

VIVERE!
VINCERE!
CREATE!

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет

МАРКЕТИНГ

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
до виконання кваліфікаційної роботи
для здобувачів вищої освіти
ОС «Бакалавр»
та «Магістр» спеціальності 075
«Маркетинг»

Київ 2022

МАРКЕТИНГ

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
до виконання кваліфікаційної роботи
для здобувачів вищої освіти ОС «Бакалавр»
та «Магістр» спеціальності 075 «Маркетинг»

Укладачі: *Т. В. Князева* – д-р екон. наук, доц.;
О. В. Полоус – канд. екон. наук;
А. В. Шевченко – канд. екон. наук, доц.;
Г. А. Радченко – канд. екон. наук, доц.;
І. Г. Михальченко – канд. екон. наук

Рецензент *С. Т. Пілецька* – д-р екон. наук, доц.,
доцент кафедри економіки повітряного
транспорту факультету економіки
та бізнес-адміністрування
(Національний авіаційний університет)

*Затверджено Науково-методично-редакційною радою
Національного авіаційного університету
(протокол № 1/22 від 11.02.2022 р.)*

Маркетинг: методичні рекомендації до виконання
М 266 кваліфікаційної роботи / уклад.: Т. В. Князева, О. В. Полоус,
А. В. Шевченко, Г. А. Радченко, І. Г. Михальченко. – К. : НАУ,
2022. – 80 с.

Наведено рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи
здобувачів освітнього ступеня «Бакалавр» та «Магістр». Викладено
вимоги до змісту кваліфікаційної роботи та її оформлення.

Для здобувачів вищої освіти ОС «Бакалавр» та «Магістр»
спеціальності 075 «Маркетинг» освітньо-професійних програм
«Маркетинг», «Електронний маркетинг» та «Міжнародний
маркетинг» усіх форм навчання.

ВСТУП

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

Методичні рекомендації розроблені на підставі:

– Закону України «Про освіту» від 05.09.2017 р. № 2145-VIII (зі змінами та доповненнями);

– Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII (зі змінами та доповненнями);

– Закону України «Про авторське право і суміжні права» від 23.12.1993 р. № 3793-XII (зі змінами та доповненнями);

– Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» від 23.11.2011 р. № 1341 (у редакції Постанови Кабінету Міністрів України від 12.06.2019 р. № 509);

– Постанови Кабінету Міністрів України «Про документи про вищу освіту (наукові ступені) державного зразка» від 31.03.2015 р. № 193;

– Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30.12.2015 р. № 1187 (зі змінами та доповненнями);

– Методичних рекомендацій щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджених Наказом Міністерства освіти і науки України від 01.06.2017 р. № 600 (у редакції наказу Міністерства освіти і науки України від 21.12.2017 р. № 1648);

– Стандартів вищої освіти;

– Методичних рекомендацій для закладів вищої освіти з підтримки принципів академічної доброчесності (Проект сприяння академічної доброчесності в Україні – SAIP за підтримки Посольства США);

– Наказу «Про прийняття нормативних документів України, гармонізованих з міжнародними та європейськими нормативними документами, національних стандартів України, скасування нормативних документів України та міждержавних стандартів в Україні», затвердженого Державним підприємством «Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості» від 21.08.2015 р. № 101;

– Положення «Про організацію освітнього процесу в НАУ» від 07.02.2020 р. №040/од;

– Положення «Положення про систему забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти Національного авіаційного університету» від 29.11.2018 р. протокол №8;

– Положення «Про огляд-конкурс на кращий дипломний проект (роботу)», затвердженого наказом в. о. ректора від 14.02.2012 р. № 44/од.;

– Положення «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 спеціаліста у формі виконання та захисту дипломних робіт (проектів), затверджених наказом ректора від 07.07.2016 р. № 274/од.;

– Положення «Про дипломні роботи (проекти) випускників Національного авіаційного університету», затвердженого т.в.о. ректора НАУ від 14.12.2017 р. № 594/од.;

– Положення «Про виявлення та запобігання академічному плагіату» затвердженого наказом ректора НАУ від 16.07.2018 р. № 359/од.;

– «Порядку перевірки академічних та наукових текстів на плагіат» затвердженого наказом т.в.о. ректора від 13.12.2018 р. № 605/од.

На сучасному етапі переходу економіки України до інноваційних форм та методів господарювання зростає роль маркетингової діяльності в забезпеченні конкурентоспроможності підприємств на вітчизняних та світових ринках товарів та послуг. У новітніх умовах господарської діяльності фахівці у сфері 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 факультету економіки та бізнес-адміністрування Національного авіаційного університету 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 сектору економіки та країни загалом.

Кваліфікаційна робота – це вид науково-дослідної роботи, який має винятково індивідуальний характер, що дає можливість виявити ступінь та рівень наукової підготовки здобувача певного рівня вищої освіти з чітко означеного фаху, і на підставі публічного захисту якого рішенням екзаменаційної комісії з атестації здобувачів вищої освіти (далі – ЕК) випускнику видається диплом встановленого зразка про присудження відповідного освітнього ступеня та присвоєння відповідної кваліфікації.

Методологічними засадами кваліфікаційних досліджень мають бути принципи об'єктивності, науковості, системності, поліфакторності, діалектики та детермінізму.

Кваліфікаційна робота передбачена освітньою програмою, навчальним планом і завершує підготовку здобувача в Національному авіаційному університеті та має засвідчити професійну зрілість випускника, виявити його спеціальну та загальнонаукову підготовку, вміння застосовувати здобуті знання для розв'язання науково-практичних завдань, здатність до проведення досліджень, систематизації та свідомого засвоєння знань, наявність в її автора навичок наукової роботи.

У Національному авіаційному університеті здобувачами вищої освіти виконуються такі види кваліфікаційних робіт:

– на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти – кваліфікаційна бакалаврська робота;

– на другому (магістерському) рівні вищої освіти – кваліфікаційна магістерська робота.

Кваліфікаційна робота бакалавра – це самостійне, завершене навчально-наукове дослідження, що синтезує підсумок теоретичної та практичної підготовки в межах нормативної та варіативної складових освітньо-професійної програми підготовки бакалавра за відповідною спеціальністю. Кваліфікаційна робота бакалавра демонструє:

– якість засвоєних знань з відповідної освітньо-професійної програми;

– здатність самостійного осмислення проблеми, творчого її дослідження;

– здатність визначати актуальність, мету та завдання дослідження;

– здатність застосовувати сучасні методи для отримання та аналізу емпіричних даних;

– уміння збирати, аналізувати та систематизувати наукові, нормативно-правові джерела, вести бібліографічний пошук із застосуванням сучасних інформаційних технологій;

– уміння оформляти результати наукових досліджень відповідно до сучасних вимог.

Кваліфікаційна робота магістра будується на залученні більшого обсягу матеріалу, відрізняється глибиною аналізу, що проводиться, і теоретичною значущістю висновків, практичною спрямованістю отриманих результатів. Кваліфікаційна робота магістра повинна задовольняти такі вимоги:

– відповідати сучасному рівню розвитку науки;

– бути розробкою актуальною для науки і практики теми;

– містити принципово новий матеріал, що передбачає опис нових фактів, явищ і закономірностей або інтерпретацію раніше відомих положень з інших наукових позицій або в іншому аспекті;

– мати внутрішню єдність;

– відрізнятися обґрунтованістю думок і точністю даних, що наводяться;

– містити всебічно аргументовані та значущі висновки, що є логічним наслідком аналізу досліджуваного матеріалу, узагальнювальні підсумки дослідження;

– містити результати, що свідчать про наявність в автора навичок наукової роботи в обраній царині, доводити його здібність до ведення самостійних наукових пошуків, розв'язання конкретних наукових завдань.

Виконання і захист кваліфікаційної роботи здійснюються державною мовою.

На підставі результатів захисту кваліфікаційної роботи на засіданні ЕК здобувачу присвоюється відповідна кваліфікація за обраною спеціальністю.

Мета методичних рекомендацій – надати здобувачеві необхідну методичну допомогу щодо організації раціональної та ефективної роботи з накопичення матеріалу, написання, оформлення й захисту кваліфікаційної роботи.

Дані методичні рекомендації призначені для здобувачів освітнього ступеня «Бакалавр» та освітнього ступеня «Магістр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» освітньо-професійних програм: «Маркетинг», «Електронний маркетинг», «Міжнародний маркетинг».

1. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ПИТАННЯ ЩОДО ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

1.1. Етапи виконання кваліфікаційної роботи

У процесі виконання кваліфікаційної роботи можна умовно виокремити організаційні етапи, подані на рис. 1.1.

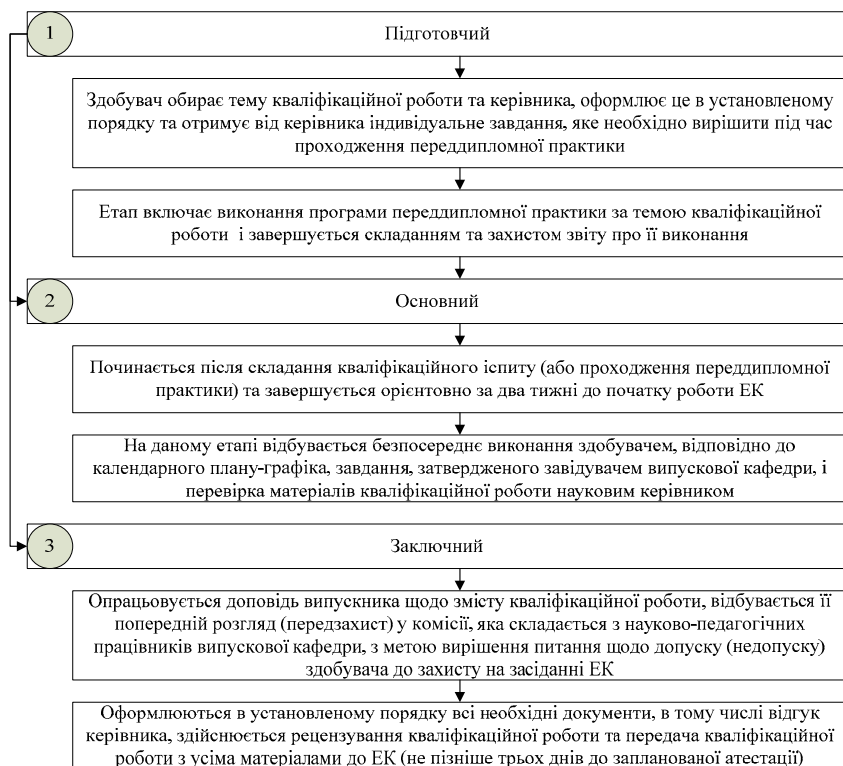


Рис. 1.1. Етапи виконання кваліфікаційної роботи

1.2. Вибір напрямку дослідження і затвердження теми кваліфікаційної роботи

Теми кваліфікаційних робіт розробляє кафедра маркетингу, з огляду на останні тенденції у сфері маркетингових досліджень (Додатки А, Б, В, Г). Відповідність тем кваліфікаційних робіт освітніх ступенів бакалавра та магістра зі спеціальності «Маркетинг» тематиці наукових досліджень кафедри, державним та приватним договорам та замовленням щорічно переглядається та оновлюється (Додаток Д).

Запропонована кафедрою маркетингу кількість тем на 25–30 % перевищує кількість здобувачів з метою надання їм можливості обрання теми відповідно до власних здібностей та уподобань.

Тема кваліфікаційної роботи обирається здобувачем самостійно або пропонується керівником, розглядається на засіданні кафедри та затверджується наказом ректора. Здобувачеві надається право уточнення теми кваліфікаційної роботи, запропонованої випусковою кафедрою, а також можливість запропонувати власну тему з обґрунтуванням доцільності її розробки. Тема кваліфікаційної роботи має відображати галузеву специфіку кафедри маркетингу.

Тематика кваліфікаційних робіт щороку оновлюється за участю провідних науково-педагогічних працівників кафедри, що дозволяє уникнути шаблонності тем, їх повторення з року в рік, зниження їх навчальної, виховної та практичної цінності.

Однією з основних вимог до тематики кваліфікаційних робіт є її комплексність, що передбачає вирішення кількох взаємно пов'язаних між собою проблем, які мають відношення до предмета розглядання, а також стислість та змістовність формулювань.

Тема кваліфікаційної роботи має бути сформульована так, щоб змістовно та конкретно відображати об'єкт, предмет і суть дослідження. Не допускається наведення в назві теми кваліфікаційної роботи будь-яких кількісних даних. Вони повинні зазначатися в завданні на її виконання.

Під час формулювання теми кваліфікаційної роботи здобувач має враховувати такі вимоги:

1. Формулювання теми має однозначно ідентифікувати предмет (що розробляється) та об'єкт (базу) кваліфікаційної роботи, які мають пряме відношення до сфери професійної компетенції маркетолога та конкретного підприємства, яке досліджується в

роботі. Предметом дослідження є маркетингове рішення (програма, план, система, процес, технологія, комплекс), що належить:

- до маркетингової функції загалом;
- до однієї з функціональних підсистем маркетингу (товарна політика, цінова політика, система розподілу та збуту, система просування промислових товарів) або завдань маркетингу (маркетингові дослідження, вихід на новий ринок, конкурентоспроможність підприємства, прибутковість бізнесу, оптимізації клієнтської бази тощо);
- до групи чи марки товарів;
- до сегменту ринку (географічного, демографічного, психографічного та ін.);
- до організації будь-якого маркетингового процесу.

Об'єктом (базою) кваліфікаційної роботи може бути підприємство, що реалізовує свої завдання в ринкових умовах, а також група підприємств (концерн) або окрема галузь промисловості.

2. Тема кваліфікаційної роботи повинна бути конструктивною, проектною, мати творчий характер, а також ознаку дії.

3. Тема повинна відображати цілі, завдання, зміст та основні результати конкретної кваліфікаційної роботи.

4. Ключовими словами, що характеризують процес проектування, що стосується сфери маркетингу, повинні бути такі: «розробка», «аналіз», «дослідження», «організація», «формування», «проекування» тощо.

5. Запропонована здобувачем тема кваліфікаційної роботи має бути сформульована так, як наведено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Структура назви теми кваліфікаційної роботи

Сутність кваліфікаційної роботи	Предмет кваліфікаційної роботи та його конкретизація (функціональна підсистема, функціональна галузь, процес маркетингу)		Об'єкт маркетингу	Об'єкт кваліфікаційної роботи та його конкретизація (підприємство, галузь, регіон)	
	програми	маркетингу		–	промислового підприємства
Розробка	програми	маркетингу	–	промислового підприємства	«XXX»*

Закінчення табл. 1.1

Сутність кваліфікаційної роботи	Предмет кваліфікаційної роботи та його конкретизація (функціональна підсистема, функціональна галузь, процес маркетингу)		Об'єкт маркетингу	Об'єкт кваліфікаційної роботи та його конкретизація (підприємство, галузь, регіон)	
	плану	маркетингу		безалкогольних напоїв	–
Розробка	плану	маркетингу	безалкогольних напоїв	–	«XXX»
Управління	політикою	просуванням	–	підприємства	«XXX»
Формування	стратегії	просування	ділових послуг	підприємства	«XXX»
Аналіз	стану та тенденцій розвитку	ринку	меблевої продукції	на прикладі	«XXX»
Розробка	концепції	пакування	в товарній політиці	підприємства	«XXX»
Управління	якістю	товарів	в системі маркетингу	на прикладі	«XXX»

* – найменування організації (підприємства) (галузі, регіону).

Затвердження обраної здобувачем теми кваліфікаційної роботи здійснюється за схемою, наведеною на рис. 1.2.

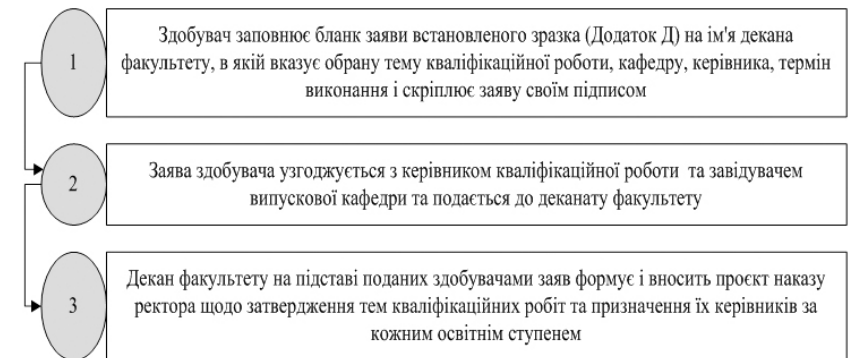


Рис. 1.2. Алгоритм затвердження теми кваліфікаційної роботи

Зміна затверджених тем кваліфікаційних робіт після проходження переддипломної практики не дозволяється. У виняткових випадках, на підставі мотивованої заяви здобувача, узгодженої з керівником та завідувачем випускової кафедри,

можливе лише уточнення затвердженої теми за наказом ректора, проект якого готує та вносить декан факультету не пізніше планового початку виконання кваліфікаційної роботи.

1.3. Характеристика кваліфікаційної роботи

Успішне виконання кваліфікаційної роботи передбачає ґрунтовне та творче вивчення літературних джерел, критичний підхід до нормативних документів (законів, інструкцій, постанов, положень, вказівок, стандартів) та чинної практики з проблем дослідження, які присутні в кваліфікаційній роботі.

Рекомендований обсяг кваліфікаційної роботи бакалавра повинен становити 60–70 сторінок друкованого тексту формату А4 без урахування додатків і списку використаних джерел, а кваліфікаційної роботи магістра – 100–110 сторінок друкованого тексту формату А4 без урахування додатків і списку використаних джерел. У загальному обсязі кваліфікаційної роботи допускається відхилення в межах $\pm 10\%$.

1.4. Функції суб'єктів процесу виконання кваліфікаційних робіт

1.4.1. Керівник кваліфікаційної роботи

Безпосереднє та систематичне керівництво кваліфікаційною роботою покладається на наукового керівника, який керує переддипломною практикою здобувача, консультує та контролює його роботу над кваліфікаційною роботою, здійснює контроль за виконанням здобувачем календарного плану-графіка.

Керівниками кваліфікаційних робіт призначаються професори, доценти, старші викладачі, асистенти кафедри маркетингу Національного авіаційного університету.

До функцій керівника кваліфікаційної роботи входять:

- видача завдання щодо виконання кваліфікаційної роботи;
- надання здобувачеві допомоги в розробленні календарного плану-графіка на весь період виконання кваліфікаційної роботи;
- рекомендація основної літератури за темою;
- надання допомоги в розробленні плану кваліфікаційної роботи;
- проведення систематичних консультацій (не менше двох разів на місяць);

– здійснення контролю за ходом виконання кваліфікаційної роботи;

– перевірка тексту роботи за результатами написання окремих розділів, внесення зауважень та вказівки на недоліки для своєчасного їх усунення здобувачем;

– підготовка відгуку на кваліфікаційну роботу (додаток Е).

Відгук керівника складається в довільній формі із зазначенням:

– характеру виконання кваліфікаційної роботи (у ініціативному порядку, за замовленням підприємства, організації, установи тощо);

– мети кваліфікаційної роботи;

– відповідності виконаної кваліфікаційної роботи затвердженому завідувачем кафедри завданню;

– ступеня самостійності здобувача під час виконання кваліфікаційної роботи;

– уміння здобувача працювати з літературними джерелами, аналізувати теоретичний та практичний матеріал, приймати обґрунтовані рішення, застосовувати сучасні комп'ютерні інформаційні технології, проводити математичне моделювання, обробляти та аналізувати результати експерименту;

– знання та дотримання вимог нормативних документів під час виконання кваліфікаційної роботи загалом та оформлення пояснювальної записки та інших матеріалів;

– отриманих найбільш важливих теоретичних та практичних результатів і їх апробації на конференціях, семінарах, наукових виданнях тощо;

– узагальненої оцінки рівня виконаної кваліфікаційної роботи, відповідності набутих здобувачем знань, умінь та навичок (компетенцій) вимогам освітньо-професійної програми підготовки фахівця і можливості присвоєння йому кваліфікації відповідного освітнього ступеня.

Примітка. У своєму відгуку керівник не здійснює оцінювання виконаної кваліфікаційної роботи за якою-небудь шкалою. Разом із здобувачами подає завідувачу випускової кафедри повністю виконані та перевірені кваліфікаційні роботи для їх попереднього розгляду (передзахисту) в комісії, яка складається з науково-педагогічних працівників кафедри. Готує здобувачів до захисту кваліфікаційних робіт, бере участь у їх попередньому розгляді (передзахисті). Як правило, присутній на засіданні ЕК під час захисту кваліфікаційних робіт, керівником яких він є (не обов'язково, за власним бажанням).

1.4.2. Нормоконтролер

Призначається з числа науково-педагогічних працівників випускової кафедри, які мають досвід керівництва кваліфікаційними роботами і детально обізнані з вимогами державних стандартів щодо їх виконання та оформлення.

Інформує керівників кваліфікаційних робіт щодо вимог державних стандартів. Консультує здобувачів з питань виконання та оформлення кваліфікаційних робіт відповідно до вимог державних стандартів.

Перевіряє на відповідність вимогам державних стандартів повністю виконані та підготовлені до рецензування та захисту кваліфікаційні роботи та за відсутності в них порушень державних стандартів засвідчує зазначену відповідність своїм підписом на титульному аркуші пояснювальної записки.

1.4.3. Рецензент кваліфікаційної роботи

На підставі направлення на рецензію або внутрішнього розпорядження, підписаного деканом факультету, отримує від здобувача всі матеріали кваліфікаційної роботи для рецензування, пам'ятку рецензенту та бланк рецензії встановленого зразка (Додаток Ж).

Докладно ознайомлюється зі змістом пояснювальної записки та ілюстративним матеріалом (презентацією) кваліфікаційної роботи, приділяючи увагу науковому рівню розробки, сучасності та раціональності прийнятих рішень, правильності розрахунків, використанню новітніх технологій, дотриманню вимог державних стандартів тощо. За необхідності, отримує від здобувача пояснення щодо суті кваліфікаційної роботи.

До зазначеної у направленні дати готує на бланку встановленого зразка рецензію в довільній формі з висвітленням таких питань:

- актуальність теми кваліфікаційної роботи;
- відповідність змісту виконаної кваліфікаційної роботи затвердженій темі та завданню;
- повнота виконання завдання, правильність та глибина обґрунтування прийнятих рішень;
- новизна та якість проведених досліджень;
- ступінь використання сучасних досягнень науки, техніки, інформаційних технологій;

- правильність розрахунків та управлінських рішень;
- наявність та повнота експериментального (фізичного або математичного) підтвердження прийнятих рішень;
- реальність кваліфікаційної роботи, можливість впровадження її результатів на практиці;
- якість виконання пояснювальної записки та ілюстративного матеріалу, відповідність вимогам державних стандартів;
- виявлені недоліки;
- мотивована оцінка кваліфікаційної роботи за 100-бальною та національною і ECTS шкалами (наприклад, 90/Відмінно/А) відповідно до рейтингової системи оцінювання, а також висновок щодо можливості присвоєння здобувачеві кваліфікації відповідного освітнього ступеня за спеціальністю та освітньо-професійною програмою.

Примітки. 1. Рецензія не повинна дублювати відгук керівника, тому що відгук керівника – це переважно характеристика професійних та особистісних якостей здобувача, продемонстрованих ним у процесі виконання кваліфікаційної роботи, а рецензія – це характеристика якості безпосередньо кваліфікаційної роботи; їх повний збіг свідчить про формальний підхід до рецензування і не повинен залишатися без наслідків з боку випускової кафедри. 2. Негативна за національною шкалою оцінка рецензента не є підставою для відхилення кваліфікаційної роботи від захисту, але потребує відповідного розгляду комісією досвідчених науково-педагогічних працівників на чолі із завідувачем випускової кафедри за присутності здобувача та керівника кваліфікаційної роботи.

1.4.4. Здобувач

Кваліфікаційна робота виконується здобувачами денної та заочної форм навчання відповідно до навчальних планів.

Відповідальність за прийняті у кваліфікаційній роботі рішення, якість виконання, а також за своєчасне подання роботи до захисту несе відповідальність автор – здобувач, який виконує кваліфікаційну роботу.

Процес виконання кваліфікаційної роботи містить такі етапи:

- ознайомлення з темою та сферою роботи;
- розробка плану кваліфікаційної роботи;
- переддипломна практика;
- виконання кваліфікаційної роботи;
- підготовка до захисту;

– захист кваліфікаційної роботи.

Здобувачі, які не виконали кваліфікаційну роботи у встановлений кафедрою термін, до захисту не допускаються.

Здобувач (у період написання кваліфікаційної роботи) спільно з науковим керівником виконує таке:

- уточнює коло питань, що підлягають вивченню;
- складає план дослідження та календарний план-графік роботи на весь період із зазначенням черговості виконання окремих етапів;
- систематично працює з літературою;
- збирає та аналізує первинний матеріал;
- постійно тримає зв'язок з науковим керівником;
- повідомляє про хід роботи та отримує необхідні консультації;
- у міру написання окремих розділів здобувач подає їх науковому керівникові, виправляє та доповнює роботу згідно з отриманими зауваженнями;
- у встановлені терміни звітує перед керівником про готовність кваліфікаційної роботи.

Для забезпечення здобувачів необхідною інформацією кафедра маркетингу розробляє загальний графік підготовки та захисту кваліфікаційних робіт, який вивіщується на дошці оголошень кафедри.

2. СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ ПОЯСНЮВАЛЬНОЇ ЗАПИСКИ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Оформлення пояснювальної записки кваліфікаційної роботи здійснюється відповідно до Державного стандарту України ДСТУ 3008:2015 «Документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура і правила оформлення», даних вимог та інших нормативних документів.

Пояснювальна записка виконаної кваліфікаційної роботи повинна бути зброшурована та мати тверду палітурку. Не допускається з'єднання її аркушів скріпкою або швидкозшивачем.

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

Пояснювальна записка повинна містити:

- титульний аркуш;
- завдання на виконання кваліфікаційної роботи;
- анотацію;
- зміст;
- перелік умовних позначень, скорочень, термінів (за необхідності);
- вступ;
- основну частину (яка поділяється на відповідну кількість розділів залежно від освітнього ступеня);
- висновки;
- список використаних джерел;
- додатки (за необхідності).

Окремо до пояснювальної записки додаються відгук керівника кваліфікаційної роботи, рецензія та інші матеріали (результати перевірки на плагіат (формується експертною комісією випускової кафедри), електронна версія (диск) кваліфікаційної роботи, один примірник наочного матеріалу).

2.1. Титульний аркуш

Титульний аркуш є першою сторінкою пояснювальної записки і повинен мати всі реквізити та підписи на бланку встановленого зразка (Додаток 3), а саме:

- повна назва міністерства;
- повна назва університету;
- повна назва факультету;
- повна назва випускової кафедри;
- вид кваліфікаційної роботи;
- освітній ступінь здобувача;
- тема кваліфікаційної роботи;
- прізвище та ініціали виконавця (здобувача) та керівника;
- прізвище та ініціали нормоконтролера і його підпис;
- резолюція завідувача випускової кафедри щодо допуску до захисту в ЕК.

Текст пояснювальної записки друкується державною (або англійською) мовою у текстовому редакторі Microsoft Word шрифтом Times New Roman кеглем 14 пт через 1,5 міжрядкових інтервали (кількість знаків у рядку і рядків на сторінці регулюється самостійно) вирівнюванням по ширині сторінки. Абзацний відступ

повинен бути однаковим по всьому тексту роботи і дорівнювати п'ятьом знакам (1,25 см). Міжсимвольний інтервал – звичайний.

Відповідно до вимог ДСТУ 3008:2015 «Документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура і правила оформлення» кожний розділ пояснювальної записки кваліфікаційної роботи повинен починатися з нового аркуша.

Текст пояснювальної записки друкується на білому папері формату А4 з одного боку аркуша з дотриманням таких розмірів полів: ліве – 30 мм; праве – 10 мм; нижнє – 20 мм, верхнє – 20 мм, без рамки.

Кожний структурний елемент пояснювальної записки має починатися з нового аркуша.

Ілюстративна частина виконується за допомогою прикладних програм та векторних редакторів (Advanced Grapher, Microsoft Office Excel, MathCAD, DERIVE, FlatGraph, AutoCad, MS Visio, CorelDraw, Oragin, Maple та ін.).

2.2. Завдання на виконання кваліфікаційної роботи

Завдання оформлюється на окремому бланку встановленого зразка (Додаток К) і розміщується після титульного аркуша.

Завдання складається керівником кваліфікаційної роботи за участю здобувача, підписується керівником та здобувачем і затверджується завідувачем випускової кафедри. Завдання, продумане в науковому та методичному плані і оформлене відповідно до вимог, видається здобувачеві відповідного освітнього ступеня згідно з термінами, зазначеними в навчальному та робочому навчальному планах.

У завданні зазначаються:

- факультет, випускова кафедра, освітній ступінь здобувача, спеціальність та освітньо-професійна програма;
- тема кваліфікаційної роботи та наказ ректора (номер та дата затвердження теми);
- термін виконання кваліфікаційної роботи, встановлений наказом ректора;
- вихідні дані до кваліфікаційної роботи:
 - задані кількісні та/або якісні показники (характеристики) щодо умов, засобів та методів, які характеризують спрямованість

наукового дослідження, конкретизують методіку розв'язання теоретичних проблем та проведення експерименту тощо;

- зміст пояснювальної записки (перелік усіх її розділів);
- перелік ілюстративного матеріалу (графіків, діаграм, таблиць тощо);
- календарний план-графік (перелік та планові терміни виконання конкретних завдань за кожним розділом кваліфікаційної роботи, причому формулювання конкретних завдань має бути в наказовому способі, тобто починатися зі слів: «Розробити...», «Обґрунтувати...», «Провести аналіз...», «Розрахувати...» тощо;
- дата видачі завдання на кваліфікаційну роботу.

2.3. Анотація пояснювальної записки

Обсяг анотації має бути не більше ніж 500 слів виконується на одній сторінці та розміщується після завдання на виконання кваліфікаційної роботи (Додаток Л).

Анотація має бути стислою, інформативною і містити відомості, які дозволяють отримати повну уяву щодо кваліфікаційної роботи, що розглядається, і містити:

- відомості про обсяг пояснювальної записки, кількість ілюстрацій, таблиць, використаних джерел, додатків;
- перелік ключових слів (словосполучень);
- основний текст.

Перелік ключових слів (словосполучень), що є визначальними для розкриття суті кваліфікаційної роботи, розміщується перед основним текстом анотації. Цей перелік повинен містити від 5 до 15 слів (словосполучень), надрукованих великими літерами в називному відмінку через кому.

Основний текст анотації повинен відображати подану в пояснювальній записці інформацію в такій послідовності:

- об'єкт та предмет дослідження;
- мета кваліфікаційної роботи;
- методи дослідження (за необхідності – технічні та програмні засоби);
- основні конструктивні, технологічні та інші характеристики та показники;
- отримані результати та їх новизна;
- значущість виконаної кваліфікаційної роботи та висновки;

- рекомендації щодо практичного використання результатів;
- сфера застосування та ступінь впровадження матеріалів кваліфікаційної роботи (апробація);
- прогностичні припущення про розвиток об'єкта та предмета дослідження.

2.4. Зміст пояснювальної записки

Зміст містить найменування всіх структурних частин пояснювальної записки, зокрема вступу, розділів, підрозділів, пунктів основної частини, висновків, списку використаних джерел, додатків із зазначенням номерів їх початкових сторінок (Додаток М, Н).

Примітка. Заголовки змісту повинні точно повторювати заголовки в тексті. Скорочувати або давати їх в іншому формулюванні, послідовності та співвідповідності порівняно із заголовками в тексті не можна. Заголовки однакових ступенів рубрикації необхідно розташовувати один під одним (по вертикалі). Усі заголовки мають починатися з великої літери без крапки в кінці.

2.5. Перелік умовних позначень, скорочень, термінів

Якщо в пояснювальній записці вжита специфічна термінологія, а також використані маловідомі скорочення, нові символи, позначення тощо, то їх перелік подається у вигляді окремого переліку, який розміщується перед вступом. Перелік друкується двома колонками, у яких зліва за абеткою наводяться, наприклад, скорочення, справа – їх розшифрування.

Якщо спеціальні терміни, скорочення, символи, позначення тощо повторюються в пояснювальній записці менше трьох разів, то зазначений перелік не складається, а їх розшифрування наводиться в тексті при першому згадуванні.

2.6. Вступ

У вступі обсягом 3–5 сторінок розкривається суть та стан наукової проблеми (завдання), її значущість, підстави та вихідні дані для виконання кваліфікаційної роботи за даною темою, обґрунтовуються методи дослідження, характеризуються отримані результати.

У вступі необхідно висвітлити такі питання:

- обґрунтувати вибір теми, її актуальність та практичну значущість;

- сформулювати проблему та коло питань, необхідних для її вирішення;

- визначити мету роботи із зазначенням завдань, що підлягають вирішенню;

- вказати об'єкт та предмет дослідження;

- надати коротку характеристику об'єкта дослідження;

- відзначити основні та вихідні дані для розкриття теми;

- вказати перелік застосованих методів аналізу та основні літературні джерела;

- навести інформацію щодо впровадження результатів дослідження;

- надати стислу характеристику структури кваліфікаційної роботи.

Обґрунтування вибору теми кваліфікаційної роботи (її актуальність) включає аргументацію актуальності теми як професійного маркетингу, так і для конкретного підприємства, на матеріалах якого виконується кваліфікаційна робота. Якщо зміст дослідження охоплює низку підприємств, підгалузей чи галузей виробництва, то обґрунтування актуальності має підтверджуватись завданнями розвитку даних утворень.

Важливо відзначити також практичне значення обраної теми. Для цього наводяться статистичні, експертні та інші дані, що підтверджують реальні вигоди від реалізації рекомендацій і висновків даної кваліфікаційної роботи, напрями та джерела отримання додаткового прибутку або усунення наявних втрат. Підтвердженням практичної значущості обраної теми може бути посилення цільового характеру кваліфікаційної роботи, яка виконується на замовлення конкретного підприємства.

Як варіант вирішення проблеми у вступі кваліфікаційної роботи формулюється гіпотеза дослідження. Вона може бути побудована на основі існуючих наукових та практичних робіт, а може формулюватися здобувачем самостійно. Гіпотеза обговорюється та коригується з керівником кваліфікаційної роботи. У ході виконання роботи після аналізу фактичного матеріалу, вивченого здобувачем у ході переддипломної практики, можливий перегляд та переформулювання гіпотези.

Мета і завдання мають бути визначені в конкретних формулюваннях і відноситися до змісту кваліфікаційної роботи, а не до загальних проблем у рамках поставленої теми. Це означає, що завдання має вирішити сам здобувач у процесі виконання

кваліфікаційної роботи. Мета і завдання не повинні мати навчальний характер, тобто не можна ставити за мету вивчити будь-яке питання.

Зрештою, мета та завдання кваліфікаційної роботи повинні представляти основні шляхи вирішення проблеми, заявленої в її темі.

Пропонуються такі приклади формулювань завдань кваліфікаційної роботи:

1. Проаналізувати літературу із проблеми дослідження та визначити ступінь вивченості цієї проблеми.

2. Проаналізувати літературу за заявленою темою та розглянути досвід вирішення подібних проблем у нашій країні та за кордоном.

3. Проаналізувати наукову і методичну літературу із проблеми дослідження і виявити сучасні методики (стратегічного планування, ціноутворення, підвищення конкурентоспроможності тощо).

4. Отримати знання щодо об'єкта дослідження, надати йому характеристику з погляду проблеми та предмета дослідження.

5. Сформулювати модель оптимальних параметрів конкурентоспроможності досліджуваного підприємства.

6. Змодельувати оптимальну структуру (ціноутворення, стратегічного планування тощо) підприємства.

7. Виявити особливості вирішення проблеми дослідження на аналізованому підприємстві.

8. Сформулювати практичні рекомендації щодо оптимізації будь-яких організаційних процесів: стратегічного планування; стратегічного контролю; управління ризиками; маркетингових комунікацій; ціноутворення; функціонально-вартісного аналізу; показників конкурентоспроможності тощо.

9. Сформулювати пропозиції щодо вдосконалення будь-яких показників діяльності підприємства: якості; інновацій; товароруку; взаємовідносин (із клієнтами, партнерами, конкурентами, інвесторами та ін.); параметрів зовнішнього та внутрішнього середовищ; витрат на виробництво (просування); прибутку; оподаткування; економічних зв'язків.

Далі визначаються об'єкт та предмет дослідження. Об'єкт – це процес або явище, що породжує проблемну ситуацію, що обране для вивчення. Предмет – те, що існує в межах об'єкта. Об'єкт та предмет дослідження як категорії наукового процесу співвідносяться між собою як загальне та приватне. В об'єкті виділяється та його частина, яка слугує предметом дослідження, на

яке і спрямовано основну увагу дослідника (здобувача). Саме він визначає тему кваліфікаційної роботи, яка зазначається на титульному аркуші як її назва.

Також у вступі необхідно вказати методологію виконання роботи, методи та способи вирішення сформульованих завдань. У роботі можуть використовуватися будь-які методи з арсеналу засобів дослідження систем управління: економіко-математичні, аналітичні, методи статистичної обробки інформації, графічні, методи системного аналізу, системний підхід та інші якісні та кількісні методи. Методи дослідження слугують інструментом в отриманні фактичного матеріалу, будучи необхідною умовою досягнення мети, поставленої в роботі.

2.7. Основна частина

Основна частина кваліфікаційної роботи складається з розділів, підрозділів, пунктів, підпунктів.

Кожний розділ кваліфікаційної роботи має бути обсягом 30-40 сторінок та починатися з нової сторінки. Основному тексту розділу може передувати передмова із коротким описом обраного напрямку досліджень та обґрунтуванням застосованих методів.

Кваліфікаційна робота магістра має включати три розділи, кожен з яких має містити три підрозділи, а кваліфікаційна робота бакалавра має включати два розділи, перший з яких має містити три підрозділи, а другий – чотири підрозділи (Додаток М та Додаток Н).

Зміст розділів основної частини пояснювальної записки повинен передбачати:

– огляд використаних джерел за темою кваліфікаційної роботи і вибір напрямів досліджень;

– виклад загальної методики та основних методів досліджень;

– експериментальну частину та методику досліджень;

– відомості про проведені теоретичні та/або експериментальні дослідження;

– аналіз та узагальнення результатів досліджень.

У огляді використаних джерел здобувач повинен окреслити основні етапи розвитку наукової думки за даною проблемою. Стисло та критично висвітлюючи здобутки попередників, він повинен визначити ті питання, що залишилися невирішеними та

визначити своє місце у розв'язанні проблеми. Загальний обсяг огляду використаних джерел не повинен перевищувати 20 % обсягу основної частини.

Перший розділ кваліфікаційної роботи (3–4 параграфи) має теоретико-методологічний характер. У ньому здобувач на основі вивчення робіт вітчизняних та зарубіжних авторів, науково-методичних та законодавчих актів викладає сутність досліджуваної проблеми, розглядає різні підходи до її вирішення та надає їм оцінку. У цьому розділі викладається історія питання, яке є проблемою дослідження, робиться висновок щодо ступеня його вивченості на основі огляду відповідної вітчизняної та зарубіжної літератури. Тут мають бути розкриті поняття та сутність досліджуваного явища чи процесу, з'ясовано формулювання основних понять кваліфікаційної роботи.

Здобувач повинен осмислено надати визначення поняття, яке виражає предмет дослідження. Про наукову культуру здобувача свідчить наведення кількох визначень предмета дослідження, що подаються у різних літературних джерелах. Це дозволяє зробити порівняльний аналіз поглядів, підходів, що розглядають у межах теми дослідження.

Після визначення основних понять, що відносяться до предмета дослідження, в теоретичній частині кваліфікаційної роботи надається характеристика предмета, що вивчається:

- його структура (основні складові елементи та їх взаємозв'язок);
- показники, що характеризують предмет дослідження;
- механізми, що зумовлюють зміни предмета дослідження;
- фактори, що впливають на ці зміни.

Виклад основних наукових ідей здійснюється з обов'язковим посиланням на першоджерело. Кількість посилань за текстом має бути не менше ніж 80 % переліку літератури. Не слід наводити в теоретичному огляді дуже багато цитат (цитуювання використовується як прийом аргументації).

У *другому розділі*, як правило, обґрунтовується вибір напряму дослідження, наводяться методи вирішення завдань та їх порівняльні оцінки, розробляється загальна методика проведення досліджень.

Матеріали для аналітичного розділу готуються здобувачем у період переддипломної практики. Від їх повноти та якості залежать глибина, обґрунтованість та результативність подальших рішень,

що викладаються у наступному (рекомендаційному) розділі кваліфікаційної роботи.

Структура другого розділу кваліфікаційної роботи представлена дослідженням стану та тенденцій розвитку галузевого ринку, де функціонує підприємство, на матеріалах якого виконується кваліфікаційна робота (діагностика ситуації на ринку); організаційно-економічної та маркетингової (ринкової) характеристикою об'єкта дослідження.

Аналіз має бути цільовим (відповідати поставленим завданням) та змістовним, тобто надавати інформацію для розробки пропозицій щодо вдосконалення та розвитку об'єкта дослідження.

Як методи дослідження можуть використовуватися:

- методи економічного аналізу (методи узагальнення за допомогою абсолютних, відносних та середніх величин, методи порівняння, угруповання, індексного аналізу, метод ланцюгових підстановок, балансовий метод);
- методи теорії ігор та теорії статистичних рішень;
- метод дерева рішень та дерева цілей;
- методи проведення спеціальних досліджень;
- економіко-математичні методи;
- опитування;
- методи експертних оцінок та ін.

Тривалість аналізованого періоду тенденцій досліджуваного явища на рівні країни і регіонів має становити щонайменше п'ять років; для підприємств – не менше трьох років, якщо більший термін недоступний через об'єктивні обставини.

Маркетингові дослідження, що проводяться для виявлення проблем та оцінювання стану об'єкта дослідження, можуть здійснюватися з метою вдосконалення існуючого та створення нового товару, завоювання певної частки ринку, освоєння нових географічних ринків, удосконалення комунікаційної політики підприємства, розробки стратегії просування товару на ринок, завоювання лідерства за ціною або якісними показниками продукції та ін.

Маркетингові дослідження можуть бути спрямовані на вивчення товару, ринку, покупців, конкурентів, стратегій, каналів розподілу тощо. Здобувач не має обмежуватися констатацією фактів, а й

виявляти тенденції розвитку, розкривати недоліки та причини, що їх зумовили, намічати шляхи їх можливого усунення.

Інтерпретація матеріалів дослідження є творчим процесом. Він підпорядковується певним алгоритмам. Після математичної та графічної обробки емпіричних даних вони можуть бути порівняні з даними наукової літератури та матеріалами інших досліджень. За наявності можливих розбіжностей і відхилень, які не пояснюються процедурними причинами, вони потребують додаткового пояснення.

Під час аналізу та узагальнення отриманих фактів необхідно зробити логічний висновок. Наприкінці розділу аналізується завершеність кожної окремої частини наукової роботи та доказовість аргументації як за окремими положеннями, так і в масштабах дослідження загалом.

Для глибшого осмислення процесів та явищ, які здобувач аналізує на підприємстві, слід порівнювати його з іншими підприємствами галузі, з ринковими тенденціями в масштабах регіону, країни, світової економіки тощо.

У *третьому розділі* кваліфікаційної роботи магістра з вичерпною повнотою викладаються власні здобутки автора з висвітленням того нового, що він вносить у розробку проблеми.

Здобувач на підставі висновків, одержаних у попередніх розділах, розробляє пропозиції, що забезпечують вирішення досліджуваної проблеми. Доцільно показати, як запропоновані заходи позначаться на загальних показниках діяльності підприємства (галузі), а також оцінити наскільки можливою є ефективність їх впровадження. Всі пропозиції та рекомендації повинні мати конкретний характер і бути доведені до стадії розробки, що забезпечує їх практичне застосування, а також представляти систему обґрунтованих маркетингових заходів, що сприяють підвищенню результативності та якості роботи підприємства, організації, фірми тощо.

Розробку рекомендаційного розділу кваліфікаційної роботи доцільно розпочати з побудови загальної моделі (структури, схеми) проектних рішень. Наступні підрозділи повинні деталізувати основні важливі блоки загальної моделі, містити конкретні проектні рішення.

Проектні рішення (рекомендації) повинні містити:

- сутність запропонованих змін, включно зі змістом і структурою нововведень, методичні рекомендації щодо здійснення маркетингових процедур, практичні пропозиції щодо їх реалізації;
- технологію впровадження розроблених пропозицій, включно з організаційно-економічним, кадровим, технічним їх забезпеченням;
- адаптацію запропонованих рішень до чинної системи управління підприємством;
- оцінку економічних наслідків реалізації пропозицій (як позитивних, так і, можливо, негативних), визначення напрямів та джерел економії (отримання додаткових прибутків).

Проектні рішення можуть включати:

1. Рішення щодо продукту, у тому числі:

- критерії формування асортиментної пропозиції за різної динаміки ринку;
- процедури розробки нового товару;
- елементи марочної політики;
- рішення щодо упаковки та інших характеристик реального використання товару;
- взаємозв'язок товарної пропозиції та системи послуг;
- шляхи та методи підвищення конкурентоспроможності товару;
- процедури позиціонування товару та товарного асортименту;
- критерії вибору постачальника;
- схеми управління матеріалопотоком;
- процедури виведення товару з процесу реалізації;
- шляхи забезпечення гарантованості доходів від реалізації асортименту.

2. Цінові рішення, у тому числі:

- формування банку цінових стратегій певних продуктових ліній;
- рекомендації щодо ціноутворення при впровадженні на новий ринок;
- методи розрахунку цін, знижок та надбавок для певних груп товарів чи стану ринків;
- стратегічні та тактичні рішення у сфері зміни цін;
- процедури побудови цінової шкали;
- форми та методи цінової конкуренції, відповіді на цінові рішення конкурентів;
- процедури моніторингу цін;
- формування інформаційних баз даних за цінами.

3. Рішення щодо поширення продукту, зокрема:
- організацію мережі реалізації продукції, дистрибуції та дилерства;
 - оптимізацію схем товароруку, взаємодію складів та роздрібною (оптовою) торгівлі;
 - критерії відбору партнерів щодо розподілу продукції;
 - процес організації та виконання замовлення на постачання продукції;
 - програми підтримки збуту;
 - управління зв'язками між кількома каналами реалізації продукції;
 - пропозиції щодо захисту торговельних відносин;
 - рекомендації щодо вертикальної інтеграції та укладання довгострокових контрактів на постачання.

4. Рішення щодо просування продукту та (або) організації, у тому числі:

- рекламні рішення;
- пропозиції щодо персональних (особистих) продажів, PR-програм, короткострокового стимулювання продажів;
- рекомендації щодо стимулювання торгівлі та продавців;
- технології комунікації зі споживачами;
- інформаційну архітектуру інтернет-сайту компанії, програму участі в інтернет-спільнотах та електронного розсилання.

5. Програми та плани маркетингу:

- розрахунок бюджету маркетингу та схеми його розподілу;
- методи контролю та аудиту маркетингової діяльності;
- прогнозування продажу тощо.

Проектні рішення можуть бути присвячені окремим напрямкам аналітичної роботи маркетолога. У цьому випадку вони можуть включати:

- процедури збирання даних, обробки отриманої інформації; особливості формування баз даних щодо споживачів, конкурентів, товарних груп; технології проведення маркетингових досліджень;
- побудову конкурентних карт ринку, карт сприйнятливості, схем реакції споживачів;
- процедури аналізу взаємовпливу конкурентів, впливу поведінки споживачів на динаміку цін тощо.

Крім того, проектні рішення можуть стосуватися зміни структур управління організацією або окремими її підрозділами, коригу-

вання сфер відповідальності та обов'язків, системи контролю за виконанням.

Зрештою, розроблені заходи щодо вдосконалення діяльності досліджуваного підприємства повинні допомогти йому ліквідувати виявлені недоліки, використовувати наявні резерви та можливості, підвищити конкурентоспроможність, покращити показники діяльності тощо. Рекомендації можуть бути спрямовані на зміни виробничого процесу, технологій та обладнання, що ним використовуються, виробничої програми, диверсифікації виробництва, і навіть на вдосконалення виробничої чи управлінської структури, системи стимулювання тощо.

Особливу увагу слід приділити обґрунтуванню пропозицій. Як обґрунтування використовується досвід інших підприємств, результати власних маркетингових досліджень, розрахунок економічної ефективності розробок тощо.

2.8. Висновки

У цій частині пояснювальної записки обсягом 3-4 сторінки викладаються найбільш важливі наукові та практичні результати, отримані в кваліфікаційній роботі, які повинні містити формулювання розв'язаної проблеми, її значення для науки і практики, а також висновки та рекомендації щодо наукового та практичного використання здобутих результатів.

Висновки повинні бути стислими та чіткими, такими, що дають повне уявлення про зміст, значущість, обґрунтованість та ефективність розробок, і впливати з результатів проведеного дослідження та змісту кваліфікаційної роботи. Висновки оформляються у вигляді тез (за пунктами роботи) і повинні відображати висновки з теорії досліджуваної проблематики, проведеного аналізу та всіх запропонованих напрямів вирішення проблеми з оцінкою їх ефективності щодо конкретного об'єкта дослідження та зазначенням ступеня їх практичної апробації.

Висновок має містити узагальнений виклад основних проблем, авторську оцінку роботи з погляду вирішення завдань, поставлених у кваліфікаційній роботі, дані щодо практичного ефекту від впровадження рекомендацій або наукової цінності розв'язуваних проблем. Тут у стислому вигляді підсумовуються основні

положення кваліфікаційної роботи, повторюються основні взаємозв'язки досліджених явищ, їх суттєві ознаки та значущість.

Висновки кваліфікаційної роботи повинні містити суттєві аспекти з обраної проблематики. У висновках слід зазначити таке:

- які основні результати одержано (з аргументованими посиланнями на конкретні дані);
- як результати співвідносяться з літературними даними (пояснити їх з погляду теоретичних положень);
- яке практичне значення мають одержані результати.

У висновках бажано відображати статистичні дані та найбільш показові цифрові матеріали. Як правило, при формулюванні висновків враховуються суттєві проблеми практики сфери маркетингу та можливі зміни, які можуть статися у предметі та об'єкті дослідження. Це надає кваліфікаційній роботі актуальності та цінності для практики.

2.9. Список використаних джерел

Список використаних джерел слід розміщувати у порядку появи посилань у тексті або в алфавітному порядку. Мінімальна кількість використаних джерел має становити 35 пунктів для кваліфікаційної роботи бакалавра та 55 пунктів для кваліфікаційної роботи магістра.

Бібліографічний опис використаної літератури здійснюється згідно зі стандартами, які прийняті в Україні (Додаток П):

- ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання»;
- ДСТУ 3582:2013 «Бібліографічний опис. Скорочення слів і словосполучень українською мовою»;
- ДСТУ 7093:2009 «Бібліографічний запис. Скорочення слів і словосполук, поданих іноземними європейськими мовами» (ГОСТ 7.11-2004, MOD);
- ГОСТ Р 7.0.12–2011 «Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний на русском языке».

2.10. Додатки

До додатків доцільно включати допоміжний матеріал, необхідний для повноти сприйняття пояснювальної записки, зокрема:

- проміжні математичні залежності, формули, розрахунки;

- таблиці допоміжних цифрових даних, у тому числі звітність підприємства, компанії – об'єкта дослідження;

- уїнструкції та методики, опис алгоритмів та програм моделювання, ілюстративні матеріали допоміжного характеру тощо.

Структуру кваліфікаційної роботи за освітніми ступенями наведено в Додатку Ф.

3. АПРОБАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ТА ПЕРЕВІРКА АКАДЕМІЧНИХ ТЕКСТІВ НА ПЛАГІАТ

3.1. Структура та вимоги до написання тез доповідей

Тези – це лаконічно сформульовані аргументи і твердження, головні думки, ключові аспекти, ідеї та концепції автора, які потрібно довести та обґрунтувати. Тези – це своєрідний фундамент доповіді чи наукової роботи. Вони можуть виконувати такі функції:

1. Вигідно презентувати. Автор може успішно представити себе та свої напрацювання громадськості.

2. Бути джерелом фінансування. З грамотними тезами автор може залучити спонсорів для власних проєктів і стартапів.

3. Розкривати потенціал. Грамотно сформульовані тези можуть посилювати авторитетність і вагомість дослідження.

Крім того, добре структуровані, грамотні тези дають можливість дізнатися думку колег з даного питання, обговорити спірні моменти, вислухати думки для поліпшення своєї праці, а також отримати право на безкоштовні публікації статей у збірниках. Такий шанс з'являється, якщо члени комісії вважають тези і сам виступ гідними підвищеної уваги.

Процес написання тези має чіткий алгоритм:

1. Постановка цілі. Яких результатів ви прагнете досягти? Ефектно презентувати власну роботу? Довести важливість певної думки чи дослідження? Заявити про себе?

2. Формулювання назви. Тема тез має бути досить вузькою та зрозумілою. Також важливо враховувати час виступу. Зазвичай на доповідь відводиться 10–15 хвилин, тому важливо правильно розрахувати час: висвітлити тему та посилити її конкретними прикладами.

3. Основний зміст. Тези – не стислий рерайт наукової роботи чи підпункту кваліфікаційної роботи. Це окремий текст, створений за

власними канонами. Необхідно виділити головне та об'єднати ключові ідеї у зв'язний текст, не вихоплювати окремі фрази, оскільки буде складно побудувати змістовний і цікавий матеріал.

Кожний організаційний комітет конференції має власні вимоги щодо презентації робіт (тез доповідей). Форма важлива так само як і зміст. Якщо вона не відповідає затвердженим нормам або правилам написання, оргкомітет може відмовити у публікації тез. Тому головне правило оформлення роботи – зважати на вимоги оргкомітету. Він чітко зазначає правила: шрифти, інтервали, обсяг тощо. Тому, перед тим, як писати тези, необхідно чітко ознайомитися з умовами конкретних організаторів (вони, як правило, надаються у вигляді інформаційного листка або зазначаються на сайті закладу вищої освіти, наукової організації, співтовариства тощо).

3.2. Структура та вимоги до написання наукової статті

Наукова стаття – вид наукової публікації, який описує дослідження чи групу досліджень, пов'язаних однією темою, та виконана її науковим автором (авторами). Наукові статті публікуються в періодичних наукових журналах або в неперіодичних збірниках наукових робіт (праць). Наукова стаття є одним з найпоширеніших способів публікації наукових результатів.

До функцій наукової статті відносять:

- дослідницьку – подають наукові результати, є джерелом нового наукового знання;
- презентаційну – представляють дослідника в науковому товаристві, показують його внесок у створення наукового знання;
- оціночну – оцінюють стан наукових досліджень із певної проблематики;
- комунікативну – слугують засобом спілкування дослідників.

Загалом структура наукової статті містить такі елементи: шифр за Універсальною десятковою класифікацією (УДК), інформацію про автора, назву статті, анотацію та/або розширену анотацію (до 800–1000 друкованих знаків із пробілами), ключові слова. Зазначена інформація подається окремими блоками українською, російською та англійською мовами перед статтею. Якість англійського перекладу анотації до статті визначає редколегія журналу. Далі вказують змістовну частину статті, висновки та

використані джерела літератури та references. Як і у випадку з тезами доповіді, кожне наукове видання висуває власні вимоги щодо технічного оформлення змісту наукових досліджень, з якими варто ознайомитися перед початком написання статті. Здебільшого вони охоплюють таке:

- назви структурних частин статті виділяються жирним шрифтом;
- посилання на джерела використаних матеріалів, фактичних та статистичних даних є обов'язковими;
- вторинне цитування не дозволяється;
- у формулах використовуються тільки загальноприйняті символи;
- таблиці, рисунки, графіки повинні бути пронумеровані, мати назву та продубльовані окремим файлом;
- формат А4, гарнітура *Times New Roman*, кегель 14, міжрядковий інтервал 1,5; параметри сторінки (береги) – 2 см з усіх боків;
- обсяг наукової статті становить від 6 до 24 сторінок, тобто 0,35–1 друкованих аркушів.

Викладати текст статті потрібно з дотриманням загальноприйнятих вимог до змісту. До них належать:

1. Відповідність статті тематиці журналу.
2. Науковий стиль викладу (точність, логічність, лаконічність, зрозумілість, зв'язаність, цілісність, завершеність) матеріалу та його високий науковий рівень.
3. Змістовна частина статті має містити такі структурні елементи:
 - а) постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями (необхідно розкрити сутність і стан наукової проблеми у загальному вигляді, її теоретичну та (або) практичну значущість, зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями; обґрунтувати актуальність дослідження та його важливість для подальшого розвитку відповідної галузі (теорії або практики));

б) аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання порушеної проблеми та на які спирається автор, виокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячено статтю (стисло, критично та у певній логічній послідовності необхідно проаналізувати основні положення останніх досліджень і публікацій, що безпосередньо стосуються

порушеної проблеми, виокремити не вирішені раніше частини загальної проблеми, яким присвячено статтю);

в) мета дослідження (необхідно висловити основну ідею публікації, яка має суттєво відрізнятися від сучасних уявлень про проблему, доповнювати чи поглиблювати уже відомі підходи; звернути увагу на введення до наукового обігу нових наукових фактів, висновків, рекомендацій, закономірностей або уточнення вже відомих раніше, проте недостатньо вивчених; мета дослідження має впливати з постановки проблеми й аналізу останніх досліджень і публікацій, у ній повинно бути чітко визначено кінцевий науковий результат, вказано, на яких наукових передумовах ґрунтується, чим і як досягається (із залученням яких, зокрема, наукових гіпотез, ідей, явищ, законів));

г) виклад матеріалу дослідження та його основні результати (необхідно висвітлити: основні положення і результати наукового дослідження, особисті ідеї, думки, отримані наукові факти, виявлені закономірності, зв'язки, тенденції, методику отримання та аналіз фактичного матеріалу, особистий внесок автора у досягнення і реалізацію висновків);

г) висновки (найбільш важливі результати дослідження, які містять наукову новизну і мають теоретичне та (або) практичне значення) (повинні мати форму синтезу накопиченої в основній частині статті наукової інформації, тобто послідовний, чіткий, логічний виклад отриманих автором особисто відповідно до поставленої мети найбільш важливих результатів дослідження, що містять наукову новизну і мають теоретичне та (або) практичне значення).

4. Наукова новизна результатів дослідження має характеризуватися такими ознаками: раціональність, обґрунтованість, достовірність, логічна несуперечливість, відповідність основоположним принципам науки.

Наступним етапом є безпосереднє подання наукової статті до редакції, яке переважно містить низку вимог:

1. Для опублікування наукової статті, яка раніше не була опублікована (розміщена) в інших друкованих (електронних) виданнях, на адресу електронної пошти журналу необхідно надіслати її

електронну версію (назва файлу має складатися з прізвища (прізвищ) автора (співавторів) і дати направлення до редакції з поміткою «стаття») разом з ілюстраціями (за наявності), оформленими окремими файлами у відповідних форматах.

2. Автору (співавторам) необхідно надати про себе довідку такого змісту (назва файлу має складатися з прізвища (прізвищ) автора (співавторів) і дати направлення до редакції з поміткою «довідка») або заповнити її за наданим посиланням.

3. Автору (співавторам) необхідно надати в електронному вигляді у форматі jpg або tiff якісне кольорове фото (якісні кольорові фото) розміром 9 x 12 із роздільною здатністю не менш як 300 dpi (назва файлу (файлів) має складатися з прізвища (прізвищ) автора (співавторів) і дати направлення до редакції з поміткою «фото») (за необхідності).

4. Автору (співавторам) необхідно надати скановану копію квитанції про оплату публікації статті.

Автор (співавтори) несе (несуть) відповідальність за достовірність викладеного матеріалу, належність останнього йому (їм) особисто та якість перекладу цитат з іншомовних джерел. Матеріали, надані з порушенням зазначених вимог, не публікуються. Зазвичай, редакційна рада має право рецензувати (подвійне сліпе рецензування), редагувати, скорочувати та відхиляти статті.

3.3. Вимоги до оформлення акта впровадження результатів виконання кваліфікаційної роботи

Результати наукового дослідження, проведеного в рамках кваліфікаційної роботи, значною мірою визначаються ступенем їх реалізації в межах конкретного підприємства, компанії, організації, установи тощо, тобто впровадженням результатів у практику. Навчальний процес і проведення наукових досліджень у вищій школі повинні бути нерозривно пов'язані між собою. Тому важливим та цінним є підтвердження результатів кваліфікаційних робіт, їх наукових досліджень актами впровадження у виробництво або навчальний процес.

Основними результатами наукових досліджень є такі:

– теоретичні результати (визначення/уточнення термінології, виявлення властивостей об'єктів, що досліджувались, закономірностей їх взаємодії з іншими явищами тощо);

– методологічні або методичні результати (розроблення методик обліку, аналізу, контролю, оцінки об'єктів, що досліджувались, а також методики з організації та управління тощо);

– прикладні (практичні) результати (застосування розроблених класифікацій, методик, алгоритмів і т.д. в процесі обліку, аналізу, контролю, оцінювання, організації, управління діяльністю окремої організації, підприємства, групи підприємств, сектору тощо).

Основними рівнями впровадження результатів наукових досліджень є такі: державний (прийняття результатів наукових досліджень державними органами влади – Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України тощо); регіональний (прийняття результатів наукових досліджень регіональними структурами); секторальний (прийняття результатів наукових досліджень секторальними структурами); окреме підприємство, компанія, організація (впровадження результатів у практику роботи конкретного суб'єкта економічної діяльності); навчальний процес (використання результатів наукових досліджень у навчальному процесі – при формуванні навчальних програм, планів, написанні лекцій, навчальних посібників, підручників тощо).

Впровадження результатів наукового дослідження, проведеного в рамках кваліфікаційної роботи, насамперед, покликане підтвердити значущість дослідження здобувача, переконати в його важливості професійне середовище й уникнути помилок. Це непросте завдання, оскільки саме апробація багато в чому визначає успіх захисту.

Акти впровадження результатів наукових досліджень оформлюються на бланку організації з підписами керівника підрозділу, в який впроваджуються результати, та обов'язково печатками даної організації. У довідці (акті впровадження) безпосередньо вказується ПІБ здобувача та назва його кваліфікаційної роботи. Також обов'язково описується безпосередньо практична цінність результатів дослідження та конкретні пропозиції щодо удосконалення чи оптимізації (Додаток С).

3.4. Порядок перевірки академічних текстів на плагіат

Згідно з «Положенням про запобігання та виявлення плагіату в Національному авіаційному університеті» та «Порядком перевірки академічних та наукових текстів на плагіат» здійснюється перевірка академічних та наукових текстів здобувачів і працівників

Національного авіаційного університету з використанням Антиплагіатної інтернет-системи «Unicheck» на наявність запозичень із текстів, наявних у базах університету, базах інших вищих навчальних закладів та в інтернеті. За потреби додаткова перевірка може здійснюватися іншими вільнодоступними системами.

Плагіат – оприлюднення (опублікування) повністю або частково чужого твору під іменем особи, яка не є автором цього твору (Закон України «Про авторське право і суміжні права», ст. 50, п. В).

Академічний плагіат – оприлюднення (частково або повністю) наукових (творчих) результатів, отриманих іншими особами, як результатів власного дослідження (творчості) та/або відтворення опублікованих текстів (оприлюднених творів мистецтва) інших авторів без зазначення авторства (Закон України «Про освіту», ст. 42, п. 4).

Кваліфікаційні роботи здобувачів усіх рівнів підлягають обов'язковій процедурі перевірки. Для кваліфікаційних робіт рекомендованою є шкала оцінювання залежно від кількісного показника рівня оригінальності твору наведена в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Шкала оцінювання залежно від кількісного показника рівня оригінальності твору

№ з/п	Для кваліфікаційних робіт бакалаврів	Для кваліфікаційних робіт магістрів	Рівень оригінальності твору	Рекомендована дія
1	Понад 75 %	Понад 80 %	Високий	Текст вважається оригінальним та не потребує додаткових дій щодо запобігання неправомірним запозиченням. Передається на розгляд Експертної ради

Закінчення табл. 3.1

№ з/п	Для кваліфікаційних робіт бакалаврів	Для кваліфікаційних робіт магістрів	Рівень оригінальності твору	Рекомендована дія
2	Від 55 % до 75 %	Від 60 % до 80 %	Задовільний	Наявні окремі ознаки академічного плагіату. Слід пересвідчитись у наявності посилань на першоджерела для цитованих фрагментів. Передається на розгляд Експертної ради, яка визначає необхідність повторної перевірки
3	Від 35 % до 55 %	Від 40 % до 60 %	Низький	Наявні певні ознаки академічного плагіату, але матеріал може бути прийнятий за умови доопрацювання з обов'язковою наступною перевіркою на оригінальність доопрацьованого твору
4	Менше 35 %	Менше 40 %	Неприйнятний	Наявні істотні ознаки плагіату. Матеріал до розгляду не береться

Виявлені у тексті твору запозичення вважаються правомірними, якщо вони є:

- власними назвами (індивідуальними найменуваннями окремих одиничних об'єктів, у т.ч. найменуваннями установ, назвами праць, які досліджувалися у творі, бібліографічними посиланнями на джерела та ін.);

- усталеними словосполученнями, що характерні для певної сфери знань;

- належним чином оформлені цитуваннями;

- самоцитуванням (фрагментами тексту, що належать автору твору, опубліковані або оприлюднені в електронній формі ним у інших творах), якщо воно допускається редакційною політикою видання.

Роботи, які мають низький рівень оригінальності тексту, повертаються здобувачам на доопрацювання на термін не більше двох календарних днів. Після цього відправляється на повторну перевірку, яка здійснюється одразу.

Роботи, які мають неприйнятний або низький рівень оригінальності тексту за результатами повторної перевірки, не допускаються до захисту. Таке рішення приймається на повторному засіданні Експертної ради випускової кафедри.

На основі поданих звітів та рішень Експертної ради, затверджених на засіданні кафедри, та результатів попередніх захистів кваліфікаційних робіт, секретар ЕК формує список допущених до захисту здобувачів вищої освіти.

4. ПОРЯДОК ПРЕДСТАВЛЕННЯ ДО ЗАХИСТУ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

4.1. Допуск до захисту кваліфікаційної роботи

До захисту кваліфікаційних робіт допускаються здобувачі, теми яких затверджені наказом ректора, виконані з дотриманням нормативних вимог, що підтверджено підписами керівника, нормоконтролера, відгуком керівника і випискою із протоколу засідання випускової кафедри (витяг із протоколу засідання випускової кафедри щодо результатів попереднього захисту).

Допуск до захисту здобувачами кваліфікаційних робіт здійснюється завідувачем випускової кафедри, який приймає

відповідне рішення на підставі підсумків попереднього розгляду кафедрою виконаних кваліфікаційних робіт (в окремих випадках – самотійно).

Кваліфікаційна робота, допущена до захисту, направляється завідувачем кафедри на рецензування з попереднім вилученням відгуку керівника кваліфікаційної роботи.

4.2. Рецензування кваліфікаційних робіт

Рецензія – це критичний відгук на кваліфікаційну роботу здобувача, що надається висококваліфікованими спеціалістами виробничих і наукових організацій (підприємств, компаній, установ) та/або науково-педагогічними працівниками закладів вищої освіти та містить оцінку кваліфікаційної роботи.

Рецензент призначається з числа висококваліфікованих фахівців із вищою освітою за поданням випускової кафедри. За некомпетентність рецензента відповідає завідувач випускової кафедри. Рецензент кваліфікаційної роботи на підставі направлення на рецензію, підписаного деканом факультету, отримує від здобувача усі матеріали кваліфікаційної роботи для рецензування, пам'ятку рецензенту та бланк рецензії встановленого зразка.

Рецензент після проведення ретельного аналізу роботи складає рецензію за встановленою формою (Додаток Ж).

Завершальним етапом написання рецензії є зазначення мотивованої оцінки кваліфікаційної роботи за 100-бальною, національною і ECTS шкалою (наприклад, **90/Відмінно/А**), відповідно до рейтингової системи оцінювання, а також висновок щодо можливості присвоєння здобувачеві кваліфікації певного освітнього ступеня за спеціальністю.

Негативна оцінка рецензента не є підставою для відхилення кваліфікаційної роботи від захисту!!!

4.3. Оформлення документів та представлення до захисту кваліфікаційної роботи

Додатково до пояснювальної записки кваліфікаційної роботи здобувачем оформлюється наочний матеріал обсягом не менше 10 слайдів Power Point (Додаток Р), який відображає основні положення і результати кваліфікаційної роботи. Надалі цей матеріал використовується для презентації роботи під час її захисту.

Одночасно здобувач готує доповідь (до 10 хвилин) для захисту основних положень кваліфікаційної роботи перед екзаменаційною комісією (далі – ЕК) та погоджує її зі своїм керівником. У доповіді необхідно зазначити мету кваліфікаційної роботи, основні положення, що характеризують одержані теоретичні та аналітичні результати, пропозиції, що дозволять вирішити поставлене завдання, отримані результати. Доповідь має обов'язково розкривати тему кваліфікаційної роботи, всі її переваги та ключові пропозиції.

Наочні матеріали мають послідовно ілюструвати доповідь здобувача і забезпечувати повноту висвітлення всіх положень, які підлягають захисту.

Для захисту кваліфікаційної роботи до початку роботи ЕК здобувач подає секретарю кваліфікаційну роботу, письмовий відгук керівника кваліфікаційної роботи (Додаток Е), рецензію на кваліфікаційну роботу, підписану рецензентом (Додаток Ж), електронну версію (диск) кваліфікаційної роботи, один примірник наочного матеріалу (Додаток Р), довідку про успішність (Додаток Т), за наявності зовнішню рецензію та акт про впровадження (Додаток С), матеріали, які характеризують наукову цінність виконаної кваліфікаційної роботи (опубліковані наукові роботи за темою кваліфікаційної роботи тощо).

До кваліфікаційної роботи можна додавати зовнішню рецензію керівника підприємства, на матеріалах якого виконувалася кваліфікаційна робота, або викладача з іншої кафедри університету, який має науковий ступінь доктора чи кандидата економічних наук. Вона свідчить про достовірність наведеної в роботі інформації, правдивість фактичних даних. Крім цього, бажано, щоб результати кваліфікаційної роботи були взяті до впровадження у виробництво, про що підприємство надає акт про впровадження (Додаток С).

Кваліфікаційна робота, яка не відповідає вимогам щодо змісту та оформлення, у якій доведено наявність плагіату в тексті, яка написана без дотримання затвердженого плану, не містить матеріалів конкретного дослідження теми на реальних об'єктах, не містить обґрунтованих пропозицій, а також не має відгуку наукового керівника, рецензії від провідного фахівця у сфері дослідження, не апробована в наукових публікаціях – до захисту не допускається.

Порядок проходження атестації здобувачами Національного авіаційного університету регламентується нормами чинного законодавства і відображений у «Положенні про атестацію випускників Національного авіаційного університету освітньо-кваліфікаційних рівнів (освітніх ступенів) бакалавра, спеціаліста, магістра», затвердженому наказом ректора від 05 лютого 2015 року № 06/од.

Підсумки захисту кваліфікаційних 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 кваліфікаційної роботи в балах визначається як середньоарифметична оцінка з рейтингових оцінок голови та членів ЕК (Додаток Ф).

Рейтингове оцінювання результатів виконання та захисту кваліфікаційної роботи здійснюється в балах головою та кожним членом ЕК з урахуванням критеріїв та відповідних кількісних оцінок, наведених у Додатку Х.

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

Обговорення результатів виконання та захисту здобувачами кваліфікаційних робіт, визначення рейтингових оцінок та ухвалення рішення щодо присвоєння здобувачеві кваліфікації з видачею диплома встановленого зразка, надання рекомендації щодо вступу до аспірантури тощо здійснюються на закритому засіданні ЕК за встановленою процедурою. За однакової кількості голосів голос голови ЕК є вирішальним.

Повторний захист кваліфікаційної роботи з метою підвищення позитивної підсумкової рейтингової оцінки не дозволяється. Підсумкові рейтингові оцінки результатів виконання та захисту здобувачами кваліфікаційних робіт заносять до Протоколу засідання Екзаменаційної комісії із проведення захисту кваліфікаційних 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 здобувача на захист кваліфікаційної роботи з будь-яких причин у Протоколі засідання Екзаменаційної комісії з проведення захисту кваліфікаційних робіт робиться запис: «Не атестований у зв'язку з неявкою на засідання Екзаменаційної комісії», а питання державної атестації здобувача вирішується в установленому порядку.

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

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

Якщо підсумки захисту здобувачем кваліфікаційної роботи визнаються ЕК незадовільними, комісія встановлює, чи може цей здобувач подати на повторний захист ту саму роботу з доопрацюванням, чи він повинен виконати роботу за новою темою, узгодженою з випусковою кафедрою.

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

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

**Орієнтовна тематика кваліфікаційних робіт
для здобувачів ОС «Бакалавр»
спеціальності 075 «Маркетинг»
освітньо-професійної програми «Маркетинг»**

1. Дослідження та шляхи удосконалення маркетингової діяльності авіакомпанії (підприємства на ринку авіаційних послуг).
2. Напрями інноваційного забезпечення системи маркетингу підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
3. Напрями вдосконалення маркетингової діяльності підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
4. Використання внутрішньо-організаційного маркетингу в діяльності підприємств (на прикладі конкретного підприємства).
5. Аналіз комунікаційної політики підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
6. Дослідження комплексу маркетингу підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
7. Аналіз та розроблення рекомендацій з удосконалення комплексу маркетингу підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
8. Маркетингові дослідження діяльності підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
9. Аналіз маркетингової діяльності екологоорієнтованого підприємства.
10. Організація маркетингової діяльності підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності (на прикладі конкретного підприємства).
11. Дослідження маркетингових стратегій виходу підприємства на зарубіжні ринки (на прикладі конкретного підприємства).
12. Оцінювання маркетингової стратегії розвитку соціального підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
13. Аналіз міжнародної рекламної діяльності підприємства із просування товарів і послуг на зарубіжних ринках (на прикладі конкретного підприємства).
14. Оцінювання ефективності стратегії міжнародного маркетингу підприємства (на прикладі конкретного підприємства).

15. Аналіз застосування інструментів маркетингу послуг на підприємстві (на прикладі конкретного підприємства).
16. Дослідження та прогнозування кон'юнктури товарного ринку (на прикладі конкретного ринку).
17. Дослідження рекламної діяльності підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
18. Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства шляхом визначення і посилення конкурентних переваг (на прикладі конкретного підприємства).
19. Використання елементів комплексу маркетингу в конкурентній політиці підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
20. Запровадження територіального маркетингу в концепцію розвитку регіону (на прикладі конкретного регіону).
21. Маркетингові дослідження конкурентоспроможності продукції підприємства та пошук резервів щодо її вдосконалення (на прикладі конкретного підприємства).
22. Маркетингові дослідження в системі формування та розроблення (вдосконалення) маркетингової політики комунікацій (маркетингової товарної політики, маркетингової цінової політики, маркетингової політики розподілу, маркетингової політики збуту, маркетингової асортиментної політики).
23. Дослідження споживчої поведінки при створенні і просуванні бренду на ринок.
24. Оцінювання доцільності модифікації комплексу маркетингу підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
25. Аналіз ринку та визначення маркетингових можливостей підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
26. Дослідження впливу маркетингового середовища на формування стратегії підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
27. Дослідження ефективності організації збутової діяльності підприємства на ринку (на прикладі конкретного ринку).
28. Аналіз системи маркетингу робочої сили підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
29. Оцінювання ефективності функціонування служби маркетингу на підприємстві (на прикладі конкретного підприємства).

30. Організація проведення маркетинг-аудиту на підприємстві (на прикладі конкретного підприємства).

31. Дослідження господарської та комерційної діяльності підприємства на ринку (на прикладі конкретного підприємства та ринку).

32. Дослідження та перспективи розвитку маркетингу територій на прикладі регіону (області, міста, територіальної одиниці).

33. Дослідження та шляхи удосконалення мерчандайзингу торговельного підприємства (на прикладі конкретного підприємства).

34. Дослідження та шляхи удосконалення маркетингової діяльності підприємства на засадах холістичного маркетингу (на прикладі конкретного підприємства).

35. Дослідження та шляхи удосконалення маркетингової діяльності підприємства на засадах соціально-відповідального маркетингу (на прикладі конкретного підприємства).

**Орієнтовна тематика кваліфікаційних робіт
для здобувачів ОС «Бакалавр»
спеціальності 075 «Маркетинг»
освітньо-професійної програми
«Електронний маркетинг»**

1. Дослідження впливу цифрового маркетингу на діяльність авіакомпанії (аеропорту).

2. Оцінювання ефективності комунікаційної політики в електронній комерції.

3. Організація комунікаційної політики підприємства в інтернеті.

4. Організація комплексу маркетингу інтернет-магазину.

5. Міжнародний маркетинг у соціальних мережах: оцінювання ефективності сучасних методів стимулювання збуту.

6. Онлайнові дослідження в міжнародному маркетингу (на прикладі...).

7. Інтернет-технології як маркетинговий інструмент у діяльності зарубіжних компаній (на прикладі...).

8. Інтегровані маркетингові комунікації глобальних мережевих компаній (на прикладі...).

9. Аналіз інформаційного забезпечення маркетингової діяльності підприємства.

10. Маркетингова інформаційна система підприємства та можливі шляхи її вдосконалення.

11. Система маркетингу підприємства в умовах інтернет-ринку.

12. Перспективний аналіз розвитку електронної торгівлі в постпандемічний період.

13. Інтеграція онлайнових і офлайнових маркетингових комунікацій при просуванні торговельних марок.

14. Розроблення маркетингової програми інтернет-магазину.

15. Дослідження маркетингових пріоритетів розвитку підприємства в соціальних мережах.

16. Перспективний аналіз розвитку електронної торгівлі в постпандемічний період.

17. Розвиток ринку інтернет-торгівлі та його вплив на діяльність інтернет-магазину.

18. Розроблення маркетингових комунікацій на основі технологій вірусного маркетингу (на прикладі конкретного підприємства).

19. Соціальний медіа-маркетинг як інструмент просування продукції підприємства.

20. Сучасні інформаційні технології в маркетинговій діяльності підприємства.

21. Організація маркетингу програмних продуктів в умовах інтернет-ринку.

22. Розроблення стратегії онлайн-маркетингу компанії (на прикладі конкретної компанії).

23. Використання потенціалу соціальних мереж у рекламних кампаніях та їх вплив на поведінку споживача.

24. Дослідження впливу соціальних медіа на прихильність клієнтів до бренду.

25. Використання багатоканального маркетингу в епоху цифровізації.

26. Розроблення шляхів підвищення онлайн-довіри споживачів в інтернет-маркетингу.

27. Аналіз діяльності з формування і підтримання іміджу компанії в інтернеті PR-інструментами (на прикладі конкретної компанії).

28. Вибір засобів реклами в мережі Інтернет та оцінювання їх ефективності для роздрібного торгового підприємства (на прикладі конкретного підприємства).

29. Розроблення комунікаційної стратегії компанії на основі інтегрованих маркетингових комунікацій (на прикладі конкретної компанії).

30. Удосконалення маркетингових технологій просування продукції в Інтернет-середовищі.

31. Інтегровані маркетингові комунікації на ринку інтернет-послуг (на прикладі конкретного ринку).

32. Маркетингові комунікації підприємства у сфері інтернет-послуг (на прикладі конкретного підприємства).

33. Маркетингова комунікаційна політика підприємства в інтернеті і напрями її вдосконалення (на прикладі конкретного підприємства).

34. Маркетингові підходи щодо розроблення та обґрунтування ефективної комунікаційної політики підприємства в інтернеті (на прикладі конкретного підприємства).

35. Інтегровані маркетингові комунікації глобальних мережевих компаній.

**Орієнтовна тематика кваліфікаційних робіт
для здобувачів ОС «Магістр»
спеціальності 075 «Маркетинг»
освітньо-професійної програми «Маркетинг»**

1. Формування корпоративної системи управління маркетингом авіаційних перевезень.
2. Формування стратегії диверсифікації комплексу послуг авіакомпанії.
3. Розроблення та вдосконалення маркетингу послуг у сфері пасажирських авіаційних перевезень.
4. Управління брендом авіакомпанії (аеропорту).
5. Розроблення рекомендацій з удосконалення системи управління лояльністю клієнтів авіакомпанії.
6. Розроблення маркетингової стратегії підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
7. Розроблення маркетингової стратегії на підприємстві з іноземними інвестиціями (на прикладі конкретного підприємства).
8. Розроблення функціональної маркетингової стратегії підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
9. Розроблення маркетингової стратегії підприємства відповідно до результатів конкурентного аналізу.
10. Управління прийняттям стратегічних рішень щодо товарної політики (цінової політики, політики розподілу, політики просування, збутової політики) в рамках маркетингової стратегії підприємства.
11. Розроблення та реалізація маркетингової стратегії підприємства як засіб підвищення його конкурентоспроможності.
12. Розроблення конкурентної стратегії підприємства та оцінювання її ефективності (на прикладі конкретного підприємства).
13. Обґрунтування і оцінювання ефективності впровадження конкурентної стратегії підприємства.
14. Маркетингові аспекти посилення конкурентоспроможності підприємства на ринку (на прикладі конкретного підприємства).
15. Формування стратегії і тактики конкуренції підприємства (на прикладі конкретного підприємства).

16. Вдосконалення сучасних інтерактивних методів комунікаційної політики підприємства.
17. Використання маркетингових інструментів в управлінні організаційними змінами.
18. Вдосконалення системи внутрішнього маркетингу персоналу у сфері надання послуг.
19. Організація ринкової взаємодії підприємств на основі концепції маркетингу відносин.
20. Формування інноваційної товарної політики сервісної компанії.
21. Вибір та розроблення маркетингової інноваційної стратегії підприємства.
22. Маркетингові дослідження конкурентоспроможності освітнього продукту та пошук резервів щодо його вдосконалення.
23. Оптимізація елементів стратегічного комплексу маркетингу промислового підприємства.
24. Розроблення механізму формування рекламного менеджменту підприємства.
25. Розроблення та удосконалення системи маркетингового менеджменту в діяльності підприємства.
26. Удосконалення системи маркетингового менеджменту в системі інноваційної підприємницької діяльності.
27. Удосконалення маркетингового управління на підприємстві
28. Управління маркетинговою діяльністю підприємства і напрями її вдосконалення.
29. Підвищення ефективності маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління.
30. Реалізація маркетингового управління на різних стадіях життєвого циклу товару.
31. Система управління торговою маркою та можливі шляхи її вдосконалення.
32. Формування системи маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення завдань ринкового суб'єкта.
33. Планування маркетингової діяльності компанії та оцінювання її ефективності.
34. Формування соціально-орієнтованої системи маркетингу на підприємстві.

35. Розроблення управлінського забезпечення системи мережевого маркетингу підприємства.

36. Розроблення і обґрунтування системи заходів, орієнтованих на посилення ринкових позицій підприємства (на прикладі конкретного підприємства).

37. Формування комплексу маркетингового впливу підприємства на цільовий ринок.

38. Моделювання вибору цільового сегмента ринку в маркетинговій системі підприємств (на прикладі конкретного підприємства).

39. Формування маркетингових підходів щодо вдосконалення комунікаційної політики обраного підприємства.

40. Вдосконалення асортиментної політики підприємства (на прикладі конкретного підприємства).

41. Вдосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємства (на прикладі конкретного підприємства).

42. Вибір та обґрунтування сучасних методів вивчення поведінки споживачів товарів (послуг).

43. Визначення конкурентних позицій обраного підприємства на ринку та можливостей щодо їх поліпшення.

44. Організація і планування маркетингу інформаційних послуг (на прикладі обраного підприємства).

45. Організація рекламної кампанії на обраному підприємстві.

46. Розроблення заходів щодо закріплення торгової марки у свідомості споживачів та створення довгострокового іміджу підприємства (на прикладі конкретного підприємства).

47. Розроблення кампанії з просування продукції та оцінювання її ефективності (на прикладі конкретного підприємства).

48. Розроблення програми посилення комунікаційного впливу підприємства (на прикладі конкретного підприємства).

49. Управління маркетинговою діяльністю підприємства при виході на новий ринок (на прикладі конкретного підприємства).

50. Формування сучасних маркетингових підходів просування товарів торговельного підприємства (на прикладі конкретного підприємства).

**Орієнтовна тематика кваліфікаційних робіт
для здобувачів ОС «Магістр»
спеціальності 075 «Маркетинг»
освітньо-професійної програми
«Міжнародний маркетинг»**

1. Управління маркетинговою діяльністю міжнародного аеропорту.

2. Формування системи забезпечення конкурентоспроможності авіакомпанії на міжнародному ринку авіаційних перевезень.

3. Конкурентоспроможність персоналу як фактор ділового успіху транснаціональної корпорації.

4. Використання принципів екологічного маркетингу в діяльності підприємства на зовнішніх ринках.

5. Міжнародний брендинг у системі стратегічних напрямів розвитку транснаціональних корпорацій.

6. Міжнародні маркетингові стратегії організацій сфери послуг.

7. Формування та управління капіталом бренда міжнародних компаній.

8. Удосконалення маркетингової діяльності організації у сфері фінансових послуг.

9. Маркетингові механізми адаптації національного виробника до умов глобального конкурентного середовища.

10. Аналіз міжнародної маркетингової діяльності підприємства в умовах глобалізації.

11. Розроблення (вдосконалення) міжнародної маркетингової політики підприємства.

12. Маркетингові стратегії виходу підприємств на міжнародний ринок.

13. Розроблення маркетингової програми розвитку підприємства на міжнародному ринку.

14. Маркетингове забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства на міжнародному ринку.

15. Організація та планування міжнародного маркетингу на промисловому підприємстві.

16. Розроблення програми стимулювання збуту на підприємстві при виході на міжнародний ринок.

17. Розроблення та реалізація маркетингової стратегії підприємства при виході на міжнародний ринок.

18. Управління маркетинговими дослідженнями підприємств у процесі формування конкурентних переваг на міжнародному ринку.

19. Формування стратегії розвитку регіону на основі інструментів інтеграційного маркетингу.

20. Маркетинг якості життя в умовах глобалізаційних трансформацій.

21. Використання регіонального маркетингу ЄС для забезпечення стійкого економічного розвитку.

22. Формування комплексу адаптивного міжнародного маркетингу в умовах глобалізації.

Зразок «ЗАЯВА»

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Узгоджено
Завідувач кафедри
маркетингу

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

Керівник кваліфікаційної
роботи

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

Декану ФЕБА

здобувача

_____ курсу _____ групи
освітнього ступеня _____
(бакалавр/магістр)
спеціальності _____
_____ ОПП _____
(П.І.Б. повністю)

ЗАЯВА

Прошу затвердити тему кваліфікаційної роботи №__ по кафедрі маркетингу

_____ (повна назва теми)

та призначити керівником кваліфікаційної роботи _____
(наук. ступінь, посада)

_____ (П.І.Б. керівника повністю)

Кваліфікаційну роботу буду виконувати з « ____ » _____ 20__ р. по
« ____ » _____ 20__ р. із захистом у _____ 20__ р.
(місяць)

« ____ » _____ 20__ р. Підпис здобувача _____

**ПАМ'ЯТКА
керівнику кваліфікаційної роботи**

Відгук пишеться в довільній формі на бланку встановленого зразка. У відгуку необхідно відобразити:

- характер виконання кваліфікаційної роботи (в ініціативному порядку, за замовленням підприємства, організації, установи тощо);
- мету кваліфікаційної роботи;
- відповідність виконаної кваліфікаційної роботи затвердженому завідувачем кафедри завданню;
- ступінь самостійності здобувача під час виконання кваліфікаційної роботи;
- уміння здобувача працювати з літературними джерелами, аналізувати теоретичний та практичний матеріал, приймати обґрунтовані рішення (наукові), застосовувати сучасні комп'ютерні інформаційні технології, проводити фізичне або математичне моделювання, обробляти та аналізувати результати досліджень (експерименту), проєктування;
- знання та дотримання вимог нормативних документів під час виконання кваліфікаційної роботи загалом та оформлення пояснювальної записки та інших матеріалів;
- отримані найбільш важливі теоретичні та практичні результати, їх апробацію на конференціях, семінарах тощо;
- узагальнену оцінку рівня виконаної кваліфікаційної роботи, відповідність набутих здобувачем знань, умінь та навичок (компетенцій), а також висновок щодо можливості присвоєння здобувачеві кваліфікації певного освітнього ступеня за даною спеціальністю та освітньо-професійною програмою.

**Зразок бланка відгуку керівника кваліфікаційної роботи
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ВІДГУК
керівника кваліфікаційної роботи
випускника кафедри маркетингу**

_____ (назва інституту (факультету))

_____ (П.І.Б. здобувача)

Керівник кваліфікаційної роботи:

_____ (науковий ступінь, посада, вчене звання)

_____ (П.І.Б.)

«___» _____ 20__ р.

_____ (підпис)

**ПАМ'ЯТКА
рецензенту кваліфікаційної роботи**

Рецензія пишеться в довільній формі на бланку встановленого зразка. У рецензії необхідно відобразити:

- відповідність змісту роботи темі і завданню на кваліфікаційну роботу (відповідність теми роботи фактичному об'єкту роботи);
- актуальність теми, наявність замовлення роботи підприємством (організацією);
- достатність вихідних даних на роботу, їх спрямованість на пошуки оптимальних рішень з урахуванням останніх досягнень науки і техніки;
- наявність багатоваріантного аналізу основного завдання на основі літературного пошуку новітніх досліджень і розробок з обґрунтуванням оптимального варіанта розв'язання;
- наявність оптимізації рішень у роботі, глибина обґрунтувань прийнятих рішень;
- застосування ЕОМ для вирішення завдань основної частини роботи (оптимізація, моделювання та ін.), обґрунтування (обґрунтованість) вибору програмного забезпечення, застосування стандартних та оригінальних програм, наявність аналізу результатів та їх використання в роботі;
- стиль написання (обґрунтовальний чи описовий), відповідність оформлення вимогам чинних стандартів;
- якість виконання пояснювальної записки та ілюстративного матеріалу, відповідність вимогам державних стандартів;
- практична цінність роботи, можливість її реалізації;
- виявлені недоліки;
- мотивовану оцінку кваліфікаційної роботи за 100-бальною та національною шкалами і ECTS шкалою, а також висновок щодо можливості присвоєння здобувачеві кваліфікації певного освітнього ступеня за даною спеціальністю.

**Зразок бланка рецензії на кваліфікаційну роботу
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**РЕЦЕНЗІЯ
на кваліфікаційну роботу
випускника кафедри маркетингу**

(назва інституту (факультету))

(П.І.Б. здобувача)

Рецензент:

(науковий ступінь, посада, вчене звання)

(П.І.Б.)

«__» _____ 20__ р.

(підпис)

З рецензією ознайомлений:

(підпис)

(П.І.Б. здобувача)

«__» _____ 20__ р.

Зразок титульного аркуша

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач випускової кафедри

_____ Т. КНЯЗЄВА
« ____ » _____ 20__ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ
«БАКАЛАВР» («МАГІСТР»)
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 «МАРКЕТИНГ»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНИХ ПРОГРАМ «МАРКЕТИНГ»,
«ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ», «МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ»

Тема: «Управління вдосконаленням маркетингової стратегії підприємства»

Виконавець: Попов Ілля Семенович

Керівник: к.е.н., доцент Радченко Ганна Анатоліївна

Нормоконтролер: к.е.н., доцент Полоус Ольга Вікторівна

КИЇВ 20__

**Зразок бланка завдання на виконання
кваліфікаційної роботи**

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та бізнес-адміністрування
Кафедра маркетингу
Спеціальність: 075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма: «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач випускової
кафедри

_____ Т. КНЯЗЄВА
« ____ » _____ 20__ р.

**ЗАВДАННЯ
на виконання кваліфікаційної роботи**

_____ (П.І.Б. здобувача)

1. Тема роботи: «Управління вдосконаленням маркетингової стратегії підприємства» затверджена наказом ректора від « ____ » ____ 20__ р. № ____ /ст.
2. Термін виконання роботи: з _____ по _____.
3. Вихідні дані роботи: статистичні дані, нормативно-правова база, електронні інформаційні джерела, матеріали періодичних видань.
4. Зміст пояснювальної записки: вступ; сутність маркетингової стратегії та її роль у розвитку підприємства; аналіз операційної та маркетингової діяльності ТОВ «АЛІАС»; пропозиції щодо удосконалення маркетингової стратегії ТОВ «АЛІАС»; висновки.
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: класифікація маркетингових стратегій і процес формування маркетингової стратегії в системі управління; етапи та інструментарій розроблення маркетингової стратегії підприємства; загальна характеристика та організаційна структура ТОВ «АЛІАС»; аналіз фінансово-економічного стану ТОВ «АЛІАС»; аналіз маркетингової діяльності ТОВ «АЛІАС»; формування ринкового позиціонування м'ясної продукції ТОВ «АЛІАС».

6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін виконання	Підпис керів-ника
1	Видача завдання		
2	Збір та обробка статистичної інформації		
3	Вивчення стану проблем, опрацювання джерел		
4	Написання теоретичної частини		
5	Написання аналітичної частини		
6	Написання практичної частини (для ОС «Магістр»)		
7	Написання вступу та висновків		
8	Оформлення пояснювальної записки, наочного та графічного матеріалу, підготовка доповіді, передзахист		
9	Проходження нормоконтролю, перевірка на плагіат, оформлення документів до захисту, рецензування роботи, подання роботи на кафедру		

7. Дата видачі завдання: « ____ » _____ 20__ р.

Керівник кваліфікаційної роботи _____
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання _____
(підпис здобувача) (П.І.Б.)

АНОТАЦІЯ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи «Управління вдосконаленням маркетингової стратегії підприємства» ___ стор., ___ рис., ___ табл., ___ літературних джерел, ___ додатків.

СТРАТЕГІЯ, СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ, КЛАСИФІКАЦІЯ СТРАТЕГІЙ, ОПЕРАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ, МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ, УПРАВЛІННЯ, СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ

Об'єктом дослідження є, предметом –

Мета кваліфікаційної роботи –

Методи дослідження.....

Методологічну основу дослідження становили

Наукова новизна одержаних результатів полягає

Значущість виконаної роботи та висновки.....

Рекомендації щодо використаних результатів.....

Сектор застосування і ступінь упровадження матеріалів кваліфікаційної роботи.....

Прогнозні припущення про розвиток об'єкта і предмета дослідження.....

**Приклад оформлення змісту кваліфікаційної роботи
бакалавра**

ЗМІСТ

ВСТУП	6
Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ НЕЙРОМАРКЕТИНГУ ТА БРЕНДИНГУ	10
1.1. Сутність визначень «нейромаркетинг» та «брендинг»	10
1.2. Особливості та вплив інструментів, методів нейромаркетингу на споживачів.....	18
1.3. Застосування брендингу та його вплив на споживача.....	30
Висновки до першого розділу	30
Розділ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ОПЕРАТОРА МОБІЛЬНОГО ЗВ'ЯЗКУ VODAFONE УКРАЇНА НА РИНКУ СТІЛЬНИКОВОГО ЗВ'ЯЗКУ УКРАЇНИ	42
2.1. Аналіз ринку стільникового зв'язку України	42
2.2. Загальний опис підприємства «Vodafone Україна» та послуг, які воно надає	52
2.3. Визначення цільового ринку та оцінювання конкурентоспроможності підприємства «Vodafone Україна».....	65
2.4. Рекомендації щодо застосування маркетингових комунікацій брендом «Vodafone Україна»	75
Висновки до другого розділу.....	85
ВИСНОВКИ	88
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	92
ДОДАТКИ	98

**Приклад оформлення змісту кваліфікаційної роботи
магістра**

ЗМІСТ

ВСТУП	6
Розділ 1. СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТА ЇЇ РОЛЬ У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	10
1.1. Імперативи маркетингової стратегії на підприємстві	10
1.2. Класифікація маркетингових стратегій і процес формування маркетингової стратегії в системі управління.....	18
1.3. Етапи та інструментарій розроблення маркетингової стратегії підприємства	30
Висновки до першого розділу.....	30
Розділ 2. АНАЛІЗ ОПЕРАЦІЙНОЇ ТА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «АЛІАС»	42
2.1. Загальна характеристика та організаційна структура ТОВ «АЛІАС».....	42
2.2. Аналіз фінансово-економічного стану ТОВ «АЛІАС»	52
2.3. Аналіз маркетингової діяльності ТОВ «АЛІАС».....	65
Висновки до другого розділу	65
Розділ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «АЛІАС»	81
3.1. Формування ринкового позиціонування м'ясної продукції	81
3.2. Розроблення та впровадження комплексної системи стимулювання збуту для ТОВ «АЛІАС».....	94
3.3. Пропозиції щодо інтеграції запропонованих заходів до маркетингової стратегії ТОВ «АЛІАС»	106
Висновки до третього розділу	107
ВИСНОВКИ	115
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	121
ДОДАТКИ	129

**Приклади оформлення списку використаних джерел,
відповідно до ДСТУ 8302:2015**

КНИГИ	
Приклад	Однотомні видання
Один автор	<p>Битяк Ю. П. Державна служба в Україні: організаційно-правові засади: монографія. Харків: Право, 2005. 304 с.</p> <p>Краснова М. В. Договори в екологічному праві України: навч. посіб. / Київ: нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ: Алерта, 2012. 216 с.</p> <p>Кузніченко С. О. Закон України "Про правовий режим надзвичайного стану": наук.-практ. комент. / Одес. держ. ун-т внутр. справ. Харків: Право, 2015. 164 с.</p> <p>Тертишник В. М. Науково-практичний коментар Кримінального процесуального кодексу України: із змін та допов. на 12 берез. 2016 р. 12-те вид., допов. і переробл. Київ: Правова єдність, 2016. 810 с.</p> <p>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.</p>
Два автори	<p>Васильєв С. В., Ніколенко Л. М. Доказування та докази у господарському процесі України: монографія. Харків: Еспада, 2004. 192 с.</p> <p>Каткова Т. В., Каткова А. Г. Закінчення досудового слідства у кримінальних справах: практич. посіб. Харків: Право, 2011. 136 с.</p> <p>Петришина М. О., Петришин О. А. Міжнародно-правові стандарти у сфері місцевого самоврядування: наук. доп. / Нац. акад. прав. наук України, НДІ держ. буд-ва та місц. самоврядування. Харків: Право, 2016. 44 с. (Серія «Наукові доповіді»).</p> <p>Сташис В. В., Бажанов М. И. Преступления против личности в УК УССР и судебной практике. Изд. 2-е, испр. и доп. Харьков: Вища шк., 1987. 216 с.</p>
Три автори	<p>Комаров В. В., Світлична Г. О., Удальцова І. В. Окреме провадження: монографія / за ред. В. В. Комарова. Харків: Право, 2011. 312 с.</p> <p>Сичевський В. В., Харитонов Є. І., Олейніков Д. О. Науково-практичний коментар до розділу I Особливої частини Кримінального кодексу України (Злочини проти основ національної безпеки України) / Служба безпеки України. Харків: Право, 2016. 232 с. (Бібліотека слідчого).</p> <p>Helfer M. E., Kempe R. S., Krugman R. D. The battered child. 5th ed. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1997. 700 p.</p>

КНИГИ	
Приклад	Однотомні видання
Чотири і більше авторів	<p>Прилипка С. М., Ярошенко О. М., Мороз С. В., Малиновська К. А. Укладення трудового договору: теоретико-прикладне дослідження: монографія. Харків: Юрайт, 2013. 288 с.</p> <p>Коллективні політичні права і свободи людини та громадянина в Україні: проблеми теорії та практики: монографія / Є. І. Григоренко та ін.; Харків. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. Харків: [б. в.], 2013. 352 с.</p>
Автор(и) та редактор(и)/упорядник(и)	<p>Гель А. П., Семаков Г. С., Яковець І. С. Кримінально-виконавче право України: навч. посіб. / ред. А. Х. Степанюк. Київ: Юрінком Інтер, 2008. 624 с.</p> <p>Грошевий Ю. М. Вибрані праці / упоряд.: О. В. Капліна, В. І. Маринів. Харків: Право, 2011. 656 с.</p> <p>Петрик О. І. Шлях до цінової стабільності: світовий досвід і перспективи для України: монографія / відп. ред. В. М. Гець. Київ: УБС НБУ, 2008. 369 с.</p> <p>Plath S. The unabridged journals / ed. K. V. Kukil. New York, NY: Anchor, 2000. 680 p.</p>
Автор(и) та перекладач(и)	<p>Беккариа Ч. О преступлениях и наказаниях / вступ. ст. Н. И. Панова; пер. с итал. М. М. Исаев. Киев: Ин Юре, 2014. 240 с. (Памятники правовой мысли).</p> <p>Laplace P. S. A philosophical essay on probabilities / trans.: F. W. Truscott, F. L. Emory. Original work published 1814. New York, NY: Dover, 1951. 196 p.</p>
Без автора	<p>Галузева економічна політика держави: проблеми правового забезпечення: колект. моногр. / за наук. ред. Д. В. Задихайла. Харків: Юрайт, 2013. 520 с. (Серія "Наукові праці кафедри господарського права Національного університету "Юридична академія України імені Ярослава Мудрого"; т. 1).</p> <p>Конституція України: наук.-практ. комент. / редкол.: В. Я. Тацій (голова) та ін. 2-ге вид., переробл. і допов. Харків: Право, 2012. 1128 с.</p> <p>Twenty-four hours a day. Miami, FL: BN Publishing, 2010. 400 p.</p> <p>Велика українська юридична енциклопедія: у 20 т. / Нац. акад. прав. наук України, Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого. Харків: Право, 2016. Т. 1: Історія держави і права України. 848 с.</p>

Приклад	Багатотомні видання
	Енциклопедія історії України: у 10 т. / НАН України, Ін-т історії України. Київ: Наук. думка, 2005. Т. 9. 944 с. 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.
ІНШІ ВИДАННЯ	
Автореферати дисертацій	Кравчук В. М. Припинення корпоративних правовідносин в господарських товариствах: автореф. дис. ... д-ра юрид. наук: 12.00.03 / Нац. юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого. Харків, 2010. 36 с. Лісов О. С. Новітня вітчизняна історіографія створення та діяльності розвідки і контррозвідки України у 1917–1991 роках: автореф. дис. ... канд. іст. наук: 20.02.22 / Нац. ун-т оборони України ім. Івана Черняхівського. Київ, 2017. 20 с.
Дисертації	Сокурченко В. В. Публічне адміністрування сферою оборони в Україні: дис. ... д-ра юрид. наук: 12.00.07 / Нац. акад. внутр. справ. Київ, 2016. 573 с. Костенко В. О. Економіко-правове забезпечення викорис-тання та охорони земель: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.06 / Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого. Харків, 2015. 183 с. Vryant B. D. A sequentially articulated experiment to compare two instructional software input infrastructures: Doctoral dissertation / University at Albany. Albany, NY, 1998. 150 p.
Стандарти	ДСТУ 7152:2010. Видання. Оформлення публікацій у журналах і збірниках. [Чинний від 2010-02-18]. Вид. офіц. Київ, 2010. 16 с. (Інформація та документація). 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. ДСТУ 3582:2013. Бібліографічний опис. Скорочення слів і словосполучень українською мовою. Загальні вимоги та правила (ISO 4:1984, NEQ; ISO 832:1994, NEQ). [На заміну ДСТУ 3582-97; чинний від 2013-08-22]. Вид. офіц. Київ: Мінекономрозвитку України, 2014. 15 с. (Інформація та документація).

ЧАСТИНА ВИДАННЯ	
Розділ книги	Борисова В. И. Право частной собственности в системе социально-экономических прав и свобод граждан и пути его реализации. <i>Харьковская цивилистическая школа: право собственности</i> : монография / ред. И. В. Спасибо-Фатеева. Харьков: Право, 2012. Разд. 3, гл. 1. С. 87–99. Даньшин І. М. Злочини проти громадського порядку та моральності. <i>Кримінологія. Загальна та Особлива частини</i> : підручник / ред. В. В. Голіна. 2-ге вид., переробл. і допов. Харків: Право, 2009. Розд. 15. С. 138–145.
Тези, доповідь	Боднар Т. В. Договір про закупівлю: особливості укладання і забезпечення. <i>Актуальні проблеми приватного права: договір як правова форма регулювання приватних відносин</i> : 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. Данильян О. Г., Дьобань О. П. Досвід удосконалення органів державної влади в європейських країнах та можливості його використання в Україні. <i>Проблеми розбудови державності та народовладдя в Україні</i> : матеріали ХХІІ Харків. політолог. читань (м. Харків, 21 трав. 2009 р.). Харків, 2009. С. 47–49.
Стаття з періодичного видання (журнал, газета)	Тацій В. Я., Тютюгін В. І., Пономаренко Ю. А. Виклики сучасності і кримінальне право. <i>Голос України</i> . 2016. 29 січ. (№ 16). С. 6–7. Itzkoff D. A touch for funny bones and earlobes. <i>New York Times</i> . 2010. March 31. P. C1.
ЕЛЕКТРОННІ РЕСУРСИ	
Приклад	Аналіз стану здійснення судочинства в 2015 році (за даними судової статистики). URL: http://www.scourt.gov.ua/clients/vsu/vsu.nsf/(documents)/D7F9F72E78DA88ECC2257F730036F282 (дата звернення: 17.03.2017). 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). Карнаух Б. П. Тлумачення договору: короткий нарис із наднаціональної і транснаціональної точок зору. <i>Проблеми законності</i> . 2016. Вип. 135. С. 39–51. DOI: http://dx.doi.org/10.21564/2414-990x.135.83852 .

ЗАКОНОДАВЧІ ТА НОРМАТИВНІ ДОКУМЕНТИ	
Приклад	<p>Конституція України: станом на 1 верес. 2016 р.: відповідає офіц. тексту. Харків: Право, 2016. 82 с.</p> <p>Конституційний Суд України: рішення, висновки / відп. ред. А. С. Головін; уклад.: К. О. Пігнаста, О. І. Кравченко. Київ: Логос, 2011. Кн. 10. 431 с.</p> <p>Правова основа діяльності органів державної влади: зб. нормат. актів / упоряд. П. М. Любченко. Харків: ФІНН, 2010. 303 с.</p> <p>Кримінальний кодекс України: Закон України від 05.04.2001 р. № 2341-III. <i>Відомості Верховної Ради України</i>. 2001. № 25–26. Ст. 131.</p> <p>Про порядок класифікації надзвичайних ситуацій: постанова Каб. Міністрів України від 15.06.1998 р. № 1099. <i>Офіційний вісник України</i>. 1998. № 28. Ст. 1062.</p> <p>Про ратифікацію Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони: Закон України від 16.09.2014 р. № 1678-VII. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1678-18 (дата звернення: 17.03.2017).</p> <p>Case of Benham v. The United Kingdom (Application no. 19380/92): Judgment European Court of Human Rights, 10 June 1996. URL: http://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-57990 (Last accessed: 17.03.2017).</p>

**Зразок оформлення титульного аркуша
наочного матеріалу**

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

«Узгоджено»
Науковий керівник

/підпис/

« ____ » _____ 20__ р.

**НАОЧНИЙ МАТЕРІАЛ
до кваліфікаційної роботи
на тему:**

здобувача _____ групи
спеціальності 075 «Маркетинг»
освітньо-професійної програми «Маркетинг»
ПІБ _____
(прізвище, ініціали)
Науковий керівник _____
(прізвище, ініціали)

Київ 20__

**Зразок оформлення акта (довідки) щодо впровадження
результатів кваліфікаційної роботи**

*Акт (довідка) оформлюється на фірмовому бланку
підприємства, установи, організації*

АКТ (ДОВІДКА)

**про впровадження наукових результатів
кваліфікаційної роботи в практику
діяльності підприємства
(назва підприємства, компанії, організації)**

У кваліфікаційній роботі та тему «_____» здобувача (П.І.Б здобувача) запропоновано низку заходів щодо (перелічити ключові наукові досягнення, отримані практичні результати тощо).

Практичну цінність для (назва підприємства) мають такі положення:

- 1) _____;
- 2) _____;
- 3) _____.

Застосовані у кваліфікаційній роботі методики дослідження і розроблені пропозиції щодо додаткового залучення коштів (покращення певних видів діяльності, вдосконалення управлінських практик тощо) будуть упроваджені в практику діяльності підприємства в (назва департаменту, підрозділу, програми розвитку тощо).

Директор _____ (П.І.Б, підпис, печатка)

Дата «___» _____ 20__ р.

**Зразок оформлення довідки про успішність
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ГОЛОВІ
екзаменаційної комісії**

Для захисту кваліфікаційної роботи на тему: _____

направляється здобувач(ка) _____
(прізвище, ініціали)

До Екзаменаційної комісії подані такі матеріали: виписка із заліково-екзаменаційних відомостей, довідка про успішність, відгук керівника кваліфікаційної роботи, висновок кафедри про кваліфікаційну роботу та рецензія.

Декан факультету _____ С. СМЕРІЧЕВСЬКИЙ
«___» _____ 20__ р.

ДОВІДКА ПРО УСПІШНІСТЬ

Здобувач (ка) _____
(прізвище, ініціали)

за час навчання в університеті з 20__ р. по 20__ р. повністю виконав(ла) навчальний план підготовки фахівця освітнього ступеня «Бакалавр/Магістр» з такими оцінками: відмінно _____%, добре _____%, задовільно _____%.

Секретар _____ (_____)
«___» _____ 20__ р.

ВИСНОВОК КАФЕДРИ ПРО КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Кваліфікаційна робота розглянута на кафедрі маркетингу ФЕБА. Здобувач(ка) _____ допущений(а)
(прізвище, ініціали)

до її захисту в Екзаменаційній комісії.

Завідувачка кафедри _____ (Т. КНЯЗЄВА)
«___» _____ 20__ р.

**Шкала оцінювання результатів виконання
та захисту кваліфікаційної 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

**Критерії оцінювання результатів виконання
та захисту кваліфікаційної роботи**

Критерії оцінювання результатів виконання кваліфікаційної роботи	Максимальна кількість балів	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 кваліфікаційної роботи	10	Високий рівень Середній рівень Низький рівень	10 8 6

Критерії оцінювання результатів виконання кваліфікаційної роботи	Максимальна к-ть балів	Зміст критеріїв оцінювання	Оцінка в балах
5. Відповідність кваліфікаційної роботи вимогам нормативних актів України, ДСТУ, якості оформлення матеріалів	10	Достатньо повна, висока якість	10
		недостатньо повна, прийнятна якість.	8
		Неповна, невисока якість	6
6. Змістовність доповіді та відповідей здобувача на запитання членів ЕК під час захисту основних положень кваліфікаційної роботи	40	Доповідь та відповіді на запитання повні, послідовні, логічні.	40
		Доповідь та відповіді на запитання недостатньо повні, логічні та послідовні.	32
		Непослідовно та нелогічно побудована доповідь, недостатньо повні відповіді на запитання	24
Разом	100	–	–

Структура кваліфікаційної роботи освітнього ступеня «Бакалавр»

Структурний елемент	Кількість сторінок	Нумерація сторінок	Примітка
Титульний аркуш	1	Не нумерується	Додаток З
Завдання на кваліфікаційну роботу	2	Не нумерується	Додаток К
Анотація	1	Не нумерується	Додаток Л
Перелік умовних позначень, скорочень, термінів (за необхідності)	1	Не нумерується	За необхідності
Зміст	1	Не нумерується	Додаток М
Вступ	3–4	6	Структуру вступу наведено у тексті методичних рекомендацій
Основна частина: РОЗДІЛ 1 РОЗДІЛ 2	60–70 До 30 До 30	12 або 13	Кожен з розділів має складатися з трьох підрозділів
Висновки до кожного розділу	1	Наскрізна нумерація	Повинні бути узагальнюючими
Висновки до роботи загалом (висновки)	3–4	Наскрізна нумерація	Повинні бути узагальнюючими
Список використаних джерел	4–5	Наскрізна нумерація	36–40 джерел
Додатки	1–30	Остання сторінка, що нумерується	За необхідності

Структура кваліфікаційної роботи освітнього ступеня «Магістр»

Структурний елемент	Кількість сторінок	Нумерація сторінок	Примітка
Титульний аркуш	1	Не нумерується	Додаток З
Завдання на кваліфікаційну роботу	2	Не нумерується	Додаток К
Анотація	1	Не нумерується	Додаток Л
Перелік умовних позначень, скорочень, термінів (за необхідності)	1	Не нумерується	За необхідності
Зміст	1	Не нумерується	Додаток Н
Вступ	5–6	6	Структуру вступу наведено у тексті методичних рекомендацій
Основна частина:	100–110		
РОЗДІЛ 1	До 25	12 або 13	Кожен із розділів має складатися з трьох підрозділів
РОЗДІЛ 2	До 35		
РОЗДІЛ 3	До 30		
Висновки до кожного 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	55–60 джерел
Додатки	1–30	Остання сторінка, що нумерується	За необхідності

ВСТУП.....	3
1. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ПИТАННЯ ЩОДО ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ	7
1.1. Етапи виконання кваліфікаційної роботи	7
1.2. Вибір напрямку дослідження і затвердження теми кваліфікаційної роботи	8
1.3. Характеристика кваліфікаційної роботи	11
1.4. Функції суб'єктів процесу виконання кваліфікаційних робіт	11
1.4.1. Керівник кваліфікаційної роботи	11
1.4.2. Нормоконтролер	13
1.4.3. Рецензент кваліфікаційної роботи	13
1.4.4. Здобувач	14
2. СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ ПОЯСНЮВАЛЬНОЇ ЗАПИСКИ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ	15
2.1. Титульний аркуш	16
2.2. Завдання на виконання кваліфікаційної роботи	17
2.3. Анотація пояснювальної записки	18
2.4. Зміст пояснювальної записки	19
2.5. Перелік умовних позначень, скорочень, термінів	19
2.6. Вступ	19
2.7. Основна частина	22
2.8. Висновки	28
2.9. Список використаних джерел	29
2.10. Додатки	29
3. АПРОБАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ТА ПЕРЕВІРКА АКАДЕМІЧНИХ ТЕКСТІВ НА ПЛАГІАТ	30
3.1. Структура та вимоги до написання тез доповідей	30
3.2. Структура та вимоги до написання наукової статті	31
3.3. Вимоги до оформлення акта впровадження результатів виконання кваліфікаційної роботи	34
3.4. Порядок перевірки академічних текстів на плагіат	35
4. ПОРЯДОК ПРЕДСТАВЛЕННЯ ДО ЗАХИСТУ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ	38
4.1. Допуск до захисту кваліфікаційної роботи	38
4.2. Рецензування кваліфікаційних робіт	39
4.3. Оформлення документів та представлення до захисту кваліфікаційної роботи	39
ДОДАТКИ	43

Навчальне видання

МАРКЕТИНГ

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
до виконання кваліфікаційної роботи
для здобувачів вищої освіти ОС «Бакалавр»
та «Магістр» спеціальності 075 «Маркетинг»

Укладачі:

КНЯЗЄВА Тетяна В'ячеславівна
ПОЛОУС Ольга Вікторівна
ШЕВЧЕНКО Анна Валеріївна
РАДЧЕНКО Ганна Анатоліївна
МИХАЛЬЧЕНКО Інна Григорівна

Технічний редактор *А. І. Лаєринович*
Коректор *О. О. Крусь*
Комп'ютерна верстка *В. В. Мішкур*

Підп. до друку 25.05.2022. Формат 60x84/16. Папір офс.
Офс. друк. Ум. друк. арк. 4,65. Обл.-вид. арк. 5,0.
Тираж 50 пр. Замовлення № 52-1.

Видавець і виготівник
Національний авіаційний університет
03680. Київ – 58, проспект Любомира Гузара, 1

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 7604 від 15.02.2022