи після одержання рецензії не можна.

Рецензія подається на випускову кафедру не пізніше ніж за три дні до офіційного захисту на засіданні ДЕК.

Підготовка дипломної роботи до захисту в ЕК

Під час підготовки дипломної роботи до захисту велику увагу слід приділити наочному матеріалу (рисунокам, таблицям, схемам тощо), який має бути тісно пов'язаний з текстом дипломної роботи.

Наочний матеріал має бути наданий на аркушах білого кольору формату А4 (210×297 мм) з урахуванням вимог щодо оформлення роздаткового матеріалу, оформленого відповідним чином: 5–6 примірників (обсягом 8–10 сторінок). Роздатковий матеріал брошурують без твердих палітурок, він має титульний аркуш (додаток Л) і наскрізну нумерацію арабськими цифрами симетрично у верхньому куті аркуша.

Оформляються схеми, таблиці, діаграми, графічний матеріал у роздатковому матеріалі аналогічно до їх відображення в текстовій частині дипломної роботи.

На одному з аркушів слід розмістити основні техніко-економічні показники виробничо-господарської діяльності підприємства, на основі яких виконано дипломну роботу.

Подання роботи до ЕК. Допущена до захисту дипломна робота, відгук керівника і рецензія, довідки про успішність встановленого зразка, наочні матеріали (затверджені керівником) та інші документи подаються секретареві ЕК не пізніше ніж за три дні до захисту.

Складаючи доповідь, потрібно стисло викласти основні результати дослідження. При цьому слід розкрити такі питання: актуальність теми; мета та завдання, поставлені в роботі; основні результати проведеного дослідження; короткі висновки та рекомендації щодо вирішення порушених у роботі питань.

Регламент доповіді: 7–10 хвилин.

Готуючись до захисту дипломної роботи, доцільно ретельно ознайомитися з відгуком наукового керівника і рецензією та продумати аргументовані відповіді на зауваження.

Тези доповіді й наочний матеріал треба погодити з науковим керівником.

Головну увагу в доповіді (не менше 70 % часу) приділяють аналітичній і рекомендаційній частині, висновкам і рекомендаціям, сформульованим за результатами дослідження.

Орієнтована структура доповіді:

- вступ, тема дипломної роботи і обґрунтування її вибору та актуальність;

- коротка характеристика роботи і перелік її структурних частин;
- викладення аналітичної і рекомендаційної частини роботи;
- висновки і пропозиції.

Відповідно до розподілу часу складають тези – своєрідний концепт доповіді. Наявність тез гарантує якість і чіткість виступу. Читати тези під час захисту не рекомендується: текст потрібен лише для того, щоб підготуватися до виступу. Дозволяється зачитати лише висновки і пропозиції.

Виступ повинен бути чітким і лаконічним, не слід відступати від раніше побудованої схеми відповіді.

Закінчивши виступ, слід уважно вислухати запитання та зауваження членів ЕК й надати вичерпні відповіді.

Захист дипломної роботи в ЕК

Випускників до захисту дипломної роботи допускає кафедра маркетингу не пізніше ніж за два тижні до початку роботи ЕК на підставі результатів проведеного передзахисту, оформляють протоколом засідання кафедри.

У разі недопуску випускника до захисту дипломної роботи кафедра визначає можливість її доопрацювання у термін не пізніше ніж за три дні до початку роботи ЕК з повторним проведенням передзахисту роботи.

За підсумками попереднього захисту дипломних робіт на кафедрі маркетингу декан факультету (директор інституту) видає розпорядження щодо допуску випускників до захисту, яке доводиться до відома випускників не пізніше ніж за два дні до початку роботи ЕК.

Дипломну роботу захищають публічно у терміни, визначені наказом ректора НАУ, на відкритому засіданні ЕК. Загальна тривалість засідання ЕК не може перевищувати шести годин на день.

Графік захисту дипломних робіт на кожен день роботи ЕК складають факультет (інститут) за поданням випускової кафедри на

підставі результатів передзахисту випускників освітніх ступенів бакалавра, магістра спеціальності 075 «Маркетинг» і доводять його до відома випускників не пізніше ніж за два дні до початку роботи ЕК.

Мета захисту – визначити рівень знань випускника спеціальності 075 «Маркетинг», рівень оволодіння теоретичним і практичним матеріалом та рівень підготовленості фахівця загалом.

До початку захисту дипломної роботи на засідання ЕК мають бути надані документи:

- витяг із наказу ректора університету про затвердження персонального складу ЕК та терміну її роботи;
- розпорядження декана факультету (директора інституту) зі списком випускників, які допущені до атестації;
- повністю заповнені та завірені деканом факультету (директором інституту) залікові книжки випускників;
- зведені відомості про підсумки виконання кожним випускником навчального плану й отримані оцінки з усіх видів виконаної ними навчальної роботи;
- Положення про рейтингову систему оцінювання набутих випускниками знань, умінь, навичок та інших компетентностей;
- графік захисту випускниками дипломних робіт на кожен день роботи ЕК, складений деканом факультету (директором інституту) і затверджений проректором з навчальної роботи;
- пояснювальні записки та роздатковий матеріал до дипломних робіт, винесених на захист, на паперових та електронних носіях;
- відгуки керівників на кожную дипломну роботу;
- рецензії на кожную дипломну роботу;
- інші матеріали, що характеризують теоретичну та практичну цінність дипломних робіт.

Черговість захисту встановлює кафедра маркетингу і про це своєчасно повідомляють випускників.

До аудиторії, де проводитиметься захист, допускаються керівник роботи, професорсько-викладацький склад кафедри, рецензент та студенти з дозволу голови ЕК. Особам, які перебувають в аудиторії і не входять до складу комісії, категорично заборонено втручатися в хід захисту.

Тривалість захисту однієї дипломної роботи не повинна перевищувати 30 хв, причому, на розкриття змісту дипломної роботи випускнику відводяться до 12–15 хв.

Захист дипломної роботи рекомендується здійснювати на засіданні ЕК у такому порядку:

- оголошення секретарем ЕК прізвища, імені та по батькові випускника, теми його дипломної роботи, а також зведених відомостей щодо підсумків виконання ним навчального плану і отримання оцінок з усіх видів навчальної роботи – до 1 хв;

- особиста доповідь випускника голові ЕК про готовність до захисту і (після отримання від голови дозволу) доповідь щодо змісту дипломної роботи, включаючи суть проблеми, поставлені завдання, ухвалені наукові (технічні) рішення, отримані результати та їх упровадження – до 12–15 хв; при цьому випускник повинен супроводжувати свою доповідь наочним матеріалом: кресленнями, графіками, таблицями, слайдами тощо, у тому числі з використанням мультимедійних засобів, та демонстрацією експериментального зразка зробленого приладу, системи тощо, якщо це було передбачено завданням;

- відповіді випускника на запитання членів ЕК – до 12–15 хв;

- оголошення секретарем ЕК відгуку керівника зі стислою характеристикою діяльності випускника у процесі виконання дипломної роботи, міри самостійності при вирішенні поставлених завдань, його здібностей як майбутнього фахівця, можливості присвоєння кваліфікації тощо – до 1 хв;

- оголошення секретарем ЕК рецензії на дипломну роботу – до 1 хв;

- відповіді випускника на зауваження керівника дипломної роботи та рецензента – до 2–3 хв;

- оголошення голови ЕК про закінчення захисту.

Виконувати та захищати дипломні роботи випускники мають державною мовою, за винятком випускників (у тому числі – громадян України), що проходили навчання в університеті з повним викладанням навчальних дисциплін іноземними мовами, порядок проходження державної атестації яких регламентується окремими документами.



КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Відповідно до наказу Міністерства освіти і науки України від 23.01.2004 р. № 48 «Про проведення педагогічного експерименту з кредитно-модульної системи організації навчального процесу», Поло-

ження про атестацію випускників Національного авіаційного університету освітньо-кваліфікаційних рівнів (освітніх ступенів) бакалавра, спеціаліста, магістра, затвердженого ректором 05.02.2015 р. № 06/од, Методичних рекомендацій щодо рейтингової системи оцінювання результатів атестації здобувачами вищої освіти освітніх ступенів бакалавра, магістра та освітньо-кваліфікаційного рівня «спеціаліст» у формі виконання та захисту дипломних робіт (проектів), затверджених наказом ректора від 07.07.2016 № 274/од, Державна атестація випускників освітньо-кваліфікаційних рівнів (освітніх ступенів) бакалавра, спеціаліста, магістра в умовах кредитно-модульної системи здійснюється в ЕК шляхом рейтингового оцінювання результатів виконання та захисту дипломних проектів (робіт) з використанням підсумкової рейтингової оцінки.

Підсумки захисту дипломних робіт оцінюють в установленому порядку рейтингової системи оцінювання за 100-бальною шкалою з наступним переведенням оцінки до національної шкали («Відмінно», «Добре», «Задовільно», «Незадовільно») та шкалою ECTS (наприклад, 85/Добре/В).

Підсумкова рейтингова оцінка результатів виконання та захисту дипломного проекту (роботи) в балах визначається як середньоарифметична оцінка з рейтингових оцінок голови та членів ЕК (табл. 3).

Таблиця 3

Шкала оцінювання результатів виконання та захисту дипломного проекту (роботи)

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS
90–100	Відмінно	A
82–89	Добре	B
75–81		C
67–74	Задовільно	D
60–66		E
35–59	Незадовільно	FX
1–34		F

Рейтингове оцінювання результатів виконання та захисту дипломного проекту (роботи) здійснюється в балах головою та кожним членом ЕК з урахуванням критеріїв та відповідних кількісних оцінок, наведених у табл. 4

Таблиця 4

Оцінювання результатів виконання та захисту дипломної роботи

№ з/п	Критерії оцінювання результатів виконання дипломного проекту	Кількість балів (max)	Зміст критеріїв оцінювання	Оцінка в балах
1	Актуальність теми, її відповідність сучасним вимогам	10	Відповідає повністю Відповідає неповністю Відповідає недостатньо	10 8 6
2	Повнота, науковий рівень обґрунтування розробок та запропонованих рішень	20	Достатньо повно та обґрунтовано Недостатньо повно та обґрунтовано Неповно та недостатньо обґрунтовано	20 16 12
3	Практична цінність розробок та запропонованих рішень, їх упровадження у виробництво або навчальний процес	10	Мають практичну цінність, упроваджені у виробництво або в навчальний процес (наявність акта впровадження) Частково мають практичну цінність Деякі елементи розробок мають практичну цінність, можливе їх упровадження у виробництво або в навчальний процес	10 8 6
4	Рівень використання комп'ютерної техніки та інформаційних технологій при розробленні дипломного проекту (роботи)	10	Високий рівень Середній рівень Низький рівень	10 8 6
5	Відповідність дипломного проекту (роботи) вимогам нормативних актів України, ДСТУ, якість оформлення матеріалів	10	Достатньо повна, висока якість Недостатньо повна, прийнятна якість Неповна, невисока якість	10 8 6

Закінчення табл. 4

№ з/п	Критерії оцінювання результатів виконання дипломного проекту	Кількість балів (max)	Зміст критеріїв оцінювання	Оцінка в балах
6	Змістовність доповіді та відповідей випускника на запитання членів ЕК під час захисту основних положень дипломного проекту (роботи)	40	Доповідь та відповіді на запитання повні, послідовні, логічні Доповідь та відповіді на запитання недостатньо повні, логічні та послідовні Непослідовно та нелогічно побудована доповідь, недостатньо повні відповіді на запитання	40 32 24
Усього		100	–	–

Рейтингові оцінки, визначені за кожним критерієм, заносять до відповідних робочих таблиць члени ЕК та її голова. При цьому до уваги беруть висновок рецензента та виставлену ним оцінку.

Обговорення результатів виконання та захисту студентами-випускниками дипломних проектів (робіт), визначення рейтингових оцінок та ухвалення рішення щодо присвоєння випускникові кваліфікації з видачею диплома встановленого зразка (або встановленого зразка з відзнакою), надання рекомендації щодо вступу до аспірантури тощо здійснюється на закритому засіданні ЕК за встановленою процедурою. За рівної кількості голосів голос голови ЕК є вирішальним.

Повторний захист дипломної роботи з метою підвищення позитивної підсумкової рейтингової оцінки не дозволяється.

Підсумкові рейтингові оцінки результатів виконання та захисту студентами-випускниками дипломних проектів (робіт) заносять до Протоколу засідання Екзаменаційної комісії з проведення захисту дипломних проектів (робіт) у балах за 100-бальною шкалою, за національною шкалою та шкалою ECTS, наприклад, так: **90/Відм./А, 84/Добре/В, 65/Задов./Е.**

У разі неявки студента на захист дипломної роботи з будь-яких причин у Протоколі засідання Екзаменаційної комісії з проведення захисту дипломних робіт робиться запис: «Не атестований у зв'язку

з неявкою на засідання екзаменаційної комісії», а питання державної атестації студента вирішується в установленому порядку.

У разі отримання студентом за виконання та захист дипломної роботи підсумкової рейтингової оцінки «Незадовільно» (за національною шкалою) ЕК заносить до протоколу відповідну оцінку, а сам випускник вважається неатестованим.

Підсумки державної атестації випускників у формі захисту дипломної роботи оголошують в день проведення захисту після оформлення протоколу засідання ЕК.

У разі, коли підсумки захисту випускником дипломної роботи визнаються ЕК незадовільними, комісія встановлює, чи може цей випускник подати на повторний захист ту ж роботу з доопрацюванням, чи він повинен виконати роботу за новою темою, узгодженою з випусковою кафедрою.

Випускникові, який був допущений до захисту дипломної роботи, але не захистив її з поважної причини (документально підтвердженої), за поданням декана факультету (директора інституту) голова ЕК може дозволити здійснити захист в інший день у межах терміну роботи комісії.

Неатестованому з неповажних причин за підсумками захисту дипломної роботи і відрахованому з університету за наказом ректора випускникові видається академічна довідка встановленого зразка. Відрахований з університету як неатестований випускник має право на повторний захист дипломної роботи в університеті не раніше ніж через чотири місяці і не пізніше ніж через три роки після проходження державної атестації вперше.

**Зразок оформлення заяви випускника
Навчально-наукового інституту неперервної освіти
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Узгоджено

Завідувач кафедри маркетингу

_____ (підпис) _____ (П.І.Б.)
« _____ » _____ 20__ р.

Керівник дипломної роботи

_____ (підпис) _____ (П.І.Б.)
« _____ » _____ 20__ р.

Директору ННІНО

студента _____ курсу _____ групи
освітнього ступеня _____
(бакалавр/магістр)

спеціальності _____

_____ (П.І.Б. повністю)

З А Я В А

Прошу затвердити тему дипломної роботи № _____ по кафедрі маркетингу

_____ (повна назва теми)

Проект буду виконувати з _____ по _____ із захистом у _____ 20__ р.
(місяць)

« _____ » _____ 20__ р. _____
(підпис студента)

Завідувачу кафедри маркетингу

Прошу затвердити тему дипломної роботи № _____

_____ (назва теми)

студентові _____ групи _____

_____ (прізвище, ім'я, по батькові)

та призначити керівником _____

_____ (прізвище, ім'я, по батькові, місце роботи, посада)

Дипломну роботу буду виконувати з _____ по _____ із захистом у
_____ 20__ р.
(місяць)

« _____ » _____ 20__ р. Заст. директора НН ІНО _____
(підпис)

**Зразок оформлення заяви випускника
факультету економіки та бізнес-адміністрування НАУ**

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Узгоджено

Завідувач кафедри маркетингу

(підпис) (П.І.Б.)

« ____ » _____
20__ р.

Керівник дипломної роботи

(підпис) (П.І.Б.)

« ____ » _____
20__ р.

Декану ФЕБА

студента _____ курсу _____ групи
освітнього ступеня _____

(бакалавр/магістр)

спеціальності _____

(П.І.Б. повністю)

З А Я В А

Прошу затвердити тему дипломної роботи №__ по кафедрі маркетингу

(повна назва теми)

та призначити керівником дипломної роботи _____

(наук. ступінь, посада)

(П.І.Б. керівника повністю)

Дипломну роботу буду виконувати з « ____ » _____ 20__ р. по
« ____ » _____ 20__ р. із захистом у _____ 20__ р.

(місяць)

« ____ » _____ 20__ р.

Підпис студента _____

**Орієнтовний графік організації та виконання
дипломної роботи студентами спеціальності 075 «Маркетинг»
освітніх ступенів бакалавра та магістра на 20__/20__ н.р.**

Дата	Вид роботи
	1. Вибір теми дипломної роботи. 2. Вибір наукового керівника. 3. Подання на кафедру заяви встановленого зразка з підписами керівника дипломної роботи; завідувача кафедри; директора інституту (декана факультету)
	Складання та узгодження з керівником плану дипломної роботи
	Написання розділу 1 дипломної роботи та узгодження його з керівником
	Звітування керівника дипломної роботи на засіданні кафедри про стан виконання дипломниками розділу 1
	Написання, оформлення та узгодження з керівником матеріалів розділу 2 дипломної роботи
	Звітування керівника дипломної роботи на засіданні кафедри про стан виконання розділу 2 дипломної роботи студента
	Написання, оформлення та затвердження матеріалів розділу 3 дипломної роботи (для освітнього ступеня магістра)
	Звітування керівника дипломної роботи на засіданні випускової кафедри про стан виконання розділу 3 дипломної роботи студента (для освітнього ступеня магістра).
	1. Узгодження дипломної роботи з науковим керівником. 2. Узгодження оформлення дипломної роботи. 3. Оформлення наочного матеріалу. 4. Проходження нормоконтролю. 5. Підготовка виступу. 6. Переплетення дипломної роботи. 7. Одержання рецензії та відгуку на дипломну роботу. 8. Подання роботи на кафедру маркетингу
	Робота екзаменаційної комісії. Захист дипломної роботи

ДОДАТОК В

Зразок титульного аркуша пояснювальної записки

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ
(або Навчально-науковий інститут неперервної освіти)
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ**

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри маркетингу

« ____ » _____ 20__ р.

**ДИПЛОМНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)**

**ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО
СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА або МАГІСТРА
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 075 «МАРКЕТИНГ»**

Тема: _____

Виконавець _____
(студент, група, П.І.Б.)

Керівник: _____
(науковий ступінь, вчене звання, П.І.Б.)

Нормоконтролер: _____
(підпис) (П.І.Б.)

Київ 20__

**Зразок бланка завдання на виконання
дипломної роботи**

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та бізнес-адміністрування
(або Навчально-науковий інститут неперервної освіти)
Кафедра маркетингу
Освітній ступінь бакалавра/магістра
Спеціальність 075 «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри маркетингу

(прізвище, ініціали)
« _____ » _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ
на виконання дипломної роботи

(прізвище, ім'я, по батькові в родовому відмінку)

1. Тема дипломної роботи _____

затверджена наказом ректора від «__» _____ 20__ р. № _____

2. Термін виконання роботи: з _____ по _____

3. Вихідні дані роботи: _____

4. Зміст пояснювальної записки: _____

5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: _____

Зразок оформлення реферату пояснювальної записки

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Напрямки вдосконалення маркетингової діяльності ... (досліджуване підприємство)»: 115 с., 15 рис., 12 табл., 47 літературних джерел, 12 додатків.

Об'єкт дослідження – процеси управління маркетинговою діяльністю... (досліджуване підприємство).

Предмет дослідження – методи і підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності ... (досліджуване підприємство) та розробки його маркетингової стратегії.

Мета дослідження – розробка пропозицій та рекомендацій щодо організації та планування маркетингової діяльності підприємства, а також вдосконалення його маркетингової стратегії розвитку.

Методи дослідження – економіко-статистичні та економіко-математичні, табличний та графічний прийоми, системний та маркетинговий підхід, метод порівняння, експертних оцінок, PEST-аналіз, SWOT-аналіз, логічного узагальнення та інші.

Наукові результати дипломної роботи апробовані на ... конференціях, ... семінарах та опубліковані ... (збірниках наукових праць, наукових журналах, збірниках матеріалів конференцій тощо).

Матеріали дипломної роботи можуть бути використані в діяльності підприємства при організації та плануванні їх маркетингової діяльності та стратегічного розвитку, а також в навчальному процесі вищих навчальних закладів.

КОМУНІКАЦІЯ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, МАРКЕТИНГ, СТРАТЕГІЯ, МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ, ПРОДУКЦІЯ, СПОЖИВАЧ, СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ, ТОВАРНА ПОЛІТИКА, ЕФЕКТИВНІСТЬ.

**Зразок оформлення змісту дипломної роботи освітнього ступеня
бакалавра спеціальності 075 «Маркетинг»**

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ (ОСНОВИ) МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ АВІАРИНКУ УКРАЇНИ.....	9
1.1. Теоретичні підходи щодо визначення маркетингового комплексу підприємства.....	9
1.2. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища авіаринку України	17
1.3. Особливості сегментації та фактори впливу на споживачів ринку авіаційних послуг	25
Висновки до розділу 1	30
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПрАТ «МІЖНАРОДНІ АВІАЛІНІЇ УКРАЇНИ»	31
2.1. Загальний аналіз авіаринку України.....	31
2.2. Стисла загальна характеристика та аналіз основних фінансово-економічних показників діяльності авіакомпанії ПрАТ «МАУ»	39
2.3. Оцінка впливу проблемних питань на результати діяльності ПрАТ «МАУ»	48
2.4. Аналіз особливостей функціонування елементів комплексу маркетингу та перспективи розвитку ПрАТ «МАУ».....	53
Висновки до розділу 2	59
РОЗДІЛ 3. ОБГРУНТУВАННЯ ЗАХОДІВ (ПРОЕКТ) РОЗВ'ЯЗАННЯ ДОСЛІДЖУВАНОЇ ПРОБЛЕМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	73
3.1. Концепція, стратегія, напрями перспективного розвитку підпри- ємства та вибір альтернативних заходів щодо їх реалізації	73
3.2. Економічне обґрунтування доцільності та ефективності здійснення заходів (проекту).....	81
3.3. Оцінка впливу запропонованих заходів (проекту) на основні результати діяльності підприємства	92
Висновки до розділу 3	100
ВИСНОВКИ.....	102
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	107
ДОДАТКИ	112

Зразок бланка відгуку керівника дипломної роботи

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

В І Д Г У К

**керівника дипломної роботи освітнього ступеня бакалавра /
освітнього ступеня магістра**

випускника кафедри маркетингу
факультету економіки та бізнес-адміністрування
(або Навчально-наукового інституту неперервної освіти)

(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник дипломної роботи:

(науковий ступінь, посада, вчене звання)

(П.І.Б)

« ____ » _____ 20__ р.

(підпис)

Зразок бланка рецензії на дипломну роботу (проект)

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

РЕЦЕНЗІЯ

**на дипломну роботу освітнього ступеня бакалавра /
освітнього ступеня магістра**

випускника кафедри маркетингу
*факультету економіки та бізнес-адміністрування
(або Навчально-наукового інституту неперервної освіти)*

(прізвище, ім'я, по батькові)

Рецензент:

(науковий ступінь, посада, вчене звання)
« ____ » _____ 20__ р.

(П.І.Б)

(підпис)

З рецензією ознайомлений _____

(підпис)

(П.І.Б. випускника)

« ____ » _____ 20__ р.

Зразок оформлення титульного аркуша научних матеріалів

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет
Факультет економіки та бізнес-адміністрування
(або Навчально-науковий інститут неперервної освіти)
Кафедра маркетингу

УЗГОДЖЕНО
Науковий керівник

(підпис)

« ____ » _____ 20__ р.

НАОЧНИЙ МАТЕРІАЛ

до дипломної роботи
на тему:

студента _____ групи,
факультету/інституту _____
спеціальності _____
ОС _____

(прізвище, ініціали)

Науковий керівник _____
(прізвище, ініціали)

Київ 20__

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. *Про вищу освіту*: Закон України від 01.07.2014 № 1556-VII (зі змінами). – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>

2. *Положення про атестацію випускників Національного авіаційного університету освітньо-кваліфікаційних рівнів (освітніх ступенів) бакалавра, спеціаліста, магістра*. – Режим доступу: <https://nau.edu.ua/ua/menu/navchannya/kreditno-modulna-sistema/polozhennya-pro-atestacz%D1%96yu-vipusknik%D1%96v-nacz%D1%96onalnogo-av%D1%96acz%D1%96jnogo-un%D1%96versitetu.html>

3. *Положення про дипломні роботи (проекти) випускників Національного авіаційного університету*. – Режим доступу: <https://nau.edu.ua/site/variables/news/2017/12/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%20%D0%B4%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC%D0%BD%D1%96%20%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B8%202017.pdf>

4. *Положення про організацію освітнього процесу в Національному авіаційному університеті*. – Режим доступу: https://nau.edu.ua/site/variables/docs/docsmenu/uchebniy%20process/polojennya/Polozhennia_pro_orhanizatsiiu_osvitnoho_protseesu_v_Natsionalnomu_aviatsiinomu_universitytetu.pdf

Навчальне видання

МАРКЕТИНГ

Методичні рекомендації
до дипломного проектування
для студентів галузі знань 07
«Управління та адміністрування»
спеціальності 075 «Маркетинг»

Укладачі:

ШЕВЧЕНКО Анна Валеріївна
КНЯЗЄВА Тетяна В'ячеславівна
КОЛБУШКІН Юрій Петрович

Редактор *Л. М. Дудченко*
Технічний редактор *А. І. Лавринович*
Коректор *Л. М. Романова*
Комп'ютерна верстка *Н. В. Чорної*

Підп. до друку 23.01.2019. Формат 60x84/16. Папір офс.
Офс. друк. Ум. друк. арк. 3,26. Обл.-вид. арк. 3,5.
Тираж 50 прим. Замовлення № 6-1.

Видавець і виготівник
Національний авіаційний університет
03680. Київ-58, проспект Космонавта Комарова, 1.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 977 від 05.07.2002