

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
до написання дипломної роботи
для здобувачів спеціальності 075 «Маркетинг»
другого (магістерського) рівня вищої освіти

Затверджено
редакційно-видавничою
радою університету,
протокол № 2 від
29.06.2022 р.

Харків
НТУ «ХП»
2022

Методичні вказівки до написання дипломної роботи для здобувачів спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти / уклад. Д.В. Райко Ю.С. Шипуліна, О.П. Косенко, О.М. Кітченко. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. – 36 с.

Укладачі: Д.В. Райко,
Ю.С.Шипуліна,
О.П. Косенко,
О.М. Кітченко

Кафедра маркетингу

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
1 ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ	6
2 СТРУКТУРА, ЗМІСТ І ОБСЯГ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ..	11
3 ЕТАПИ ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ	15
4 КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ.....	22
5 ОРІЄНТОВНА ТЕМАТИКА КВАЛІФІКАЦІЙНИХ РОБІТ	25
ДОДАТОК А Зразок оформлення заяви на затвердження теми кваліфікаційної роботи і керівника.....	27
ДОДАТОК Б Зразок виконання титульного аркуша	28
ДОДАТОК В Зразок виконання реферату.....	33
ДОДАТОК Д Зразок оформлення заяви на перевірку роботи на плагіат.....	34
ДОДАТОК Ж Довідка про рівень оригінальності роботи	35

ВСТУП

Приєднання вищих навчальних закладів України до європейського освітнього простору на основі Болонської декларації висуває до них принципово нові вимоги щодо змісту навчання, організації навчального процесу та самостійної роботи, зокрема до форм та методів діагностики якості освіти та професійної підготовки фахівців. Однією з найбільш важливих форм контролю знань та навичок майбутнього фахівця є випускна кваліфікаційна робота (дипломна робота). Підготовка та захист дипломної роботи на другому (магістерському) рівні вищої освіти призначена для систематизації та закріплення здобувачем фахових знань і навичок, а також для об'єктивного контролю рівня його компетентностей щодо розв'язання типових завдань організаційної, управлінської, дослідницької, виконавчої та інших видів професійної і соціальної діяльності, які визначені освітньо-професійною програмою «Маркетинг» другого рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Маркетинг – це галузь діяльності підприємства, що спрямована на дослідження потреб споживачів та їх задоволення найкращими у порівнянні з конкурентами способами. У процесі маркетингової діяльності підприємство використовує комплекс методів та інструментів, за допомогою яких вивчає ситуацію на ринку та впливає на ринок. Ефективне функціонування підприємства вимагає правильного добору, ефективного використання маркетингових методів та інструментів, оцінки наслідків їх застосування, що є можливим за умови наявності управління маркетингом, його менеджменту.

Таким чином, маркетингову діяльність треба розглядати як нерозривну єдність реалізації маркетингових заходів, управління маркетингом та прогнозування ефективності його результатів. Тому здобувачі, що завершують цикл навчання за освітньо-професійною програмою підготовки другого (магістр) рівня вищої освіти зі спеціальності «Маркетинг», повинні не тільки добре знати та вміти використовувати маркетинговий інструментарій, але й володіти

засобами маркетинг менеджменту, вміти обґрунтовувати економічну доцільність маркетингових заходів, що пропонуються. При виконанні кваліфікаційної роботи студент повинен продемонструвати теоретичні знання та практичні навички у виявленні та розв'язанні актуальних завдань управління маркетингом для певної організації (підприємства, установи тощо).

Ці методичні вказівки визначають вимоги до змісту, процесу виконання та процедури захисту кваліфікаційної роботи, а також критерії її оцінки. При цьому організація виконання та захисту роботи має забезпечити можливість об'єктивного та прозорого встановлення відповідності підготовки випускника вимогам, які висуває сфера його майбутньої професійної діяльності.

1 ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Наукова діяльність у системі національної вищої освіти здійснюється відповідно до Конституції України, законів України «Про освіту», «Про вищу освіту», «Про наукову і науково-технічну діяльність» згідно з наказами Президента України, постановами Кабінету Міністрів України.

Згідно зі ст.16 Закону України «Про наукову і науково-технічну діяльність» наукова діяльність є невід'ємною складовою частиною навчального процесу вищих навчальних закладів III-IV рівнів акредитації. Згідно зі ст.45 Закону України «Про освіту», «наукова діяльність у системі вищої освіти включає виконання науково-дослідних робіт, підготовку наукових і науково-педагогічних кадрів вищої кваліфікації», а «науково-дослідна робота є складовою частиною підготовки фахівців», а також стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» другого рівня вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960. Для отримання освітньої кваліфікації передбачено проведення оригінальних наукових досліджень, кваліфікаційних робіт.

Випускна кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог. Тобто, це самостійне дослідження, виконане у формі спеціально підготовленого рукопису на завершальному етапі навчання, на підставі якого екзаменаційна комісія визначає рівень компетенції щодо науково-теоретичної та практичної підготовки здобувача та приймає рішення про присвоєння освітньої кваліфікації магістра маркетингу. Написання кваліфікаційної роботи є результатом вивчення здобувачами обов'язкових та вибіркових компонентів освітньої, практики з конкретної спеціальності 075 Маркетинг. Майбутній магістр маркетингу має продемонструвати ступінь своєї підготовленості з обраної спеціальності, рівень загальної, наукової і

професійної ерудиції, творчий пошук нових напрямків в науковому і практичному підході до розв'язання завдань сучасного маркетингу.

Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації та має бути розміщена в репозитарії ЗВО.

Перевірка академічних текстів на наявність ознак плагіату – один із заходів, що здійснюється в Університеті в межах комплексу заходів із забезпечення функціонування системи запобігання академічному плагіату та формування високого рівня культури академічної доброчесності. Здійснення перевірки сприяє дотриманню принципів наукової етики, формуванню поваги до інтелектуальних надбань, активізації самостійності та творчості під час створення авторських творів, а також усвідомленню відповідальності за порушення морально-етичних норм та загальноприйнятих правил цитування.

В Університеті перевірки на академічний плагіат підлягають кваліфікаційні роботи здобувачів вищої освіти усіх ступенів. Організацію перевірки вищезазначених матеріалів здійснюють завідувачі кафедр.

Перевірка дипломних робіт на наявність плагіату в НТУ ХПІ здійснюється за допомогою програми *Unicheck* – онлайн-сервісу пошуку плагіату, який перевіряє текстові документи на наявність запозичених частин тексту.

Випускна кваліфікаційна робота виконується на базі отриманих у процесі навчання і придбаних під час наукових досліджень щодо теоретичних знань, зібраного фактичного матеріалу з обраної теми.

При виконанні та захисті дипломної роботи здобувач повинен продемонструвати достатній рівень сформованості набутих компетентностей та їх практичного застосування для розв'язання спеціалізованого завдання або проблеми щодо розробки науково-обґрунтованих рекомендацій з підвищення ефективності маркетингової діяльності конкретного підприємства (організації), а також уміння презентувати результати своїх досліджень у сфері

сучасного маркетингу. Конкретні завдання дипломної роботи залежать від специфіки об'єкта, мети та предмета дослідження (розробки).

Як загальний *об'єкт дослідження* та розробок потрібно розглядати маркетингову діяльність певної організації (підприємства, установи тощо), як форму взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.

Мета роботи у стислій формі встановлює вимоги до результатів розробок, які повинні бути отримані у роботі у результаті розв'язання спеціалізованого завдання або проблеми та забезпечити підвищення ефективності маркетингу організації, що розглядається.

Предмет дослідження повинен визначати такі сторони, такі функції, такі аспекти маркетингу організації та управління ним, які потрібно безпосередньо розглядати для досягнення мети роботи. Чітке формулювання предмета дослідження допомагає знаходженню таких факторів, які найбільш сильно впливають на загальні економічні результати виробничо-збутової діяльності організації.

Предметом дослідження у дипломній роботі здобувачів другого рівня вищої освіти (магістр) зі спеціальності 075 «Маркетинг» можуть бути:

1) управління маркетингом в цілому або окремі функції (завдання) управління з планування і контролю маркетингової діяльності, організації служби маркетингу, мотивації маркетингового персоналу;

2) процеси розв'язання окремих завдань зі створення або удосконалення маркетингового комплексу організації, зокрема, з вибору номенклатури товарів, які буде реалізувати організація, розробки нових товарів, ціноутворення, організації каналів збуту та товароруху, використання маркетингових комунікацій, створення торговельної марки;

3) проведення досліджень маркетингового середовища організації (ринку і попиту, споживацьких переваг, дій конкурентів

тощо) для забезпечення розв'язання певних завдань маркетингу та управління ним.

Результати досліджень та розробок можуть бути представлені у таких кінцевих формах:

- а) опис конкурентної стратегії підприємства та її обґрунтування;
- б) маркетинговий план, який відображує стратегію, програми, контроль, бюджет та оцінку ефекту від реалізації маркетингових заходів, та його обґрунтування;
- в) пропозиції щодо організації та реорганізації маркетингової служби підприємства, функціональних обов'язків працівників;
- г) маркетингове обґрунтування інвестиційних проектів;
- д) розробка та обґрунтування бізнес-планів збільшення виробництва та збуту товару, виведення на ринок нового товару, створення товарної марки тощо.

Дипломна робота повинна мати чітку практичну орієнтацію. Це означає, що її головне завдання полягає у розробці заходів, спрямованих на удосконалення маркетингової діяльності конкретної організації, та обґрунтуванні їх ефективності.

Виходячи з цього, основним завданням випускової кафедри – є підготовка здобувачів другого (магістр) рівня вищої освіти з маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення та компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, і здатні вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання.

Для досягнення поставлених завдань підготовки здобувачів другого рівня вищої освіти (магістр) маркетингу кафедрою розроблено та постійно реалізується підготовки фахівців, який відповідає кваліфікаційним вимогам.

Метою підготовки кваліфікаційної роботи є поглиблення здобувачем к теоретичних, так і практичних знань щодо управління маркетинговою діяльністю підприємства, обґрунтування стратегічних підходів у діяльності підприємств, дослідження ринку, організації процесу постачання, формування комплексу

маркетингового впливу на споживачів, організації та контролю маркетингової діяльності.

Працюючи над кваліфікаційною роботою, здобувач повинен засвоїти навички правильної постановки проблеми та обґрунтування її актуальності, формулювання мети і завдань дослідження, побудови логічного плану і оптимальної структури, роботи з літературними джерелами та статистичною інформацією, аналізу та оцінки різних аспектів діяльності організації, обґрунтування власних узагальнень, висновків і пропозицій.

Завданнями кваліфікаційної роботи є:

- поглиблення, систематизація та узагальнення теоретичних знань з вивчених дисциплін, застосування їх при вирішенні конкретних виробничих задач;
- проведення всебічної діагностики ситуації на підприємстві та ринку, на якому працює підприємство;
- набуття навичок ведення самостійної роботи при вирішенні питань, що підлягають розгляду у кваліфікаційній роботі;
- застосування принципів формування складових комплексу маркетингу в розробці програми маркетингу конкретного підприємства;
- обґрунтування власних узагальнень, висновків і пропозицій;
- підготовка доповіді та наочних матеріалів, що передають основний зміст кваліфікаційної роботи та пропозиції автора, з подальшим їх захистом при комісії.

Повнота й особливості реалізації цих завдань залежать від напряму дослідження, сфери діяльності підприємства та його специфічних рис.

Тема кваліфікаційної роботи повинна бути актуальною для обраного здобувачем підприємства; зміст роботи має бути спрямований не тільки на вирішення актуальних проблем досліджуваного підприємства, але й відобразити можливості використання розроблених здобувачем пропозицій і рекомендацій іншими суб'єктами господарювання чи вищими ланками управління щодо

вирішення конкретних проблем управління маркетинговою діяльністю підприємства чи організації.

Для якісного виконання кваліфікаційної роботи необхідне використання евристичних методів, методів соціологічного опитування, прикладних комп'ютерних програм для обробки маркетингової інформації та презентації результатів роботи.

2 СТРУКТУРА, ЗМІСТ І ОБСЯГ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Кваліфікаційна робота як теоретично-прикладне дослідження повинна мати певну логіку побудови, послідовність і завершеність.

Кваліфікаційна робота містить документи і розділи, викладені у такій послідовності:

Титульні аркуші (Додаток Б) з підписами керівника, самого здобувача, рецензента, нормоконтролера.

Реферат (Додаток В) містить основні технічні характеристики (кількість сторінок, рисунків, таблиць, джерел інформації), ключові слова, стислий виклад змісту пояснювальної записки, включаючи об'єкт, мету, методи і конкретні результати роботи. Подається стисло, в межах однієї сторінки двома мовами: українською і англійською (німецькою, французькою тощо) на різних аркушах.

Розгорнутий зміст кваліфікаційної роботи, який відтворює назви розділів і підрозділів із зазначенням номерів сторінок, на яких вони розміщені.

Зміст випускної кваліфікаційної роботи викладають в наступній послідовності:

Вступ

Загальна частина

1-й розділ.

2-й розділ.

3-й розділ.

Висновки

Список джерел інформації

Додатки (за потреби)

Загальний обсяг змістовної частини (1–3 розділи) кваліфікаційної роботи має бути в межах 60–80 сторінок.

Викладаючи матеріал, здобувач повинен враховувати такі умови:

- кількість сторінок в окремих розділах не регламентують, але вона має відповідати вимогам достатньої інформативності та обґрунтованості рішень і висновків;
- висвітлення окремих положень і пропозицій повинно бути конкретним, без зайвих пояснень і описання загальновідомих речей;
- найбільш вагомим (за обсягом) має бути аналітичний розділ;
- громіздкі таблиці, рисунки, розрахунки, додаткові аналітичні дослідження стану об'єктів тощо доцільно винести в Додатки.

Зміст кожного розділу великою мірою залежить від теми кваліфікаційної роботи та індивідуального завдання, яке формує керівник. Однак існують загальні рекомендації до виконання кожного розділу, дотримання яких сприяє якісній розробці і успішному захисту роботи. Ці рекомендації наведені нижче.

До *змісту* включають структурні елементи звіту у такій послідовності: вступ, найменування розділів та підрозділів основної частини (кожен розділ повинен мати не менше двох підрозділів), висновки, список джерел інформації, додатки (за наявності) з їх назвами.

У *вступі* встановлюють об'єкт, мету і предмет дослідження, визначають проблему маркетингової діяльності, яка виникає у зв'язку з необхідністю удосконалення об'єкта дослідження (розробок), вказують загальні прояви проблеми в практиці та недоліки існуючих методів її розв'язання, зазначають причини, за яких роботу можна вважати актуальною для практики та теорії, визначають методи, що будуть використані в роботі для розв'язання проблеми, формують загальні завдання досліджень та розробок, які треба провести у

кваліфікаційній роботі, вказують, яким чином були використані або можуть бути використані її результати. Обсяг вступу не має перевищувати 3 сторінки.

Теоретичний розділ структурно складається з 2–3 підрозділів. У ньому слід розкрити стан теоретичних напрацювань з обраної теми, проаналізувати існуючі різноманітні погляди на ті чи інші аспекти, виявити невіршені проблеми, які потребують розв’язання в теоретичному та прикладному плані.

Розробляючи теоретичний розділ здобувач повинен опрацювати нормативно-законодавчу документацію, довідково-оперативну та статистичну інформацію, монографії, наукові публікації, інші джерела інформації з цієї проблематики.

Матеріал рекомендується подавати з використанням наочних демонстративних засобів (таблиць, рисунків), що структурують та синтезують поданий матеріал і спрощують його сприйняття.

В другому розділі на основі інформації про організацію, що досліджується, та її маркетингове середовище надається аналітична характеристика предмета дослідження, виявляються особливості проблемної ситуації, уточнюються завдання, які вимагають прийняття рішень.

У цьому розділі наводяться відомості про профіль діяльності підприємства (організації), що досліджується, його структуру управління, номенклатуру продукції чи послуг, клієнтуру та конкурентів, особливості маркетингового середовища, основні результати маркетингової діяльності. Бажано встановити значення та місце проблеми, яка розглядається, серед інших проблем, що постають перед підприємством. Для цього можуть бути застосовані методи SWOT-аналізу, конкурентного аналізу та інші. Необхідно оцінити резерви збутового, виробничого, інноваційного та кадрового потенціалів організації, використання яких може бути потрібним у зв’язку з проведенням тих чи інших маркетингових заходів, що будуть запропоновані в роботі.

Джерелом інформації можуть бути планові і фактичні показники господарської діяльності, статистична звітність, аналітичні огляди

галузей, ринків, товарів та засобів рекламної діяльності, дані державної статистики, а також результати спостережень, опитувань і обстежень, застосування інших методів збирання первинної інформації.

Важливе значення має правильне узагальнення накопиченого фактичного матеріалу, групування та обробка даних, на основі яких здійснюється аналіз об'єкта дослідження, визначаються недоліки в його роботі, невикористані резерви. Стисла характеристика об'єкта може потребувати аналізу динаміки показників діяльності організації та змін характеристик маркетингового середовища, дослідження впливу на них тих чи інших факторів, діагностування стану організації та її ринку, класифікації споживачів за їх перевагами та споживчою спроможністю тощо.

У третьому розділі викладаються конкретні рекомендації щодо удосконалення об'єкта дослідження, а також наводиться обґрунтування можливості їх впровадження на основі результатів аналізу, наведених у другому розділі.

Інструменти досліджень та прийняття рішень, які пропонується застосовувати, вибираються на базі теоретичних положень, що викладені у першому розділі звіту.

За допомогою запропонованих інструментів необхідно розробити пропозиції щодо здійснення організацією певних маркетингових заходів, спрогнозувати наслідки їх впровадження та обґрунтувати ці пропозиції з точки зору економічної ефективності, або досягнення цілей управління організацією, що розглядається. Для цього наводяться результати відповідних розрахунків та їх аналізу.

Висновки є завершальною частиною кваліфікаційної роботи. Вони містять стислий виклад актуальності теми, зроблених оцінок та узагальнень під час аналізу, пропозицій здобувача та рекомендації. Визначається практичне значення висунутих здобувачем рекомендацій і шляхи їх можливої реалізації. Обсяг висновків не має перевищувати 3 сторінок.

Список джерел інформації являє собою повний перелік джерел, що цитуються, розглядаються, чи іншим чином згадуються у тексті

випускної кваліфікаційної роботи. На всі джерела, які є в цьому списку, повинні бути відповідні посилання у роботі. Посилання мають наводитись у вигляді порядкового номеру за списком джерел у квадратних дужках (наприклад, [11]).Список джерел інформації може містити до 30 назв.

Перелік джерел наводиться у кінці звіту після розділу «ВИСНОВКИ», починаючи з нової сторінки. Бібліографічний опис посилань у списку джерел інформації слід здійснювати відповідно до чинного Державного стандарту України ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання»

У *додатки* виносять матеріали, які є важливими для повноти уявлення про проведену роботу, але ускладнюють сприйняття загальної логіки викладення змісту роботи в основній частині звіту. Доцільність наведення додатків, їх кількість, характер та обсяг визначаються автором роботи за узгодженням з керівником роботи. Додатки можуть містити копії документів про впровадження результатів роботи, таблиці даних, що використовувалися, ілюстрації допоміжного характеру, анкети. У основному тексті звіту обов'язково повинні бути посилання на наведені додатки.

3 ЕТАПИ ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Виконання кваліфікаційної роботи складається з таких основних етапів:

1. Визначення напрямку дослідження. Вибір і затвердження теми та плану роботи з керівником.
2. Проведення досліджень і написання роботи.
3. Оформлення роботи.
4. Перевірка роботи на плагіат.
5. Підготовка до захисту і захист роботи.

Визначення напрямку дослідження. Вибір і затвердження теми та плану роботи. Визначення напрямку дослідження здійснюється

виходячи з орієнтовного переліку тем кваліфікаційних робіт, наукових інтересів здобувача, наукових досліджень кафедри, замовлень підприємств тощо.

При виборі напряму дослідження доцільно користуватись запропонованим переліком тем, проте він **не є обов'язковим** і може уточнюватися або доповнюватися за бажанням здобувача та керівника.

Тема кваліфікаційної роботи повинна бути актуальною, мати теоретичне і прикладне значення, відповідати сучасному стану.

Тема роботи повинна бути погоджена з керівником. Обираючи тему, слід враховувати її актуальність для організації, можливість одержання відповідних матеріалів (планових, звітних, статистичних тощо), проведення власних спостережень, розрахунків, експериментів, наявність літературних джерел, власних напрацювань.

Разом із вибором теми визначається організація, на матеріалах якої буде виконуватися робота. Якщо немає пропозицій здобувача щодо досліджуваної організації, кафедра призначає для переддипломної практики підприємство або установу, з якими університет має відповідні договори. Бажаним є виконання досліджень на замовлення організацій.

Кожен здобувач випускного курсу після того, як остаточно узгодить з керівником тему кваліфікаційної роботи, подає на ім'я завідувача кафедри заяву з проханням про призначення наукового керівника та затвердження теми (Додаток А). Після розгляду всіх заяв список здобувачів, хто виходить на диплом, перелік їх тем та керівники кожного затверджується наказом по університету. Усі подальші зміни у разі необхідності аргументуються письмово (заява здобувача-дипломника), погоджуються з керівником (віза на заяві) і потребують зміни у наказі за письмовим клопотанням завідувача кафедри (директора).

Кваліфікаційна робота має виконуватися здобувачем відповідно до затверджених завдання та плану. В ході проведення індивідуальної співбесіди керівник роз'яснює та конкретизує зміст виданого завдання й основних питань, що підлягають розробці, надає допомогу у

складанні плану виконання роботи на весь період її підготовки, рекомендує здобувачу джерела інформаційного пошуку: науково-методичної, довідкової літератури тощо.

Обов'язками керівника кваліфікаційної роботи є:

- консультивання здобувачів: з питань вибору теми роботи, розробки її плану, здійснення вибору літератури, підготовки окремих розділів;
- видача здобувачу завдання на кваліфікаційну роботу із зазначенням термінів виконання кожного розділу;
- контроль за дотриманням здобувачем регламенту підготовки роботи;
- контроль якості роботи.

План кваліфікаційної роботи повинен відповідати темі дослідження, мати чітку логіку поєднання теоретичного, аналітичного та синтетичного розділів. При розробці та обговоренні плану дослідження необхідно скласти поетапний календарний план написання роботи.

Графік виконання кваліфікаційної роботи затверджується на початку навчального семестру та контролюється керівником. При порушенні графіку здобувач може бути недопущений до захисту кваліфікаційної роботи.

Відповідно до затвердженого розкладу керівник дипломної роботи здійснює консультації, на яких здобувач звітує йому про виконання певної частини роботи, отримує від нього пояснення щодо завдань роботи та методів їх розв'язання, зауваження щодо помилок та недоліків, вказівки щодо поправок та уточнень, які необхідно зробити. Під час підготовки до захисту здобувач має погодити зі своїм керівником складену ним стислу доповідь щодо змісту кваліфікаційної випускної роботи і підготовлені наочні матеріали.

Завідувач кафедри встановлює термін періодичного звіту керівників кваліфікаційних робіт про хід їх виконання, визначає причини порушень плану виконання роботи, звертається з клопотанням до керівництва університету про відрухування здобувачів, які без поважних причин значно відстають від встановлених термінів. Стан

підготовки кваліфікаційних випускних робіт обговорюється на засіданнях кафедри та вченої ради інституту.

Проведення досліджень і написання роботи. Головним завданням цього етапу є написання тексту кваліфікаційної роботи відповідно до затверджених теми та плану та здобувач має ознайомитись з теоретичними засадами обраної проблематики, на підставі аналізу літературних джерел, узагальнити існуючі підходи. За допомогою загальновідомих сучасних прийомів і методів аналізу проводиться діагностика об'єкту дослідження обраної теми та визначаються наявні проблеми і причини їх виникнення. Це, в свою чергу, є основою для розробки і обґрунтування альтернативних пропозицій щодо усунення проблем і визначення найбільш доцільного шляху їх вирішення в умовах конкретного підприємства. В ході реалізації цього етапу робота з літературними джерелами ведеться паралельно з дослідженнями на підприємстві.

Оформлення роботи. Перевірка роботи на плагіат. Підготовка до захисту кваліфікаційної роботи і захист.

Згідно з регламентом здобувач зобов'язаний подавати кваліфікаційну роботу керівникові на перевірку частинами у встановлені строки.

Не пізніше, ніж за два тижні до захисту повністю завершений, оформлений у відповідності до вимог СТЗВО–ХПІ–2.01–2021 та підписаний здобувачем-дипломником звіт до дипломної роботи разом з графічними матеріалами надається керівнику, про що робиться відповідні помітки на титульних аркушах. На виконану дипломну роботу керівник готує відгук, в якому він перелічує основні завдання роботи, зазначає ступінь їх розв'язання та персональний внесок здобувача, дає оцінку рівня його професійної компетенції та особистих якостей, робить висновок щодо можливості допуску дипломної роботи до захисту в ЕК.

Керівник допускає здобувача до захисту після ознайомлення з повним змістом роботи, перевірки наявності потрібних підписів та

ознайомлення з текстом доповіді та ілюстративним матеріалом до захисту.

У разі невідповідності кваліфікаційної роботи вимогам даних рекомендацій, невиконання графіку та систематичне відхилення від регламенту є підставою для недопущення здобувача до захисту роботи.

Також на цьому етапі здійснюється перевірка вже готової кваліфікаційної роботи на академічний плагіат на кафедрі. Для здійснення перевірки автор роботи звертається з заявою на ім'я керівника структурного підрозділу, в якій дає згоду на її перевірку (Додаток Д).

За 2 тижні до захисту кваліфікаційну роботу, підписану здобувачем, нормо контролером, з доданням довідки, що робота пройшла перевірку на плагіат (Додаток Ж), за наявності позитивного письмового висновку керівника, електронну версію розміщену до репозиторію НТУ «ХПІ», реєструють на кафедрі і передають на розгляд завідувачу кафедри. Якщо представлена робота відповідає встановленим вимогам, завідувач приймає рішення про допуск здобувача до захисту кваліфікаційної роботи. Після отримання допуску здобувач повинен подати роботу на з рецензування. Рецензент має надати безпосередньо рецензію на роботу та поставити підпис на титульному аркуші.

Склад рецензентів кваліфікаційних робіт затверджується заздалегідь наказом по університету з числа провідних фахівців підприємств та викладачів інших закладів вищої освіти або інших кафедр університету. Зовнішня рецензія надається у письмовому вигляді, у довільній формі. В ній рецензент надає характеристику актуальності обраної теми, практичної значущості виконаної кваліфікаційної роботи та методів дослідження, що використані в роботі, оцінює повноту завдань щодо розкриття теми кваліфікаційної роботи, відповідність змісту роботи її завданням; ступінь обґрунтованості основних положень роботи,

відзначає недоліки в методиках аналізу, викладенні, інтерпретації, аргументації положень та рекомендацій, в оформленні роботи.

Наприкінці рецензент робить висновок про відповідність якості виконаної роботи вимогам, що висуваються до таких робіт; про можливість допуску її до захисту. За бажанням, рецензент може також дати оцінку роботи як за чотирибальною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно), так і 100 бальною. Рецензент має підписатися як на окремому аркуші рецензії здобувача, так і титульному аркуші та зазначити своє прізвище, ім'я та по батькові, місце роботи, посаду, яку обіймає.

Здобувачу надається можливість ознайомитися з рецензією і підготувати до початку захисту відповіді й пояснення до зауважень рецензента на самій процедурі захисту кваліфікаційної роботи.

Жоден здобувач не може бути допущений до захисту кваліфікаційної роботи без виконання всіх обов'язкових етапів погодження, належним чином оформленої кваліфікаційної роботи згідно вимог СТЗВО–ХПІ–2.01–2021, зібраних підписів, відгуку, рецензії та завіреної підписом завідувача кафедри маркетингу. Якщо завідувач вважає за неможливе допустити студента до захисту, це питання розглядається на засіданні кафедри в присутності керівника роботи та здобувача. Протокол засідання кафедри з рішенням про неможливість допуску роботи до захисту надається через директора інституту ННІ ЕММБ на затвердження ректору НТУ ХПІ.

Порядок захисту кваліфікаційної роботи.

До захисту допускаються лише ті роботи, звіти до яких відповідають зазначеним вище вимогам до змісту, відбивають елементи самостійного дослідження, належним чином оформлені та завірени всіма необхідними підписами, виконані з дотриманням затвердженого плану, мають всі необхідні супровідні документи, зокрема, відгук наукового керівника та зовнішню рецензію. Не допускаються до захисту робіт студенти, які мають академічні заборгованості. Розгляд супровідних матеріалів кваліфікаційної роботи

здійснюється завідувачем кафедри, після чого директор інституту направляє дипломну роботу до ЕК для захисту.

Захист кваліфікаційних робіт проводиться на засіданнях ЕК, яка приймає рішення про оцінку дипломної роботи як за чотирибальною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно), так і 100 бальною та присвоєння кваліфікації магістра маркетингу. Члени ЕК та Голова призначаються наказом по університету.

До засідання ЕК подаються наступні документи:

- направлення на захист, підписане директором інституту; з висновками керівника, завідувача кафедри та довідкою дирекції про виконання здобувачем навчального плану та про одержані ним оцінки;
- звіт разом із графічним матеріалом, підписаний здобувачем, керівником та має позначку завідувача кафедри про допуск роботи до захисту;
- відгук керівника;
- зовнішня рецензія.

На захисті можуть бути представлені матеріали, що характеризують науково-дослідницьку й практичну цінність роботи: тези доповідей, наукові статті, документи, які підтверджують впровадження результатів тощо.

Для доповіді здобувачу надається 5-7 хвилин.

У доповіді здобувач повинен вказати тему роботи, її мету та завдання, охарактеризувати проблемну ситуацію, що склалася на об'єкті дослідження, обґрунтувати прийнятий варіант рішення проблеми, практичну (наукову) значущість результатів та напрямки ефективного використання наведених рекомендацій. В процесі доповіді необхідно зробити посилання на всі демонстраційні матеріали.

Окрім доповіді, захист включає:

- відповіді здобувача на запитання членів ЕК та осіб, що присутні на захисті;
- оголошення відгуку керівника роботи та рецензії на дипломну роботу;
- відповіді випускника на зауваження рецензента.

Результати захисту випускних робіт обговорюються членами ЕК

на закритому засіданні. Рішення про оцінку захисту і роботи та про присвоєння відповідної освітньої кваліфікації з видачою йому диплома приймається на закритому засіданні ЕК відкритим голосуванням. Результати засідання ЕК оголошує його голова в день захисту після оформлення протоколу засідання ЕК.

Випускні роботи після захисту передаються до архіву університету та зберігаються за встановленим терміном.

Для кращого подання результатів випускної кваліфікаційної роботи під час захисту здобувач зобов'язаний підготувати презентаційний матеріал, склад якого встановлюється у завданні на виконання дипломної роботи. Наочний матеріал використовується для супроводження доповіді здобувача при захисті та призначається для допомоги йому в тому, щоб у відведений для доповіді термін змістовно і переконливо викласти всі основні положення роботи. У матеріалах можна відобразити тему, об'єкт, мету, предмет і завдання дослідження, таблиці, схеми, графіки, діаграми, які відбивають вихідні дані та результати досліджень, результати виконаних розрахунків та їх аналіз, висновки і рекомендації.

Комплект презентаційних матеріалів за кількістю членів ЕК у кількості 4 примірників, зазначених у завданні на виконання кваліфікаційної роботи, додається до звіту на аркушах формату А4.

4 КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Підсумкову оцінку кваліфікаційної роботи визначає комісія за чотирибальною шкалою, її рішення є остаточним і оскарженню не підлягає.

У процесі визначення оцінки враховується ряд важливих *показників якості кваліфікаційної роботи*:

Змістовні аспекти роботи:

- актуальність обраної теми дослідження;
- відповідність логічної побудови роботи поставленим цілям і завданням;

- наявність альтернативних підходів до вирішення визначених проблем;
- рівень обґрунтування пропозицій;
- ступінь самостійності проведення дослідження;
- розвиненість мови викладення роботи та її загальне оформлення.

Якість захисту роботи:

- уміння стисло, послідовно й чітко викласти сутність і результати дослідження;
- здатність аргументовано захищати свої пропозиції, думки, погляди;
- загальний рівень підготовки студента;
- володіння культурою презентації.

Під час оцінювання спрямування та обсягу виконаних досліджень і розробок ураховують актуальність теми представленої до захисту роботи та її відповідність компетентностям стандарту зі спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістр) рівня вищої освіти та ОП « Маркетинг», відповідність змісту пояснювальної записки темі, завданням та цілям кваліфікаційної роботи.

Науково-практичний рівень результатів визначається ступенем наукової обґрунтованості результатів та їх практичною значущістю. У відповідній оцінці враховується наявність наукових публікацій та публічних доповідей здобувача за темою роботи, документально підтвердженого впровадження або намірів впровадження результатів роботи.

Оцінка якості викладення матеріалів та оформлення звіту відбиває ступінь володіння здобувачем літературною мовою та професійною термінологією, рівень його вміння зрозуміло та аргументовано викладати свої думки, розміщувати тексти матеріалів досліджень у чіткій логічній послідовності, використовувати ілюстративний матеріал (рисунки, таблиці), а також урахує дотримання здобувачем вимог стандартів та інструктивно-методичних вказівок щодо змісту та оформлення звіту до дипломної роботи.

Якість захисту роботи визначається змістовністю та

переконливістю доповіді, якістю оформлення та надання демонстраційного матеріалу, повнотою та чіткістю відповідей на запитання в процесі захисту роботи.

Основні умови одержання оцінки.

Відмінно (90–100 балів). Кваліфікаційна робота є бездоганною, має практичне значення, доповідь логічна і стисла, проголошена вільно, зі знанням справи, відгук позитивний, відповіді на запитання членів комісії правильні і стислі.

Добре (75–89). Тема роботи розкрита, але мають місце окремі недоліки непринципового характеру: в теоретичній частині поверхово зроблений аналіз літературних джерел, недостатньо використані інформаційні матеріали організації, мають місце окремі зауваження у відгуку, доповідь логічна, проголошена вільно, відповіді на запитання членів комісії в основному правильні, оформлення роботи в межах вимог.

Задовільно (60–74). Тема кваліфікаційної роботи в основному розкрита, але мають місце недоліки змістовного характеру, нечітко сформульована мета роботи, теоретичний розділ має виражений компілятивний характер, в аналітичній частині є надлишок елементів описовості, добір інформаційних матеріалів (таблиці, графіки, схеми) не завжди обґрунтований, заходи і пропозиції, що містяться в третьому розділі, обґрунтовані непереконливо, відгук містить окремі зауваження, доповідь прочитана за текстом, не всі відповіді на запитання членів комісії правильні або повні. Є зауваження щодо оформлення роботи.

Незадовільно (35–59). Нечітко сформульована мета кваліфікаційної роботи. Розділи погано пов'язані між собою. Відсутній критичний огляд сучасних літературних джерел. Аналіз виконаний поверхово, переважає описовість на шкоду системності і глибині. Пропоновані заходи випадкові, з аналізу не впливають. Оформлення роботи далеке від зразкового. Ілюстрації до захисту відсутні. Відповіді на запитання членів комісії неточні або відсутні.

Кваліфікаційна робота до захисту не допускається. Представлена керівникові на перевірку або на будь-який подальший етап

проходження з порушенням строків, встановлених регламентом. Написана на тему, яка своєчасно не була затверджена керівником. Виконана несамостійно. Структура не відповідає вимогам, оформлена недбало, без дотримання вимог.

5 ОРІЄНТОВНА ТЕМАТИКА КВАЛІФІКАЦІЙНИХ РОБІТ

Вибір теми і керівника кваліфікаційної роботи оформлюється через заяву, зразок якої наведено в Додатку А.

1. Удосконалення збутової політики підприємства
2. Розробка комунікаційного комплексу промислового підприємства
3. Розробка рекламної кампанії для продукції підприємства харчової промисловості
4. Розробка елементів маркетингової політики комунікацій промислового підприємства
5. Формування конкурентних переваг підприємства
6. Удосконалення асортиментної політики підприємства харчової промисловості
7. Розробка бренду продукції підприємства харчової промисловості».
8. Підвищення споживчої привабливості продукції підприємства харчової промисловості
9. Розробка рекламної стратегії виробничого підприємства
10. Розробка комунікаційної стратегії промислового підприємства
11. Формування програми удосконалення мерчандайзингу роздрібного підприємства
12. Удосконалення маркетингових комунікацій підприємства харчової промисловості
13. Удосконалення збутової діяльності виробничого підприємства
14. Розробка рекламної кампанії підприємства з просування нового товару
15. Удосконалення товарної політики промислового

підприємства

16. Розробка системи заходів щодо просування бренду у соцмедіа

17. Удосконалення комунікаційної політики туристичної фірми

18. Маркетинг партнерських відносин в системі управління діяльністю підприємства

19. Удосконалення комплексу маркетингу підприємства харчової промисловості

20. Формування товарної стратегії підприємства харчової промисловості

21. Розробка системи просування продукції підприємства харчової промисловості

22. Розробка стратегії маркетингу промислового підприємства

23. Удосконалення маркетингової політики розподілу на промисловому підприємстві

24. Удосконалення маркетингової цінової політики на підприємстві

25. Управління маркетинговими заходами на підприємстві

26. Управління маркетинговою діяльністю на промисловому підприємстві

ДОДАТОК А
Зразок оформлення заяви на затвердження теми
кваліфікаційної роботи і керівника

Завідувачу кафедри
маркетингу

(Ім'я, ПРИЗВИЩЕ)

Здобувача (ки)
гр. БЕМ-М___

(ПІБ заявника)

ЗАЯВА

Прошу Вашого дозволу щодо вибору теми дипломної роботи
«Назва теми роботи» та призначення керівником _____

(посада, ПІБ керівника)

Підпис здобувача

Дата

ДОДАТОК Б
Зразок виконання титульного аркуша

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

Інститут (факультет) Навчально-науковий інститут економіки,
менеджменту та міжнародного бізнесу

Кафедра Маркетингу

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітня програма «Маркетинг»

До захисту допускаю
Завідувач (ка) кафедри

(ім'я та ПРИЗВИЩЕ)

(підпис, дата)

ДИПЛОМНА РОБОТА
другого (магістерського) рівня вищої освіти

Тема роботи _____

Шифр роботи БЕМ-М____, __ (група, номер теми за наказом)

Виконавець _____

(прізвище, ім'я, по-батькові)

Керівник _____

(посада, прізвище, ім'я, по-батькові)

Харків 20__

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

Інститут (факультет) Навчально-науковий інститут економіки,
менеджменту та міжнародного бізнесу

Кафедра Маркетингу

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітня програма «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач (ка) кафедри

_____ (ім'я та ПРИЗВИЩЕ)

« » 202 року

**ЗАВДАННЯ
НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТА (КИ)**

_____ (прізвище, ім'я, по батькові)

1 Тема роботи «Назва теми роботи»

Керівник (ниця) роботи _____

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

затверджена наказом закладу вищої освіти від ____ 202 р. № ____

2 Термін подання студентом (кою) роботи _____

3 Вихідні дані до роботи _____

4 Перелік питань, які потрібно розробити у пояснювальній записці:

5 Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслеників) Презентація – _____ аркушів формату А4

6 Консультанти розділів роботи

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

7 Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Номер етапу	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітки
1	Вибір і обґрунтування теми, постановка проблем і завдань	Вересень	
2	Аналітичний огляд джерел, вибір методики досліджень	Вересень	
3	Підготовка і виконання пояснювальної записки	Жовтень	
4	Підготовка висновків до дипломної роботи	Листопад	
5	Складання відомості документів, оформлення ПЗ	Листопад	
6	Виконання презентації, доповіді	Листопад	
7	Подання ДР на відгук та рецензію	Грудень	
8	Подання ДР на допуск до захисту	Грудень	
9	Захист ДР	Грудень	

Студент (ка) _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник (ця) роботи _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**

Інститут (факультет) Навчально-науковий інститут економіки,
менеджменту та міжнародного бізнесу

Кафедра Маркетингу

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітня програма «Маркетинг»

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до дипломної роботи

другого (магістерського) рівня вищої освіти

на тему _____

Виконав (ла) студент (ка) 2 курсу,
групи БЕМ-М_____

(підпис, прізвище та ініціали)

Керівник (ця) _____

(підпис, прізвище та ініціали)

Рецензент (ка) _____

(підпис, прізвище та ініціали)

Нормоконтроль, _____

(підпис, прізвище та ініціали)

Харків 20__

ДОДАТОК В

Зразок виконання реферату

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до ДР: 92 с., 14 рис., 31 табл., 40 джерел

Ключові слова: АСОРТИМЕНТ, АСОРТИМЕНТНА ПОЛІТИКА, АСОРТИМЕНТНА ГРУПА, АСОРТИМЕНТНА ПОЗИЦІЯ, МАТРИЦЯ СПІЛЬНИХ ПОКУПОК, АВС-АНАЛІЗ, АНАЛІЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ, МАТРИЦЯ БКГ

Метою дипломної роботи є удосконалення асортиментної політики на прикладі торгової мережі магазинів «Symbol» та створення оптимального асортименту.

У роботі представлено сутність, цілі та задачі асортиментної політики, методи аналізу асортименту, проаналізовано маркетингову діяльність торгової мережі магазинів «Symbol» та представлено результати маркетингового дослідження ринку. Проведено аналіз та оцінку асортименту торгової мережі магазинів «Symbol», висвітлено цілі та задачі товарної політики ТМ «Symbol» та розроблено рекомендації щодо удосконалення асортиментної політики ТМ «Symbol» за допомогою АВС-аналізу, аналізу рентабельності та методу спільних покупок, зображено та проаналізовано матрицю БКГ. Надано рекомендації щодо удосконалення асортиментної політики торгової мережі магазинів «Symbol».

ДОДАТОК Д
Зразок оформлення заяви на перевірку роботи на плагіат

Завідувачу кафедри маркетингу
Студента (ки) 2 курсу
гр. БЕМ-М_____

(ПІБ заявника)

ЗАЯВА

Я, **ПІБ**, – автор випускної кваліфікаційної роботи другого (магістерського) рівня вищої освіти

Тема роботи: «Назва теми роботи», загальний обсяг випускної кваліфікаційної роботи – _____ с.

Засвідчую, що подана до захисту робота виконана самостійно.
Всі виявлені у роботі запозичення є правомірними.

Автор, **ПІБ**, надає дозвіл на перевірку роботи на оригінальність з метою запобігання плагіату.

Автор, **ПІБ**, гарантує, що ним (нею) одержано всі необхідні дозволи на використання у роботі матеріалів, що охороняються авторським правом.

Підпис автора

Дата

ДОДАТОК Ж
Довідка про рівень оригінальності роботи

Назва роботи: « _____ »

Вид роботи: випускна кваліфікаційна робота

Автор: ПБ

Обсяг роботи: _____ стор.

Програмно-технічні засоби перевірки на оригінальність твору:
UNICHEK

Результати перевірки на оригінальність твору

Назва структурного елемента (розділів)	Обсяг рукопису, стор.	Обсяг, який перевірено на оригінальність, стор.	Показник оригінальності/ подібності (у відсотках)	Обґрунтування використання запозичень (заповнюється у разі необхідності)

Загальний висновок: Випускна кваліфікаційна дипломна робота **ПБ** на тему: « _____ » відповідає формальним вимогам та *рекомендується до захисту.*

Завідувач кафедри маркетингу _____ ПБ
(підпис)

Керівник _____ ПБ
(підпис)

Особа, що здійснила перевірку, посада _____ ПБ
(підпис)

Дата

Навчальне видання

Методичні вказівки

до написання дипломної роботи для здобувачів
спеціальності 075 «Маркетинг»
другого (магістерського) рівня вищої освіти

Укладачі:

РАЙКО Діана Валеріївна
ШИПУЛІНА Юлія Сергіївна
КОСЕНКО Олександра Петрівна
КІТЧЕНКО Олена Миколаївна

Відповідальна за випуск: Райко Д.В.
Комп'ютерна верстка: Шипуліна Ю.С.

В авторській редакції

План 2022 р., поз. 214

Підп. до друку 29.08.2022 р. Формат 64 x 84 1/16.
Папір офсетний. Ум. друк. арк. 2,09. Обл.-вид.арк.1,51

Видавець: ФОП Ткачов О.А.