

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
“УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА “КРОК”**

**ПЕТРОВА І.Л.
ХОРОШЕНЮК А.П.**

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

щодо підготовки та захисту дипломної роботи

для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня

„Магістр" спеціальності

8.03050701 „Маркетинг"

усіх форм навчання

Галузь знань: 0305 «Економіка та підприємництво»

КИЇВ 2016

УДК 657.6 (076.5)

Укладачі: Петрова І.Л., Хорошенюк А.П.

Рецензент:

Методичні рекомендації щодо підготовки та захисту дипломної роботи для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня „Магістр” спеціальності 8.03050701 „Маркетинг” усіх форм навчання / Уклад. Петрова І.Л., Хорошенюк А.П. - К: КРОК, 2016. - 61 с.

Методичні рекомендації щодо підготовки та захисту дипломної роботи складено згідно Положення про державну атестацію студентів Університету «КРОК», затвердженого наказом ректора від 27.01. 2009р. №8-5, а також Положення про організацію виконання та захисту дипломних робіт студентів Університету "КРОК", затвердженого наказом ректора від 18.09.2008р. №70-3, з доповненнями, затвердженими наказом ректора від 02.02.2012р. №12-3.

Призначені для студентів освітньо-кваліфікаційних рівнів „Магістр”, спеціальності 8.03050701 „Маркетинг” усіх форм навчання

Зміст

1. Загальні положення	5
2. Організаційні питання щодо виконання дипломної роботи ..	8
2.1. Послідовність виконання дипломної роботи	8
2.2. Вибір теми дипломної роботи	10
2.3. Підбір літератури і статистичних даних з тематики дипломної роботи	12
2.4. Розробка та затвердження плану дипломної роботи	13
2.5. Обов'язки відповідальних осіб	14
3. Структура та зміст дипломної роботи.	15
4. Вимоги до оформлення дипломної роботи	23
4.1. Загальні вимоги	23
4.2. Нумерація	27
4.3. Формули	28
4.4. Ілюстрації	29
4.5. Таблиці	30
4.6. Примітки	32
4.7. Цитування та посилання	32
4.8. Список використаних джерел	34
4.9. Оформлення додатків.	35
5. Організація захисту дипломної роботи	36
5.1. Попередній захист роботи.	36
5.2. Рецензування роботи	37
5.3. Захист дипломної роботи у ДЕК	39
6. Критерії оцінки дипломної роботи	41
Додаток А. Орієнтована тематика дипломних робіт зі спеціальності: «Маркетинг».	45
Додаток Б. Зразок заяви студента (ки) на закріплення теми дипломної роботи.....	48
Додаток В. Зразок титульної сторінки дипломної роботи.....	49

Додаток Д. Зразок завдання на дипломну роботу.....	50
Додаток Е. Зразок оформлення реферату.....	52
Додаток Ж. Зразок оформлення змісту дипломної роботи.....	53
Додаток З. Зразки оформлення списку використаних джерел....	54
Додаток Н. Зразок структури відгуку керівника.....	58
Додаток К. Зразок структури рецензії на дипломну роботу.....	59
Додаток Л. Зразок структури подання голові державної екзаменаційної комісії щодо захисту дипломної роботи.....	60

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Дипломна робота є обов'язковим елементом навчального процесу в Університеті. Вона виконується кожним студентом і є підставою для отримання диплому за спеціальністю "Маркетинг" (8.03050701) та присвоєння йому кваліфікації "магістр з маркетингу".

Дипломна робота (ДР) - це самостійне комплексне наукове дослідження, виконане студентом на завершальному етапі навчання в Університеті, яке підводить підсумки вивчення ним різних дисциплін, передбачених навчальним планом Університету та проходження виробничої управлінської практики. Виконання дипломної роботи з тематики маркетингової діяльності завершує підготовку студента як розширює і поглиблює знання зі спеціальних питань маркетингу, розкриває самостійність підходу до вирішення складних питань маркетингової діяльності на підприємстві, вміння правильно застосовувати отримані знання в ефективній організації, застосування маркетингових комунікацій, проведення маркетингових досліджень, вибір маркетингових стратегій та інших питань, які стосуються маркетингу.

Дипломна робота є кваліфікаційним документом, на підставі захисту якого Державна екзаменаційна комісія визначає рівень теоретичної підготовки випускника, його готовність до самостійної роботи за фахом і приймає рішення щодо присвоєння йому кваліфікації „магістр з маркетингу”.

Метою підготовки дипломної роботи є поглиблення студентом теоретичних і практичних знань з обраної спеціальності і уміння:

- використовувати набуті в процесі навчання теоретичні знання, практичні навички для вирішення певної проблеми в маркетинговій діяльності підприємств, організацій, установ;
- знаходити наукові та літературні джерела з визначеної проблеми, теми, критично їх аналізувати, вивчати та узагальнювати теоретико-методологічні засади з обраного напрямку дослідження;

- аналізувати і правильно оцінювати процеси, які відбуваються на конкретному підприємстві, в організації, установі, регіонах, в країні в цілому;
- критично аналізувати зарубіжний досвід вирішення проблем, що досліджуються, вміти адаптувати його до конкретної ситуації;
- узагальнювати статистичні та інші фактичні матеріали, вміти викласти отриманий матеріал у лаконічній, зрозумілій для читача формі (таблиця, схема, рисунок, діаграма тощо);
- проводити всебічну глибоку діагностику ситуації, застосовуючи сучасні методи наукових досліджень та сучасний інструментарій;
- науково обґрунтовувати запропоновані рішення з використанням відомих методів діагностики;
- проводити математичне імітаційне моделювання та оцінювати результати, отримані в ході розрахунків тощо;
- розробляти варіанти вирішення визначених проблем, оцінювати альтернативні підходи до вирішення визначених проблем;
- запропоновувати оптимальне вирішення конкретної управлінської ситуації, обґрунтувавши запропоновані рішення (в тому числі і з використанням ситуаційного аналізу);
- використовувати комп'ютерну техніку для аналітичної обробки даних;
- робити висновки та вносити пропозиції, що мають теоретичне і практичне значення;
- вміти узагальнювати не тільки позитивний досвід діяльності підприємств, організацій та установ, а й розпізнавати слабкі місця, негативні явища, протиріччя в маркетинговій діяльності на мікро- та макрорівнях тощо;
- вміти робити доповіді та готувати презентаційні матеріали, які передають основний зміст роботи та пропозиції автора, з подальшим їх публічним захистом.

Перелічені вимоги можуть бути реалізовані, якщо дипломна робота є реальною і спрямована на вирішення конкретних завдань маркетингової діяльності в ринкових умовах.

Реальною вважається дипломна робота, виконана на актуальну тему за заявкою (на замовлення) і на контрольних матеріалах підприємства, організації, установи, що включає елементи наукового дослідження і конкретні рекомендації практичного характеру, прийняті до уваги або прийняті до впровадження керівництвом організації.

Кожна дипломна робота повинна мати оригінальний характер і містити елементи досліджень з питань маркетингової діяльності. Зміст роботи повинен відповідати назві теми. У випадках широкого кола охоплених завдань доцільно виконувати комплексну дипломну роботу з участю кількох студентів.

Науково-методичне керівництво дипломними роботами здійснюється професорсько-викладацьким складом кафедри менеджменту та маркетингу або залученими для цієї роботи висококваліфікованими спеціалістами, які призначаються завідуючим кафедри і затверджуються на засіданні кафедри.

У разі необхідності паралельно із керівником дипломної роботи може бути призначений науковий консультант з числа спеціалістів підприємства, організації, установи, на матеріалах яких виконується робота.

Працюючи над дипломною роботою, студент має 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.

При підготовці дипломної роботи студент повинен дотримуватися певних вимог:

- робота, подана на здобуття кваліфікації „магістра з маркетингу”, має бути написана державною мовою;

- дипломну роботу кожен студент виконує індивідуально, індивідуальні роботи можуть бути об'єднані під однією назвою і являти собою складові частини одного дослідження;

- дипломна робота має бути дослідженням, яке присвячено вирішенню конкретної управлінської, економічної, соціальної, політичної проблеми або комплексу названих проблем;

- запропоновані в роботі нові рішення повинні бути аргументовані і спиратися на існуючий досвід, порівнюватися з уже відомими рішеннями;

- у дипломній роботі необхідно навести відомості щодо практичного застосування здобутих автором наукових результатів дослідження;

- оформлення дипломної роботи має відповідати вимогам, що ставляться до робіт, поданих до друку;

- при написанні дипломної роботи студент повинен посилатися на автора та джерело, звідки запозичений матеріал або окремі дані. У разі виявлення плагіату, свідомого зловживання авторськими правами іншого вітчизняного чи зарубіжного науковця, дипломна робота знімається з розгляду.

- у дипломній роботі необхідно зазначити відомості щодо охорони праці на підприємстві: умови праці персоналу, захист навколишнього середовища від забруднення та збереження природних ресурсів та інше.

2. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ПИТАННЯ ЩОДО ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

2.1. Послідовність виконання дипломної роботи

Виконання дипломної роботи організовується у встановлені терміни, відповідно до календарного графіка, узгодженого із науковим керівником роботи та затвердженого на засіданні кафедри менеджменту та маркетингу окремо для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня „Магістр” різних форм навчання.

Процес написання і захисту дипломної роботи складається з етапів, основними з яких є:

- вибір теми дипломної роботи, узгодження її з науковим керівником, оформлення заяви;
- підбір наукових джерел, законодавчого і нормативного матеріалу (законів України, постанов уряду, тощо);
- вивчення фахових джерел і матеріалів у періодичній пресі з теми дипломної роботи;
- складання та затвердження попереднього плану дипломної роботи;
- накопичення та попередня обробка практичного матеріалу з теми;
- узагальнення теоретичного й практичного матеріалу з теми;
- коригування та доопрацювання плану дипломної роботи;
- визначення обсягу й змісту графічного (наочного) матеріалу і додатків;
- ознайомлення з вимогами щодо оформлення роботи;
- написання дипломної роботи згідно з діючими стандартами;
- апробація основних положень дипломної роботи на науково-практичній конференції та впровадження у практичну діяльність на досліджуваному підприємстві;
- розробка доповіді для захисту та відбір і узгодження наочного матеріалу;
- попередній захист роботи на кафедрі менеджменту та маркетингу й отримання дозволу на захист роботи в Державній екзаменаційній комісії;
- завершення оформлення роботи та її брошурування;
- отримання відгуку наукового керівника;
- рецензування дипломної роботи;
- захист дипломної роботи в Державній екзаменаційній комісії.

2.2. Вибір і затвердження теми дипломної роботи

Вибір теми є початком роботи студента над дипломною роботою.

Тематика дипломних робіт повинна відповідати темі науково-дослідної роботи кафедри менеджменту та маркетингу, зареєстрованої в УКРІНТЕІ, і завданням та умінням, передбачених варіативною компонентою освітньо-кваліфікаційної характеристики магістра спеціальності „Маркетинг”. Дипломні роботи також можуть виконуватися за тематикою, яку замовляють підприємства, установи та організації, що уклали із Університетом контракти на навчання студентів, мають із ним відповідні угоди, або з якими пов’язана трудова (підприємницька) діяльність студентів. Кафедра пропонує тематику дипломних робіт, виходячи з актуальних проблем сьогодення, проблемних перспективних питань, з наукових проблем, які вирішує кафедра і замовлень підприємств, відомств, тощо.

Тематика (перелік можливих тем) дипломних робіт розробляється щорічно та затверджується рішенням кафедри менеджменту та маркетингу (додаток А).

Тема вибирається студентом самостійно або за допомогою наукового керівника.

Не дозволяється виконувати роботу кільком студентам з однієї і тієї ж теми на базі практичних даних і матеріалів одного й того ж підприємства, зі схожими літературними джерелами (виключення складає комплексна робота, яка є дослідженням проблем на різних рівнях).

Студент може запропонувати свою тему для дослідження, яка має теоретичне та/або практичне значення для підприємства, галузі, економіки України, враховуючи власні науково-дослідні інтереси і ділові можливості. У цьому випадку студент обґрунтовує вибір теми, обговорює її з науковим керівником і подає письмову заяву на ім’я завідувача кафедри. Кафедрою розглядаються мотиви студента і приймається рішення про задоволення чи відхилення його прохання.

Вибрана студентом тема закріплюється за ним на підставі його

письмової заяви встановленого зразка на ім'я завідувача кафедри (додаток Б), яка подається студентом за тридцять чотири тижні до першого дня захисту дипломних робіт.

Теми дипломних робіт випускників та їх наукові керівники затверджуються наказом ректора університету до початку організаторської виробничої практики (за 30 тижнів до терміну початку захисту дипломних робіт).

При необхідності зміни теми дипломної роботи студент подає на кафедру відповідну мотивовану заяву з візою наукового керівника на ім'я ректора Університету. У разі позитивного висновку завідувача кафедри готується проект відповідного наказу ректора. При зміні теми дипломної роботи менше ніж за 12 тижнів до захисту достатність вмотивованості заяви студента мають спільно розглянути завідувач випускової кафедри та декан факультету (директор інституту, філії). Рішення приймається не пізніше ніж за 8 тижнів до початку роботи Державної екзаменаційної комісії. У разі відмови у задоволенні заяви студент зобов'язаний подати роботу за раніше затвердженою темою. Заміна наукового керівника дипломної роботи або призначення консультанта (додаткового консультанта) проводиться в такому ж порядку (крім візи наукового керівника). Заміна керівника менше ніж за 12 тижнів до дати планового захисту не припускається, крім випадку неможливості виконання керівником своїх функцій.

Наукових керівників дипломних робіт призначає кафедра менеджменту та маркетингу з числа науково-педагогічних працівників з науковими ступенями або вченими званнями та/або висококваліфікованих фахівців-практиків із урахуванням достатності їх кваліфікації та відповідності наукових інтересів.

Науково-педагогічні працівники Університету призначаються науковими керівниками дипломних робіт відповідно до планового розподілу педагогічного навантаження.

Першочергово призначаються наукові керівники дипломних робіт, які

вказані в заявах студентів і дали відповідну візу-погодження. Кафедра має право призначити науковим керівником іншу особу. Кафедра може відмовити в затвердженні теми дипломної роботи в разі претензії двох чи більше студентів на виконання однакових або споріднених тем (питання вирішується шляхом досягнення консенсусу) або в разі невідповідності запропонованої студентом теми змісту спеціальності або вимогам до дипломних робіт певного освітньо-кваліфікаційного рівня. Студенту при цьому може бути запропоновано скорегувати тему.

Висококваліфіковані фахівці-практики, які не є науково-педагогічними працівниками Університету за сумісництвом, можуть бути призначені науковими керівниками дипломних робіт за згодою керівників структурних підрозділів. У протоколі засідання кафедри повинен бути висновок про достатність їх кваліфікації та відповідність наукових інтересів для виконання цієї роботи.

2.3. Підбір літератури і статистичних даних з тематики дипломної роботи

Підбір літератури слід починати з вивчення тих підручників і періодичних видань, котрі рекомендовані за темою роботи. У першу чергу необхідно з'ясувати, з якими вже вивченими або запланованими до вивчення джерелами більш близька тема вибраної роботи.

Ознайомлення з літературними джерелами доцільно починати у наступній послідовності:

- нормативні документи (закони, законодавчі акти);
- наукові видання (монографії, збірники наукових праць);
- статистичні дані.

Бажано розглядати джерела у зворотному хронологічному порядку, спочатку найновіші публікації, потім — минулорічної, дворічної і т.д. давнини. Підбираючи літературу, слід скласти й узгодити з науковим керівником опис відібраних видань, суворо дотримуючись при цьому

порядку, встановленого для бібліографічного опису друкованих видань. Перше знайомство з підбраною літературою дасть можливість студенту розібратися в найважливіших питаннях теми й приступити до планування діяльності щодо написання роботи.

2.4. Розробка та затвердження плану дипломної роботи

Після закріплення за студентом теми та вивчення наукових джерел і матеріалів складається план дипломної роботи (самостійно або за допомогою керівника дипломної роботи), в якому вказуються: тема роботи, назви розділів і підрозділів. План складається студентом з метою раціонального використання часу, визначення мети та об'єкту дослідження, встановлення кола завдань, які стоять перед студентом, збирання необхідних матеріалів. План має бути лаконічним, логічним, послідовним. Це означає, що назви розділів обов'язково повинні відповідати обраній темі дослідження, а назви підрозділів – окремим питанням розділів.

Студент подає у встановлені терміни (терміни встановлюються наказом) складений план керівнику для узгодження і для розгляду його на науково-методичному семінарі кафедри менеджменту та маркетингу з метою підтвердження повноти охоплення питань, які повинні бути розглянуті при написанні дипломної роботи з обраної теми. До поданого плану можуть бути внесені зауваження та корективи, після чого він затверджується та повертається студенту. Затвердження плану відбувається не пізніше ніж за місяць до початку переддипломної практики для студентів денної форми навчання та не пізніше тижня до початку виконання дипломної роботи за графіком навчального процесу для студентів заочної форми навчання.

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

звіту про проходження переддипломної практики, студент приступає до виконання дипломної роботи згідно отриманого календарного графіку.

Порушення строків виконання дипломної роботи є підставою для перенесення захисту дипломної роботи студента за рішенням керівника та кафедри менеджменту та маркетингу на наступний рік.

2.5. Обов'язки відповідальних осіб

Для викладачів, які здійснюють керівництво та консультування виконання дипломних робіт методист кафедри готує інформаційні пам'ятки із зазначенням прізвищ та ініціалів студентів, факультету, курсу, спеціальності (групи) та затверджених тем дипломних робіт, а також розклад проведення щотижневих консультацій.

Обов'язки наукового керівника дипломної роботи:

- скеровувати складання студентом плану дипломної роботи;
- здійснювати керівництво студентом при проходженні ним виробничої (фахової) та науково-дослідної практики (за наявності);
- рекомендувати спеціальну, нормативну літературу та інформаційні джерела за обраною темою дипломної роботи;
- регулярно консультувати студента з питань виконання дипломної роботи, а при необхідності організувати консультації інших викладачів;
- контролювати дотримання календарного плану, якість та самостійність виконання роботи, інформувати завідувача кафедри про хід підготовки роботи до захисту;
- рекомендувати форми оприлюднення результатів дослідження (тези доповіді на науковій конференції, наукова стаття);
- давати відгук на дипломну роботу та сприяти в отриманні зовнішньої рецензії на неї.

Обов'язки консультантів дипломної роботи:

- надання необхідної допомоги з теоретичних та методичних питань дипломної роботи;

- участь у погодженні теми та розробленні плану роботи;
- надання рекомендацій щодо пошуку та вивчення інформаційних джерел.

Науковий керівник та консультанти повинні допомогти студенту визначити найбільш ефективні шляхи дослідження, всебічно стимулювати творчість і самостійність при виконанні ним дипломної роботи.

3. СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Дипломна робота, яка є кваліфікаційною роботою, повинна мати логічну побудову, послідовність викладення відповідного кола питань. За змістом дипломні роботи студентів значно відрізняються одна від одної, оскільки це обумовлено різною тематикою, предметом і об'єктом досліджень, різного рівня теоретичної й практичної підготовки.

Існують типові вимоги до побудови дипломної роботи в цілому та її складових частин. Ці вимоги передбачають таку орієнтовну структуру дипломної роботи:

- 1) титульний аркуш ;
- 2) завдання на виконання дипломної роботи;
- 3) реферат;
- 4) зміст;
- 5) перелік умовних позначень, скорочень, термінів (за необхідності);
- 6) вступ;
- 7) перший розділ;
- 8) другий розділ;
- 9) третій розділ;
- 10) четвертий розділ;
- 11) висновки;
- 12) список використаних джерел;
- 13) додатки.

У дипломній роботі магістрів передбачається наявність висновків до кожного розділу.

Дипломна робота студентів ОКР „Магістр” зі спеціальності „Маркетинг” є самостійним дослідженням, що виконано студентом на завершальному етапі навчання та має містити глибоке теоретичне осмислення актуальної проблеми розвитку економіки та економічних відносин, ефективне впровадження товарної, цінової, комунікаційної та розподільчої політики на підприємстві, а також обґрунтований проект, його практичне розв'язання на основі ретельно проведеного маркетингового дослідження та аналізу.

При виконанні дипломної роботи студент повинен продемонструвати теоретичні знання та вміння їх практичного застосування у різних сферах економіки при дослідженні привабливості ринків і конкурентоспроможності підприємств.

Метою підготовки дипломної роботи є поглиблення студентом знань з обраного напрямку спеціалізації та опрацювання практичних навичок їх застосування при вирішенні конкретних маркетингових завдань за рахунок використання сучасних досягнень економічної науки.

Працюючи над дипломною роботою, студент має засвоїти навички правильної постановки проблеми та обґрунтування її актуальності, формулювання мети і завдань дослідження, побудови логічного плану і вибору оптимальної структури, роботи з науковими джерелами та статистичною інформацією, обґрунтування власних узагальнень, висновків і пропозицій.

Основними завданнями дипломної роботи є:

1. Систематизація та творчий аналіз сучасної вітчизняної і світової наукової літератури за темою дослідження та розробка на цій основі власних підходів до обраної теми. Формування категорій та понять у галузях економіки України.

2. Систематизація, закріплення та розширення практичних знань зі

спеціальності „Маркетинг” та їх застосування при вирішенні конкретних наукових, економічних, маркетингових, виробничих та управлінських завдань.

3. Розвиток навичок самостійної роботи та опанування методики досліджень при вирішенні проблем, які розглядаються у дипломній роботі.

4. Проведення маркетингових досліджень, моніторингу та аналізу ринку України з конкретного продукту, послуги або іншого об'єкта дослідження.

5. Якісний та кількісний (статистичний) аналіз отриманої інформації.

6. Розробка товарної, конкурентної, диверсифікованої або іншої стратегії маркетингової діяльності підприємства на основі отриманої інформації.

7. Економічне обґрунтування обраної стратегії.

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

Об'єктом дослідження дипломної роботи є процеси управління в економіці України та її основних сферах, маркетингова діяльність українських підприємств на міжнародних ринках та на ринку України.

На відібраних об'єктах студенти очної форми навчання проходять організаторську виробничу практику і розробляють конкретні рекомендації щодо їх подальшої діяльності на ринку, а студенти заочної форми навчання на підприємствах, що працюють.

Зміст дипломної роботи визначає її тема. Відповідно до обраної теми студент самостійно або за рекомендацією керівника добирає джерела (книги, брошури, статті, Інтернет-ресурси та інші) і відповідні нормативні документи, складає проект плану, який обговорює, узгоджує з керівником.

План дипломної роботи передбачає: вступну частину; чотири розділи (як правило), кожен з яких має не менше як два параграфи, висновки та пропозиції, список використаних джерел та додатки.

Головним завданням **вступної частини (вступу)** є обґрунтування

актуальності і практичної значущості обраної теми дипломної роботи, особливостей постановки і вирішення конкретних проблем дослідження. Також зазначаються: мета й завдання роботи, предмет, об'єкт, наукові методи дослідження, практичне значення розроблених рекомендацій та пропозицій. Обсяг вступу не повинен перевищувати 5 сторінок

Перший розділ містить теоретичне обґрунтування досліджуваних явищ та процесів. Викладається теоретична база, необхідна для вирішення визначеної проблеми, дається огляд літературних джерел, нових розробок, опублікованих статистичних даних із посиланням на відповідні джерела. На основі вивчення наукової літератури розкриваються думки науковців щодо розв'язання проблеми, обґрунтовуються погляди студента стосовно шляхів її вирішення.

У цьому розділі також викладається аналіз чинної нормативної бази, що стосується теми дослідження. Крім цього, аналізуються історичні аспекти виникнення та сучасні тенденції предмету дослідження, подається обґрунтування доцільності обраних методів дослідження. Текст за потреби ілюструється таблицями та графічними матеріалами (схемами, графіками, діаграмами тощо).

Обсяг першого розділу не повинен перевищувати 20% загального обсягу дипломної роботи.

Другий, аналітичний розділ, має поєднувати набуті теоретичні знання та вміння використовувати обрані методи і певний методичний інструментарій на прикладі конкретного підприємства, організації чи установи, галузі тощо.

У цій частині роботи подається аналіз сучасного стану досліджуваної теми на об'єкті дослідження, діагностування діяльності підприємства, організації, установи.

Усі аналітичні розрахунки, таблиці, графіки, діаграми мають супроводжуватися тлумаченнями та висновками, які дають змогу визначити сутність процесів, які спостерігаються в організації, їх особливості, тенденції,

що створює передумови для виявлення невикористаних резервів.

За можливості текст слід ілюструвати реальними документами (що наводяться в додатках).

Для виконання другого розділу студент має зібрати фактичний матеріал під час практики або роботи на підприємстві, організації чи в установі.

Джерелом інформації є показники діяльності підприємства, статистична та бухгалтерська звітність, накази, розпорядження, результати спостережень, опитувань і обстежень та інших методів збирання первинної інформації.

Особливе значення має правильне узагальнення накопиченого фактичного матеріалу, групування та оброблення даних, на основі яких проводиться кваліфікований аналіз і обґрунтовуються пропозиції.

З метою підтримки набутих навичок роботи на персональному комп'ютері й умінь з алгоритмізації та складання програм кожен студент у дипломній роботі повинен застосувати необхідне програмне забезпечення.

Обсяг другого розділу – у межах 25-30% від загального обсягу дипломної роботи.

Завданням *третього*, рекомендаційного розділу, є розроблення конкретних рекомендацій, пропозицій, моделей управління параметрами розвитку та діяльності організації на базі основних теоретичних положень, методичних підходів, методичного інструментарію, що викладені у першому розділі, а також висновків проведеного у другому розділі дослідження.

У цій частині наводяться обґрунтування заходів щодо поліпшення діяльності об'єкта. Система заходів повинна логічно впливати з теоретичної та аналітичної частини і спрямовуватись на подолання суперечностей між реальним і бажаним станом об'єкта з урахуванням індивідуальних завдань, тобто конкретні заходи студента-випускника повинні спрямовуватися на забезпечення показників економічного зростання й ефективності правозастосовної діяльності тощо. Конкретні пропозиції щодо вдосконалення

діяльності організації мають відповідати напряму дослідження і мати розрахунково-кількісне обґрунтування.

Пропозиції щодо науково-практичного вирішення досліджуваної теми повинні відповідати критеріям оптимальності, цільової ефективності та практичної реальності. Обсяг третього розділу може становити до 25% від загального обсягу дипломної роботи.

Четвертий розділ „Охорона праці в галузі” має відповідати основній темі дипломної роботи та не повинен перевищувати 20% загального обсягу дипломної роботи.

В розділі мають розглядатися наступні питання:

- аналіз потенційно небезпечних і шкідливих умов праці на підприємстві, організації чи установи, що досліджується в дипломній роботі;
- порівняння екологічної оцінки можливих небезпек максимально можливих і допустимих значень, які регламентуються стандартами, правилами, нормами тощо;
- обґрунтування вибору комплексу заходів (способів), котрі забезпечують достатню безпеку персоналу та населенню від потенційно негативних явищ, захист навколишнього середовища від забруднення та збереження природних ресурсів;
- пропозиції щодо покращення умов праці персоналу та участі підприємства у захист навколишнього середовища від забруднення та збереження природних ресурсів.

Організаційні заходи та організації мають відповідати вимогам трудового законодавства та нормативним документам (КЗпП, стандарти, будівельні та санітарні норми, правила, інструкції тощо), Закону України „Про охорону навколишнього середовища”, Закону України „Про охорону праці”, „Інструкцій з техніки безпеки” та інші.

Після кожного розділу дипломної роботи необхідно зробити висновки у вигляді узагальнення викладеного матеріалу та виділення основних здобутків автора.

Висновки і пропозиції, що наводяться в окремому розділі дипломної роботи, є стислим викладенням підсумків дослідження, в якому коротко наводяться найбільш важливі теоретичні положення, що містять формулювання розв'язаної проблеми, оцінку результатів дослідження з погляду відповідності меті дипломної роботи та визначеним у вступі завданням. Особливу увагу слід приділити власним здобуткам автора та його пропозиціям щодо вирішення основних проблем, розглянутих в роботі. Обсяг висновків і пропозицій не повинен перевищувати 5 сторінок.

У **списку використаних джерел** наводяться усі використані нормативні документи, наукові джерела вітчизняних і зарубіжних видань, їх слід розміщувати одним із таких способів: у порядку появи посилань у тексті, в алфавітному порядку прізвищ перших авторів або заголовків, у хронологічному порядку.

Додатки формуються за потребою, коли у роботі є така необхідність. До них включається допоміжний матеріал, який потрібний для повнішого сприйняття виконаної дипломної роботи (таблиці допоміжних цифрових даних, протоколи і акти впроваджень, випробовувань, проміжні розрахунки, інструкції і методики, опис алгоритмів, ілюстрації допоміжного характеру тощо).

Дипломна робота студентів ОКР „Магістр” спеціальності „Маркетинг”, як теоретико-прикладне дослідження, має містити глибоке теоретичне осмислення актуальної проблеми функціонування та розвитку підприємства, її економічних, організаційно - чи соціально-економічних аспектів, а також обґрунтований проект її практичного розв'язання, виконаний на основі ретельно проведеного економічного аналізу діяльності підприємства (бази практики) та очікуваний результат впровадження.

Дипломна робота має комплексний характер і пов'язана з використанням набутих студентом знань зі спеціальних дисциплін, передбачених навчальним планом, та творчим застосуванням навичок організації та проведення наукових досліджень.

Виходячи з цільового направлення, дипломна робота зі спеціальності „Маркетинг” має ґрунтуватись на:

- дослідженні особливостей функціонування підприємств у сучасних умовах господарювання (питання теорії і практики, форми і методи господарювання);

- порівнянні здобутків маркетингової діяльності в Україні та інших державах світу;

- вивченні стану ресурсного забезпечення діяльності підприємства (персонал, капітал, основні фонди, нематеріальні ресурси і активи, обігові кошти підприємства, інвестиційні ресурси);

- оцінці маркетингового середовища: зовнішні (економічні, політично-правові, географічно-екологічні, демографічні, соціально-культурні, науково-технічні) та внутрішні (гуманізацію стосунків в організації, маркетингові плани) фактори;

- аналізі технічної бази підприємства, особливостей організації та планування виробництва (інноваційні процеси, техніко-технологічна база виробництва, організація виробництва, виробнича, соціальна та товарна інфраструктура, регулювання, прогнозування, планування та вибір маркетингової стратегії діяльності підприємства);

- визначенні структури служб маркетингу та ефективності систем управління на підприємстві;

- проведенні розрахунків, аналізі фінансових та маркетингових результатів діяльності підприємства, оцінці етапів розробки нової продукції та ефективності виробництва (якість та конкурентоспроможність продукції; витрати та ціни на продукцію);

- дослідженні концепції та стратегії маркетингу в організаціях національних структур управління;

Повнота й особливості застосування перелічених складових дослідження залежать від обраної студентом тематики, сфери діяльності підприємства та його специфічних рис.

При написанні дипломної роботи важливе значення має відповідне розмежування об'єкта та предмета досліджень. Об'єктом дослідження може бути процес або явище, що має місце на підприємстві. Предметом досліджень найчастіше бувають питання теорії і практики господарчої діяльності підприємства відповідно до обраного напрямку роботи.

4. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

4.1. Загальні вимоги

4.1.1. Дипломна робота має бути надрукована на аркушах паперу білого кольору формату А-4 (210*297 мм), (шрифт Times New Roman, розмір 14, інтервал 1,5). Дозволяється для подання таблиць та ілюстрацій використати папір формату А-3 (у вільній формі).

Текст дипломної роботи друкують, залишаючи поля (береги) таких розмірів: ліве-30 мм, праве-10 мм, верхнє та нижнє -20мм, а також абзац 1,27см.

Обсяг дипломної роботи - 100-120 сторінок формату А4 (210 x 297 мм) комп'ютерного тексту без урахування додатків.

Приблизний обсяг структурних складових друкованого варіанту:

Вступ 3-4 стор.

Перший розділ 15 - 20 стор.

Другий розділ-25 - 30 стор.

Третій розділ 25 - 30 стор.

Четвертий розділ 15-20 стор.

Висновки-4-5 стор.

Перед захистом дипломна робота має бути зброшурована у твердих палітурках і містити в наступній послідовності титульну сторінку, завдання на виконання дипломної роботи, реферат, зміст, основну частину, висновки, список використаних джерел, додатки. Окремо до дипломної роботи додаються відгук керівника дипломної роботи та рецензія.

4.1.2. Титульна сторінка дипломної роботи має містити усі реквізити передбачені формою (зразок оформлення див. у додатку В).

4.1.3. Завдання на виконання дипломної роботи (додаток Д) заповнюється на початку організаторської виробничої практики (для студентів очної форми навчання) або до початку дипломного проектування (для студентів заочної форми навчання). Один примірник підшивається до роботи.

Завдання складається керівником дипломної роботи за участю випускника перед початком переддипломної практики, уточнюється за її підсумками, підписується керівником та випускником і затверджується завідувачем кафедри менеджменту та маркетингу.

У завданні необхідно зазначити перелік усіх розділів пояснювальної записки; перелік обов'язкового графічного матеріалу; календарний план-графік

4.1.4. Реферат пояснювальної записки обсягом не більше ніж 500 слів виконується на одній сторінці і розміщується після завдання на виконання дипломної роботи (зразок оформлення див. у додатку Е).

Реферат має бути стислим, інформативним і надавати відомості, які дозволяють отримати повну уяву щодо дипломної роботи і містити:

- відомості про обсяг пояснювальної записки, кількість ілюстрацій, таблиць, використаних джерел, додатків;
- перелік ключових слів чи словосполучень (від 5 до 10), надрукованих великими літерами в називному відмінку);
- основний текст.

Основний текст реферату подається в такій послідовності:

- актуальність теми;
- мета дипломної роботи;
- завдання роботи;

- предмет дослідження;
- об'єкт дослідження;
- інструментарій;
- сформульовані результати досліджень.

4.1.5. Зміст містить найменування та номери початкових сторінок усіх розділів, підрозділів та пунктів, зокрема вступу, розділів, підрозділів, пунктів, висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел, додатків.

Заголовки однакових ступенів рубрикації необхідно розташовувати один під одним (по вертикалі). Заголовки кожного наступного ступеня зміщують на три-п'ять позицій вправо стосовно заголовків попереднього ступеня (додаток Ж).

4.1.6. Перелік умовних позначень, скорочень, термінів (при необхідності) друкується двома колонками, в яких зліва за абеткою наводяться - скорочення, справа - їх розшифровка.

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

Наприклад:

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ОСУ – Організаційна структура управління;

МТП – Маркетингова товарна політика;

СБО – стратегічна бізнес-одиниця.

4.1.7. У вступі в концентрованому вигляді відображаються всі

здобутки автора дипломної роботи, а також положення, що виносяться на захист.

У вступі рекомендується навести характеристику дипломної роботи в такій послідовності:

- актуальність теми (причини обрання цієї теми та необхідність дослідження проблеми в контексті актуальних проблем маркетингової діяльності);

- мета і завдання виконання дипломної роботи;

- формулювання об'єкта і предмета дослідження (Об'єкт - це предмет або явище, що породжує проблемну ситуацію і обране для дослідження. Предмет - це те, що знаходиться в межах об'єкта. Саме предмет дослідження визначає тему дипломної роботи).

- методи дослідження (використані методи дослідження для досягнення поставленої мети);

- наукові результати (стисла анотація запропонованих положень із зазначенням відмінностей отриманих результатів від відомих раніше);

- практичне значення отриманих результатів (відомості про практичне застосування отриманих результатів або рекомендації щодо їх використання) в маркетинговій діяльності;

4.1.8. Основна частина дипломної роботи складається з розділів, підрозділів, пунктів, підпунктів. У кінці кожного розділу формулюються висновки обсягом 1-2 сторінки із стислим викладенням наведених у розділі наукових та практичних результатів.

Заголовки розділів, підрозділів, пунктів та підпунктів у тексті виділятися жирним шрифтом.

Заголовки структурних частин роботи "ЗМІСТ", "ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ", "ВСТУП", "РОЗДІЛ", "ВИСНОВКИ", "СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ", "ДОДАТКИ" друкують великими літерами симетрично до тексту. Кожну структурну частину дипломної роботи

починають з нової сторінки. Заголовки підрозділів-маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу. Крапку в кінці заголовка не проставляють. Заголовки пунктів друкують маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу в розрядці в підбір до тексту. Підрозділи, висновки до розділів, пункти та підпункти починати з нової сторінки не треба. Відстань між заголовком розділу та заголовком підрозділу повинна дорівнювати 2 інтервалам. А відстань між заголовком підрозділу до тексту повинна дорівнювати 1 інтервалу (за винятком заголовка пункту)

4.2. Нумерація

Нумерація сторінок, розділів, підрозділів, пунктів, таблиць, формул подають арабськими цифрами без знака "№,.". Першою сторінкою дипломної роботи є титульний аркуш, який включають до загальної нумерації сторінок. Титульний аркуш, завдання, зміст і першу сторінку вступу не нумерують, на наступних сторінках номер проставляють у правому верхньому куті сторінки без крапки в кінці, враховуючи у загальну нумерацію всі попередні аркуші.

Пункти нумерують за тим же принципом, що і підрозділ, наприклад: "1.2.2."

Наприклад:

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Поняття маркетингової діяльності підприємства, її суть та необхідність для розвитку підприємства

Номер розділу ставлять після слова "РОЗДІЛ" (РОЗДІЛ 1), після номера крапку не ставлять, потім з нового рядка пишуть заголовок розділу. Підрозділи нумерують у межах кожного розділу. Номер підрозділу

складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, між якими ставлять крапку. В кінці номера підрозділу повинна стояти крапка, наприклад: "2.3." (третій підрозділ другого розділу). Потім у тому ж рядку йде заголовок підрозділу.

4.3. Формули

Формули в дипломній роботі нумерують у межах розділу. Номер формули складається з номера розділу і порядкового номера формули в розділі, між якими ставлять крапку. Нумери пишуть біля правого поля аркуша в одному рядку з відповідною формулою у круглих дужках, наприклад: (3.1) (перша формула третього розділу). Розміри літер та знаків повинні бути надруковані таким шрифтом: великі літери та цифри – 16, малі – 14, показники степенів та індексів над літерами та під літерами – 8.

Нижче, під формулою, дається пояснення значень використаних у формулі символів в послідовності, у якій вони дані у формулі. Значення кожного символу і числового коефіцієнту записують з нового рядка. Перший рядок пояснення починають зі слова "де" без двокрапки. У формулі мають використовуватись букви лише одного алфавіту (українського, російського, латинського тощо). Не допускається використання букв різних алфавітів.

Наприклад:

$$\text{ЧДП} = \sum_{t=1}^n \frac{ВВ_t - B_t}{(1+r)^t} \quad (3.1)$$

де ЧДП — чистий дисконтний прибуток, грн.;

ВВ — валова виручка від реалізації готової продукції, грн.;

В — витрати, грн.;

t — шаг (рік) розрахунку;

r — норма дисконту, %;

$(1+r)^t$ — коефіцієнт дисконтування;

n — горизонт розрахунку

Також слід зазначити, що перед та після формули повинен бути один інтервал.

4.4. Ілюстрації

Ілюстрації (рисунок, креслення, схеми, графіки тощо) і таблиці слід подавати в роботі безпосередньо після тексту, де їх згадано вперше або на наступній сторінці. Якщо вони містяться на окремих сторінках дипломної роботи, їх включають до загальної нумерації сторінок. Ілюстративні або табличні матеріали, розміри яких є більшими за формат А4, враховують як одну сторінку і розміщують у відповідних місцях після згадування у тексті або в додатках (переважно). На всі ілюстрації мають бути посилання у тексті.

Наприклад:



Рис. 1.2 Особливості промислового маркетингу

Ілюстрації позначають словом "Рис." і нумерують послідовно в межах розділу. Номер ілюстрації повинен складатись з номера розділу і порядкового номера ілюстрації, між якими ставиться крапка. Наприклад: Рис. 1.2. (другий рисунок першого розділу).

Номер ілюстрації, назва та пояснювальні записи розміщують послідовно під ілюстрацією. Якщо в розділі дипломної роботи подано одну ілюстрацію, то її нумерують за загальними правилами. Ілюстрації (схеми, графіки, малюнки) необхідно подавати в дипломній роботі після тексту, де вони згадані вперше, або на наступній сторінці. Ілюстрації, які розміщені на окремих сторінках, включають до загальної нумерації сторінок.

Не варто оформлювати посилання на ілюстрації як самостійні фрази, в яких лише повторюється те, що міститься в її назві. У тому місці, де викладається тема, пов'язана із ілюстрацією, і де треба вказати на неї, розміщують посилання у вигляді виразу в круглих дужках "(рис.3.1)" або зворот типу: "...як це видно з рис.3.1", або "...як це показано на рис 3.1".

Також слід зазначити, що перед та після ілюстрації повинен бути один інтервал.

4.5. Таблиці

Таблиці нумерують послідовно в межах розділу. В правому верхньому куті над відповідним заголовком таблиці розміщують напис „Таблиця” із зазначенням її номера. Номер таблиці повинен складатись із номера розділу і порядкового номера таблиці, між якими ставиться крапка (Таблиця 1.1). Кожна таблиця повинна мати назву, яку розміщують над нею і друкують симетрично до тексту (не виділяти жирним). Назву і слово „Таблиця” починають з великої літери. При перенесенні частини таблиці на інший аркуш, пишуть „Продовження табл. ” або „Закінчення табл. ” і вказують номер таблиці, при цьому назву не вміщують.

Таблицю розміщують після першого згадування про неї в тексті таким чином, щоб її можна було читати без повороту переплетеного боку

дипломної роботи або з поворотом за годинниковою стрілкою. А також допускається розміщення таблиці вздовж довгого боку аркуша. На всі таблиці дипломної роботи повинні бути посилання в тексті, при цьому слово таблиця пишуть скорочено, наприклад : „...в табл.1.2”, або „...дані наведені в табл.1.2 дають змогу зробити висновок, що... ”, або „...як видно із табл.1.2... ”.

Заголовки стовпців і рядків таблиці слід друкувати з великої літери, підзаголовки стовпців – з малої, якщо вони є продовженням заголовку, або з великої, якщо вони мають самостійне значення. У кінці заголовків і підзаголовків таблиць крапки не ставлять, заголовки і підзаголовки стовпців друкують в однині. Заголовки стовпців і рядків таблиці, як правило, розміщуючи горизонтально.

Приклад побудови таблиці:

Таблиця 1.1

Визначення поняття «маркетинг»

Автор(и)	Рік випуску	Визначення маркетингу
Р. Батлер і А. Шоу	1911	комбінацією чинників, що їх необхідно враховувати, організуючи роботи, які мають характер продажу, або діяльність, що сприяє продажу
П. Черрінгтон	1928	як науку, що пов’язана з розподілом товарів на шляху від виробника до споживача
Американська маркетингова асоціація	1985	це система взаємозв’язаних дій щодо планування та втілення в життя задуму, ціноутворення, просування та розподілу ідей, товарів, послуг завдяки обміну, котрий задовольняє потреби
Ф.Котлер	1990	це процес вивчення і формування споживчих запитів та переваг, а також використання всіх ресурсів і засобів фірми для їх задоволення з метою отримання прибутку та для особливої користі споживачів
Дж. Еванс і Б.Берман	1993	це передбачення, управління та задоволення попиту на товари, послуги, організацій, людей, території та ідеї через обмін
Е. Дитхль і Х. Хершген	1996	це вираження орієнтованого на ринок управлінського стилю мислення, для якого характерні творчі, систематичні та інколи агресивні підходи

Цифри в стовпцях повинні бути записані таким чином, щоб розряди цифр збігалися (одиниці під одиницями, десятки під десятками ...). При

відсутності цифр в окремих клітинках таблиці замість них проставляється риска.

Шрифт тексту в таблиці обирається студентом самостійно із врахуванням доцільності, але не менше шрифту Times New Roman, розміру 10. Інтервал в таблиці повинен бути одинарний. Також слід зазначити, що перед таблицею, також після таблиці повинен бути 1 інтервал.

4.6. Примітки

Примітки до тексту, таблиць та ілюстрацій, в яких вказуються довідкові і пояснювальні дані, нумерують послідовно в межах однієї сторінки. Якщо приміток декілька, то після слова „Примітки” ставлять двокрапку, наприклад:

Примітки:

1.
2.

Якщо є одна примітка, то її не нумерують і після слова „Примітка” ставлять крапку.

Матеріал дипломної роботи треба викладати коротко, уникати повторів і відхилень від теми, не робити довгі розрахунки. Термінологія і визначення показників мають бути єдиними і відповідати стандартам, а при їх відсутності - загальноприйнятим правилам у науковій літературі. Скорочення слів, як правило не допускається, за винятком загальновідомих аббревіатур. При використанні специфічних аббревіатур, зумовлених темою дипломної роботи, треба з початку написати слово або групу слів повністю, а в дужках подати аббревіатуру, яка далі застосовуватиметься.

4.7. Цитування та посилання

Для підтвердження власних аргументів посиланням на авторитетне джерело або для критичного аналізу того чи іншого друкованого твору слід наводити цитати.

Загальні вимоги до цитування такі:

1) текст цитати починається і закінчується лапками і наводиться в граматичній формі, в якій він поданий у джерелі, із збереженням особливостей авторського написання. Наукові терміни, запропоновані іншими авторами, не виділяються лапками,

за винятком тих, що викликали загальну полеміку. У цих випадках використовується вираз „так званий”;

2) цитування повинно бути повним, без довільного скорочення авторського тексту і без перекручень думок автора. Пропуск слів, речень, абзаців при цитуванні допускається без перекручення авторського тексту і позначається трьома крапками. Вони ставляться у будь-якому місці цитати (на початку, всередині, в кінці).

3) кожна цитата супроводжується посиланням на джерело;

4) при непрямому цитуванні (переказі, викладі думок інших авторів своїми словами), що дає значну економію тексту, слід бути максимально точним у викладі думок автора, коректним щодо оцінювання його результатів, і робити відповідні посилання на джерело.

Посилання в тексті дипломної роботи на джерела роблять згідно з їх переліком у квадратних дужках, наприклад: „...у працях [1-7], ”...[7, с.98]. Допускається наводити посилання у виносках, при цьому його оформлення має відповідати бібліографічному опису за переліком посилань із зазначенням номера або подання виноски в кінці аркуша.

Приклад:

Цитата в тексті : „...ключовим поняттям, своєрідним Олімпом маркетингової діяльності, є потреби споживачів. Секрет успіху будь-якої фірми на конкурентному ринку ... ” [12, с.15]¹⁾.

Відповідне подання:

1) у переліку посилань:

12. Гаркавенко С. Маркетинг // Підручник. – 6-те вид. – Київ: Лібра, 2008. – 720 с.

2) у вигляді виноски в кінці аркуша:

¹⁾ Гаркавенко С. Маркетинг // Підручник. – 6-те вид. – Київ: Лібра, 2008. – 720 с.

4.8. Список використаних джерел

Список використаних джерел повинен містити всі джерела, використані при написанні дипломної роботи, та розміщуватись за їх значущістю в алфавітному порядку (російськомовні джерела включаються до загального списку). Відомості про включені до списку джерела слід подавати відповідно до державного стандарту ДСТУ ГОСТ 7.1: 2006. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис – Загальні вимоги та правила складання, введеного в дію 7 січня 2007 року.

Формуючи список літератури за темою роботи, студент обов'язково повинен зазначити прізвище та ініціали автора, назву роботи, видавництво, місце та рік видання. Якщо до списку входять періодичні публікації, то обов'язково слід зазначити прізвище та ініціали автора, назву статті, журналу, газети тощо, рік видання, номер та сторінки, на яких надрукована стаття (додаток 3).

Якщо студент використовував Інтернет-ресурси, то слід зазначити прізвище та ініціали автора матеріалу, назву та Web-site.

Список використаних джерел формується у такій послідовності:

- 1) Закони України;
- 2) Постанови Верховної Ради України;
- 3) Укази Президента України;
- 4) Постанови Кабінету Міністрів України;
- 5) нормативні акти міністерств та відомств;
- 6) роз'яснення Президії Вищого Господарського суду України, постанови Пленуму Верховного Суду України;
- 7) монографії, підручники, навчальні посібники, наукові видання,

статті у наукових журналах, автореферати дисертацій тощо;

- 8) іншомовні джерела
- 9) Інтернет-ресурси;
- 10) матеріали практики.

4.9. Оформлення додатків

Додатки оформлюють як продовження дипломної роботи на наступних її сторінках або у вигляді окремої частини (книги). Якщо додатки оформлюють на наступних сторінках дипломної роботи, кожний такий додаток повинен починатися з нової сторінки. Додаток повинен мати заголовок, надрукований угорі малими літерами з першої великої симетрично відносно тексту сторінки. Посередині рядка над заголовком малими літерами з першої великої друкується слово "Додаток " і велика літера, що позначає додаток.

Наприклад:

Додаток А

Схема організаційної структури підприємства

Кожен з додатків починають з нової сторінки. При оформленні додатків окремою частиною (книгою) на титульному аркуші під назвою роботи друкують великими літерами слово "ДОДАТКИ". Додатки слід позначати послідовно великими літерами української абетки, за винятком літер Г, Є, І, Ї, Й, О, Ч, Ь. Один додаток позначається як додаток А.

При переносі частини додатку на наступний аркуш, пишуть "Продовження дод. А" з правого боку, а назву не вміщують. На останньому аркуші, де розміщується додаток, пишуть "Закінчення дод. А" з правого боку.

До складу додатків, як правило, включають:

- первинні документи, облікові реєстри, форми звітності та накази по підприємству (установі, організації);
- аудиторські висновки, звіти за результатами аудиторської перевірки,

акти перевірок, акти ревізій;

- проміжні математичні доведення, формули і розрахунки;
- таблиці допоміжних цифрових даних;
- інструкції і методики;
- опис алгоритмів і програм розв'язання задач на ПЕОМ;
- ілюстрації допоміжного характеру.

5. ОРГАНІЗАЦІЯ ЗАХИСТУ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

5.1. Попередній захист роботи

Попередній захист дипломних робіт відбувається на засіданні кафедри менеджменту та маркетингу, рішенням якої студенти допускаються або не допускаються до захисту дипломних робіт перед Державною екзаменаційною комісією.

У разі організації одночасного багаточисельного випуску студентів за однією спеціальністю допускається проведення попереднього захисту перед кафедральною комісією у складі трьох (для ОКР “Магістр”) висококваліфікованих викладачів кафедри менеджменту та маркетингу. Результати попереднього захисту оформлюються у вигляді відомості проведення попереднього захисту, у якій зазначається рівень готовності роботи та рішення про допуск (не допуск) до захисту перед Державною екзаменаційною комісією. За результатами попереднього захисту кафедра ухвалює рішення про допуск дипломної роботи до захисту в ДЕК.

Для проведення попереднього захисту студент повинен подати на випускову кафедру дипломну роботу у друкованому вигляді не переплетену у жорстку палітурку, також - наукову статтю та/або тези доповіді на науковій конференції та повинен бути готовим коротко доповісти основний зміст роботи.

Кафедра може вимагати від студента доопрацювання дипломної роботи та визначити відповідні завдання. Рішення про допуск дипломної роботи до

захисту в ДЕК після доопрацювання приймають спільно науковий керівник та завідувач кафедри.

У разі ухвалення кафедрою рішення про недопущення дипломної роботи до захисту (невиконання студентом встановлених завдань з її доопрацювання) студент має право подати заяву на ім'я ректора Університету про допуск до державної атестації під власну відповідальність. З цього моменту відповідальність кафедри та наукового керівника за якість дипломної роботи та її відповідність встановленим вимогам припиняється. В інших випадках студенту надається академічна відпустка (при наявності об'єктивних обставин) або студент відраховується за невиконання графіку навчального процесу (при відсутності об'єктивних обставин).

Науковий керівник не звільняється від подання відгуку на дипломну роботу в разі її подання до захисту в ДЕК під власну відповідальність студента.

5.2. Рецензування роботи

До захисту в ДЕК дипломна робота допускається після рецензування: відгуку наукового керівника (дод. Н) та рецензування (дод. К), підписаного фахівцем у даній галузі.

Завершену і відповідним чином оформлену дипломну роботу, підписану студентом, студент подає науковому керівнику для перевірки і написання відгуку. Науковий керівник після перевірки дипломної роботи підписує титульну сторінку і дає розгорнутий письмовий відгук.

Відгук наукового керівника має свідчити про самостійність дослідження, актуальність теми, відповідність змісту роботи до плану, містити висновок про можливість допуску випускної роботи до захисту в ДЕК, про відповідність роботи кваліфікаційним вимогам щодо даної спеціальності та можливість присвоєння студенту відповідної кваліфікації із обраної спеціальності.

Науковий керівник подає відгук на дипломну роботу, в якому в

довільній формі зазначається мета дипломної роботи, в інтересах якої організації вона виконана або у межах якої науково-дослідної теми, відповідність дипломної роботи встановленому завданню, ступінь самостійності при виконанні дипломної роботи, вміння аналізувати необхідні літературні джерела, застосовувати сучасні методи досліджень та інформаційні технології, запропонувати конструктивні рішення, оцінюються отримані результати та висновки, загально оцінюються дипломна робота та її відповідність вимогам до структури та оформлення, вказуються недоліки, а також інші аспекти оцінки виконання дипломної роботи та її виконавця (за бажанням наукового керівника). У відгуку подаються пропозиції стосовно оцінювання дипломної роботи та присвоєння випускнику відповідної кваліфікації.

У разі неподання науковим керівником відгуку на дипломну роботу студента завідувач кафедри вирішує питання про його підготовку іншим викладачем, який набуває статусу наукового консультанта роботи.

Рецензію на роботу надає спеціаліст відповідної кваліфікації. Список рецензентів дипломних робіт затверджується розпорядженням декана факультету (директора інституту), яке доводиться до відома випускників не пізніше ніж за два тижні до початку роботи ДЕК.

Рецензія повинна бути надрукована або написана власноручно рецензентом і підписана ним. В рецензії відмічається:

- актуальність обраної теми,
- повнота і ґрунтовність дослідження,
- використання новітніх досягнень маркетингового дослідження,
- ступінь використання матеріалу підприємства,
- обґрунтованість одержаних висновків і пропозицій,
- вказуються оцінка і недоліки роботи, можлива практична цінність.

Рецензент оцінює роботу за п'ятибальною (національною) шкалою. Внесення змін до роботи після отримання рецензії не допускається.

Рецензія подається на випускову кафедру не пізніше, ніж за три дні до

офіційного захисту на засіданні Державної екзаменаційної комісії.

У зовнішній рецензії в довільній формі зазначається актуальність роботи, короткий аналіз її структури, ступінь виконання поставлених завдань, оцінка запропонованих студентом пропозицій та висновків, зауваження до роботи, дається узагальнена оцінка дипломної роботи. Рецензії повинні бути підписані рецензентом та завірені печаткою установи, в якій він працює (співпрацює) у встановленому там порядку.

Відповідальність за організацію зовнішньої рецензії на дипломну роботу та її якість несе науковий керівник та завідувач кафедри менеджменту та маркетингу. Студент має право самостійно організувати зовнішню рецензію на виконану дипломну роботу.

Рецензентом дипломних робіт магістрів можуть бути висококваліфіковані фахівці, які мають наукові ступені та/або вчені звання, або керівники підприємств, організацій, установ (бази дослідження).

5.3. Захист дипломної роботи у ДЕК

Захист дипломних робіт та оформлення відповідних документів регулюють п. 3.12.3 Положення про організацію навчального процесу у вищих навчальних закладах, Рекомендації про створення, організацію і роботу державної екзаменаційної (кваліфікаційної) комісії у вищих навчальних закладах України (лист Міносвіти України від 29 грудня 1993 року № 83-5/1259) та нормативні документи Університету.

Подання голові державної екзаменаційної комісії щодо захисту дипломної роботи представлено у дод. Л.

Захист дипломних (випускних) робіт проводиться на відкритому засіданні Державної екзаменаційної комісії за участю не менше як половини її складу з обов'язковою присутністю голови комісії.

Процедура захисту передбачає:

- доповідь студента про зміст роботи;
- запитання до автора;

- відповіді студента на запитання членів ДЕК та осіб, присутніх на захисті;
- оголошення відгуку наукового керівника та рецензентів;
- заключне слово студента;
- оголошення рішення комісії про оцінку роботи.

Доповіді студентів необхідно підготувати заздалегідь у формі виступу, в якому доцільно висвітлити такі важливі питання: обґрунтування актуальності теми дослідження; мета, завдання, об'єкт, предмет дослідження; що вдалося встановити, виявити, довести; якими методами це досягнуто; елементи новизни у теоретичних положеннях та в практичних рекомендаціях; з якими труднощами довелося зіткнутися в процесі дослідження, які положення не знайшли підтвердження.

У виступі мають міститися також відповіді на основні зауваження наукового керівника та рецензента. Доповідь студента на захисті – 10-15 хвилин.

Захист дипломної роботи фіксується у протоколі ДЕК.

Студент готує до захисту ілюстративний матеріал у вигляді презентації за допомогою програмного продукту Microsoft Office PowerPoint, аналогічних програмних продуктів та/або роздаткового матеріалу, який містить таблиці, графіки, діаграми, схеми тощо, на які посилається автор у своїй доповіді, а також основні висновки та пропозиції, сформульовані в результаті дослідження. Необхідну кількість та зміст ілюстрацій студент визначає самостійно, але погоджує з науковим керівником. Роздатковий матеріал оформлюється на окремих аркушах формату А4. На титульній сторінці необхідно вказати тему дипломної роботи та її виконавця. Таблиці та рисунки разом мають наскрізну нумерацію роздаткового матеріалу. Кількість папок із роздатковим матеріалом відповідає кількості членів ДЕК.

При оцінюванні випускної кваліфікаційної роботи слід зважати на те, що студент повинен уміти:

- формулювати мету і завдання дослідження ;

- складати план дослідження ;
- вести бібліографічний пошук із застосуванням сучасних інформаційних технологій ;
- використовувати сучасні методи наукового дослідження, модифікувати наявні та розробляти нові методи з огляду на із завдання конкретного дослідження;
- обробляти отримані дані, аналізувати і синтезувати їх на базі відомих літературних джерел та показників роботи підприємства, установи, галузі тощо;
- оформлювати результати досліджень відповідно до сучасних вимог у вигляді звітів, рефератів, статей.

Рішення про оцінювання підготовки та захисту дипломної роботи приймається на закритому засіданні ДЕК і оголошується головою ДЕК на відкритому засіданні в день захисту . Тоді ж оголошується рішення ДЕК про присвоєння випускникам відповідної кваліфікації. Оголошена оцінка є остаточною та апеляції не підлягає.

6. КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

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

Підсумкова рейтингова оцінка результатів виконання та захисту дипломної роботи в балах визначається як середньоарифметична оцінка з рейтингових оцінок голови та членів ДЕК (табл. 1). Підсумки захисту дипломних робіт оцінюється 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).

Шкала оцінювання результатів
виконання та захисту дипломної роботи

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS
90-100	Відмінно	A
80-89	Добре	B
70-79		C
60-69	Задовільно	D
50-59	Незадовільно	E
25-49		FX
1-24		F

Рейтингове оцінювання результатів виконання та захисту дипломної роботи здійснюється в балах головою та кожним членом ДЕК з урахуванням критеріїв та відповідних кількісних оцінок, наведених у табл. 2.

Таблиця 2

Оцінювання результатів виконання та захисту дипломної роботи

Критерії оцінювання результатів виконання дипломної роботи	Мак 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 впровадження у виробництво або навчальний процес	10	- мають практичну цінність, впроваджені у виробництво або навчальний процес (наявність акту впровадження) - частково мають практичну цінність - деякі елементи розробок мають практичну цінність,	10 8 6

Продовження табл. 2

		можливо їх впровадження у виробництво або навчальний процес	
4. Рівень використання комп'ютерної техніки та інформаційних технологій при розробці дипломної роботи	10	- високий рівень - середній рівень - низький рівень	10 8 6
5. Відповідність дипломної роботи вимогам нормативних актів України, ДСТУ, якість оформлення матеріалів	10	- достатньо повна, висока якість - недостатньо повна, прийнятна якість - неповна, невисока якість	10 8 6
6. Змістовність доповіді та відповідей випускника на запитання членів ДЕК під час захисту основних положень дипломної роботи	40	- доповідь та відповіді на запитання повні, послідовні, логічні - доповідь та відповіді на запитання недостатньо повні, логічні та послідовні - непослідовно та нелогічно побудована доповідь, недостатньо повні відповіді на запитання	40 32 24
Усього	100	-	-

Рейтингові оцінки, визначені за кожним критерієм, заносяться до відповідних робочих таблиць членами ДЕК та її головою. При цьому до уваги беруться висновок рецензента та виставлена ним оцінка.

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

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

Підсумкові рейтингові оцінки результатів виконання та захисту

студентами-випускниками дипломних робіт заносяться до Протоколу засідання Державної екзаменаційної комісії з проведення захисту дипломних робіт в балах за 100-бальною шкалою, за національною шкалою та шкалою ECTS, наприклад так: *90/Відм /А, 84/Добре/В, 65/Задов./D*.

У випадку неявки студента на захист дипломної роботи з будь-яких причин, у Протокол засідання Державної екзаменаційної комісії з проведення захисту дипломних робіт робиться запис: «Не атестований у зв'язку з неявкою на засідання Державної екзаменаційної комісії», а питання державної атестації студента вирішується в установленому порядку.

У випадку отримання студентом за виконання та захист дипломної роботи підсумкової рейтингової оцінки «Незадовільно» (за національною шкалою) Державною екзаменаційною комісією заносяться до протоколу відповідна оцінка, а сам випускник вважається не атестованим.

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

У випадках, коли захист дипломної роботи визнається незадовільним, державна комісія встановлює, чи може студент подати на повторний захист ту саму роботу з доопрацюванням, чи він зобов'язаний опрацювати нову тему, визначену відповідною кафедрою.

Студент, який не захистив дипломну роботу, допускається до повторного захисту дипломної роботи протягом трьох років після закінчення вищого навчального закладу.

Студентам, які не склали державні екзамени або не захищали дипломну роботу з поважної причини (документально підтвердженої), ректор вищого навчального закладу може продовжити термін навчання до наступного терміну роботи державної комісії, але не більше, ніж на один рік.

7. ДОДАТКИ

Додаток А

Орієнтовна тематика дипломних робіт зі спеціальності:

„Маркетинг ”

№ з/п	Назва теми
1.	“Нові медіа” у сучасному комплексі маркетингу
2.	Public Relations у системі маркетингових комунікацій
3.	Аналіз і вдосконалення асортиментної політики підприємства на ринку
4.	Аналіз і вдосконалення комунікативної політики підприємства в мережі Інтернет
5.	Аналіз і вдосконалення організаційної структури служби маркетингу
6.	Аналіз і вдосконалення управління франчайзинговою компанією
7.	Аналіз і удосконалення маркетингової діяльності з організації виставок, ярмарків
8.	Аналіз кон'юнктури ринку спортивних товарів і послуг
9.	Аналіз та контроль процесу надання послуг
10.	Аналіз та способи підвищення конкурентоспроможності товарів на внутрішньому та зовнішньому ринках.
11.	Бенчмаркінг в системі маркетингових досліджень
12.	Вибір організаційних форм взаємодії в каналах розподілу
13.	Виведення на ринок нової товарної лінійки українського виробника
14.	Використання маркетингових інструментів в управлінні організаційними змінами
15.	Використання принципів екологічного маркетингу в діяльності підприємства
16.	Внутрішній маркетинг персоналу в сфері надання послуг
17.	Інноваційна товарна політика сервісного підприємства
18.	Інтеграція онлайн-ових і офлайн-ових маркетингових комунікацій при просуванні торговельних марок: принципи планування й технології впровадження
19.	Керування просуванням науково-технічних розробок на ринку
20.	Комерційні ризики в діяльності підприємства
21.	Конкурентне позиціонування хайтек-продукту
22.	Конкурентоспроможність персоналу як фактор ділового успіху компанії
23.	Маркетингова політика надання та розподілу послуг
24.	Маркетингові аспекти управління змінами
25.	Маркетингові дослідження на ринку освітнього продукту
26.	Маркетингові стратегії організацій сфери послуг
27.	Маркетингові технології неприбуткової організації
28.	Методи маркетингових досліджень у бенчмаркетингу
29.	Методологія конкурентного аналізу ринкової позиції підприємств
30.	Методологія маркетингу в муніципальному та регіональному управлінні

Продовження дод. А

31. Механізми оптимізації впливу TV-реклами: фактори позиціонування та розміщення рекламних повідомлень
32. Моделі creative use of media: місце та роль у системі організації рекламної кампанії
33. Моделювання бренд-іміджу та репутаційної складової компанії в Україні
34. Обґрунтування принципів та інструментів товарного маркетингу компанії
35. Обґрунтування стратегії ціноутворення для нових товарів і послуг
36. Оптимізація елементів стратегічного комплексу маркетингу промислового підприємства
37. Оптимізація каналів реалізації продукції
38. Організація взаємодії з конкурентами при розробці і реалізації продукції
39. Організація і планування рекламних кампаній
40. Організація та удосконалення маркетингової діяльності організації
41. Особливості керування маркетинговою діяльністю на основі CRM-технологій
42. Особливості маркетингових досліджень на ринку праці
43. Оцінка ефективності спонсорства і product placement у ЗМІ
44. Оцінка та вибір цінової стратегії підприємства на конкурентному ринку
45. Підвищення ефективності маркетингу промислових послуг
46. Побудова комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій в українській компанії
47. Побудова маркетингових комунікацій на основі розробки фірмового стилю організації
48. Позиціонування бренду на ринку споживчих товарів
49. Пошук та створення нових потреб ринку з метою ефективного позиціонування
50. Пошукові системи в Інтернеті як рекламоносій
51. Пріоритетні технології продажу рекламного простору
52. Проблеми та особливості сегментування споживачів в Україні
53. Прогнозування попиту, структури і обсягу продажів продукції
54. Рекламні комунікації засобами Інтернет: особливості організації та оцінка ефективності
55. Реструктуризація бізнесу на основі концепції маркетингу
56. Розвиток маркетингової діяльності організації на основі BTL-технологій
57. Розробка комплексної системи стимулювання продажів та оцінка її ефективності
58. Розробка комплексу маркетингу малого підприємства
59. Розробка маркетингової програми інтернет-магазину
60. Розробка маркетингової стратегії спортивної організації
61. Розробка методів і організаційних форм проведення маркетингового аудита
62. Розробка практичної структури бренда
63. Розробка програми маркетингових комунікацій компанії
64. Розробка системи маркетингової інформації підприємства
65. Розробка системи методів і форм нецінової конкуренції
66. Розробка стратегії позиціонування на ринку B2B.

Закінчення дод. А

67. Розробка стратегії просування продукції підприємства на основі роботи з ключовими клієнтами компанії
68. Розробка та удосконалення технологій просування продукції на основі Event Marketing
69. Розробка шляхів підвищення міжнародної конкурентоспроможності промислового підприємства
70. Роль маркетингових стратегій у впровадженні організаційних структур
71. Сегментування та позиціонування у соціальному маркетингу
72. Способи комунікативної підтримки та розвитку іміджу країни/регіону
73. Стимулювання продажів нової продукції
74. Стратегії комплексу маркетингу на різних етапах життєвого циклу товару
75. Стратегії маркетингу персоналу на ринку праці
76. Стратегії освоєння нових ринків
77. Стратегії позиціонування послуг
78. Стратегії створення цінності на конкурентному ринку послуг
79. Стратегічне планування маркетингу підприємств
80. Стратегічний аналіз бранда
81. Стратегічний контроль і ревізія маркетингової діяльності
82. Стратегія взаємовідносин з клієнтами на ринку послуг
83. Сучасні технології організації та проведення маркетингових досліджень в умовах української дійсності
84. Технології маркетингу персоналу та оцінка їх ефективності
85. Удосконалення діяльності в сфері мережевого (сітьового) маркетингу
86. Удосконалення маркетингової діяльності організації в сфері фінансових послуг
87. Удосконалення стратегії маркетингу місць (територій)
88. Управління і розвиток в організації програм споживчої лояльності
89. Управління комплексом маркетингу в сфері послуг
90. Управління маркетинговими технологіями розробки товарів
91. Управління маркетингом технологій та інжинірингу
92. Управління поведінкою споживачів на ринку послуг
93. Управління просуванням продукції на зовнішніх ринках
94. Формування індивідуальності бранду
95. Формування марочної політики компанії
96. Формування системи персональних продажів в діяльності підприємства
97. Формування та розвиток культури та етики маркетингової діяльності
98. Формування та управління капіталом бранда

Зразок заяви студента (ки) на закріплення теми дипломної роботи

Ректору
Університету економіки та права
«КРОК»
п. Лаптеву С.М.
студент(а,ки)
факультету економіки та підприємництва
освітньо-кваліфікаційний рівень
«Магістр»
спеціальність “Маркетинг”
форма навчання_____

Прізвище, Ім'я, По батькові

ЗАЯВА

Прошу затвердити тему моєї дипломної роботи: “_____”

_____”

_____”
та призначити науковим керівником _____”

Дата

Підпис

Зразок титульної сторінки дипломної роботи

Форма №Н-9.02 (КРОК)

**Вищий навчальний заклад
«Університет економіки та права «КРОК»**

Факультет економіки та підприємництва

Кафедра менеджменту та маркетингу

8.03050701“Маркетинг”

Дипломна робота (проект)

на тему _____

Виконав студент _____
(Підпис)

(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

(Резолюція «До захисту»)

Попередній захист:

(Висновок: “До захисту в державній екзаменаційній комісії”)

Завідувач кафедри _____
(Підпис) (Прізвище, ініціали) (Дата)

Київ - 20__ року

Зразок завдання на дипломну роботу

Форма №Н-9.01 (КРОК)

Вищий навчальний заклад
«Університет економіки та права «КРОК»

Факультет Економіки та підприємництва

Кафедра Менеджменту та маркетингу

Освітньо-кваліфікаційний рівень – Магістр

Спеціальність – 8.03050701 «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

д.е.н., професор І.Л. Петрова

« ____ » _____ 201_ року

**ЗАВДАННЯ
НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТА**

(прізвище, ім'я, по батькові студента)

Тема дипломної роботи _____

Керівник роботи _____

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

Затверджено наказом Університету від «__» _____ 20__ року № _____

2. Строк подання студентом роботи _____

3. Вихідні дані до роботи _____

4. Зміст розрахунково - пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) _____

5. Перелік графічного матеріалу (презентацій, креслень)

Продовження дод. Д

6. Консультантів розділів роботи

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

7. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
	Затвердження теми роботи і наукового керівника		
	Затвердження завдання на дипломну роботу		
	Затвердження плану дипломної роботи		
	Завершення роботи в цілому		
	Попередній захист роботи		

Студент _____ (підпис) _____ (прізвище та ініціали)

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

Зразок оформлення реферату

РЕФЕРАТ

Дипломна робота магістра на тему «Організація та удосконалення маркетингової діяльності організації» містить 98 сторінок, 12 таблиць, 10 рисунків, список літератури з 56 найменувань праць вітчизняних та зарубіжних науковців та 7 найменувань матеріалів практики. Робота складається зі вступу, чотирьох розділів із висновками до них, висновків та пропозицій, списку використаних джерел.

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ, ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГУ, СТРУКТУРИ СЛУЖБИ МАРКЕТИНГУ, РІВНІ УПРАВЛІННЯ, ВНУТРІШНІ МОЖЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ, КОНТРОЛЬ МАРКЕТИНГУ.

Актуальність теми.

Мета дослідження.

Об'єкт дослідження.

Предмет дослідження.

Методи дослідження.

Сформульовані результати дослідження.

Практичне значення одержаних результатів.

Зразок оформлення змісту дипломної роботи

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА	6
1.1. Поняття маркетингової діяльності підприємства, її суть та необхідність для розвитку підприємства.....	6
1.2. Особливості розробки комплексу маркетингу малого підприємства.....	15
1.3. Нормативно-правове регулювання маркетингової діяльності підприємства.....	19
Висновки до розділу 1.....	26
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА АНАЛІЗ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «ПІЛОТ»	27
2.1 Техніко-економічна характеристика підприємства.....	27
2.2 Оцінка економічної ефективності діяльності підприємства.....	32
2.3 Аналіз маркетингової діяльності підприємства.....	53
Висновки до розділу 2.....	62
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ШЛЯХІВ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ПІЛОТ»	64
3.1 Проект впровадження інтегрованих маркетингових комунікацій у комерційну діяльність підприємства.....	64
3.2 Шляхи удосконалення асортиментної політики підприємства.....	71
3.3 Економічна оцінка запропонованих проектів.....	81
Висновки до розділу 3.....	86
РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ	87
4.1. Система управління охороною праці на підприємстві ТОВ «Пілот»....	87
4.2. Охорона праці на робочому місці маркетолога.....	98
4.3. Розробка рекомендацій по покращенню умов праці.....	105
Висновки до розділу 4.....	112
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	113
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ	116
ДОДАТКИ	122

Зразки оформлення списку використаних джерел**Книги****Один автор**

1. Артемов, В. Ю. Основи менеджменту для інформаційних аналітиків: курс лекцій / В. Ю. Артемов. - К. : КНТ, 2007. - 272 с.
2. Білоус, Т. В. Основи менеджменту: навчальний посібник / Т. В. Білоус. - К. : Атіка, 2009. - 160 с
3. Веснин, Р. В. Менеджмент: учебник / Р. В. Веснин. - М. : Проспект, 2007. - 504 с.
4. Діденко, В. І. Менеджмент: підручник / В. І. Діденко. - К. : Кондор, 2008. - 584 с.

Два автори

1. Бакуменко В. Д. Теоретичні та організаційні засади державного управління: навч. посіб. / В. Д. Бакуменко, П. І. Надолішній. - К. : Міленіум, 2003. - 256 с.
2. Дідковська, Л. Г. Менеджмент: навчальний посібник / Л.Г. Дідковська, П.Л. Гордієнко. - К. : Алерта ; К. : КНТ, 2007. - 516 с.
3. Кузьмін, О. Є. Основи менеджменту: підручник / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. - 2-ге вид., випр., доп. - К.: Академвидав, 2007. - 464 с.

Три автори

1. Акофф Р. Л. Идеализированное проектирование: как предотвратить завтрашний кризис сегодня. Создание будущего организации / Акофф Р. Л., Магидсон Д., Зддисон Г. Д. ; пер. с англ. Ф. П. Тарасенко. —Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. —ХІІІ, 265 с.

Чотири автори

1. Кузьмін О.Є., Процик І.С., Передало Х.С., Дарміць Р.З., Менеджмент: практичні і лабораторні заняття: навч. посіб. для студ. усіх форм. навч. галузей "Менеджмент і адміністрування" — Л. : Видавництво НУ "Львівська політехніка", 2009. — 172 с.
2. Бай С.І, Жуковська В.М, Тривайло А.Ю, Юшин С.О. Менеджмент. Ситуаційні справи: навч. посібник / С.І Бай (заг.ред.). — К., 2008. — 75с.

П'ять і більше авторів

1. Балацький О.Ф., Теліженко О.М., Лапін Є. В., Жулавський А. Ю., Дегтяренко О. Г., Лук'янихін В. О. Менеджмент для бакалаврів: підруч. для студ. ВНЗ:у 2 т. - Суми : Університетська книга, 2009. — 604 с.
2. Психологія менеджмента / [Власов П. К., Липницький А. В., Луцихина И. М. и др.]; под ред. Г. С. Никифорова. — [3-є изд.]. —Х. : Гуманитар. центр, 2007. — 510 с.
3. Формування здорового способу життя молоді : навч.-метод, посіб. для працівників соц. служб для сім'ї, дітей та молоді / [Т. В. Бондар, О. Г. Карпенко, Д. М. Дикова-Фаворська та ін.]. — К. : Укр. ін-т соц. дослідж., 2005. — 115 с.

Матеріали конференцій, з'їздів

1. Економіка, менеджмент, освіта в системі реформування агропромислового комплексу : матеріали Всеукр. конф. молодих учених-аграрників [«Молодь України і

Продовження дод. З

аграрна реформа»], (Харків, 11—13 жовт. 2000 р.) / М-во аграр. політики, Харк. держ. аграр. ун-т ім. В. В. Докучаєва. — Х. : Харк. держ. аграр. ун-т ім. В. В. Докучаєва, 2000. — 167 с.

2. Кібернетика в сучасних економічних процесах : зб. текстів виступів на республік, міжвуз. наук.-практ. конф. / Держкомстат України, Ін-т статистики, обліку та аудиту. — К. : ІСОА, 2002. — 147 с.

3. Матеріали ІХ з'їзду Асоціації українських банків, 30 червня 2000 р. інформ. бюл. — К. : Асоц. укр. банків, 2000. — 117 с.

4. Оцінка й обґрунтування продовження ресурсу елементів конструкцій : праці конф., 6—9 черв. 2000 р., Київ. Т. 2 / відп. Ред. В. Т. Трощенко. — К. : НАН України, Ін-т пробл. міцності, 2000. — С. 559—956, XIII, [2] с. — (Ресурс 2000).

5. Ризикологія в економіці та підприємстві : зб. наук, праць за матеріалами міжнар. наук.-практ. конф., 27-28 берез. 2001 р. / М-во освіти і науки України, Держ. податк. адмін. України [та ін.]. — К. : КНЕУ : Акад. ДПС України, 2001. — 452 с.

Депоновані наукові праці

1. Социологическое исследование малых групп населения / В. И. Иванов [и др.] ; М-во образования Рос. Федерации, Финансовая академия. — М., 2002. — 110 с. — Деп. в ВИНТИ 13.06.02, № 145432.

2. Разумовский В. А. Управление маркетинговыми исследованиями в регионе / В. А. Разумовский, Д. А. Андреев. — М., 2002. — 210 с. — Деп. в ИНИОН Рос. акад. наук 15.02.02, № 139876.

Словники

Тимошенко З. І. Болонський процес в дії : словник-довідник основ, термінів і понять з орг. навч. процесу у вищ. навч. закл. / З. І. Тимошенко, О. І. Тимошенко. — К. : Європ. ун-т, 2007. — 57 с.

3. Європейський Союз : словник-довідник / [ред.-упоряд. М. Марченко]. — 2-ге вид., оновл. — К. : К.І.С., 2006. — 138 с.

Законодавчі та нормативні документи

1. Закон України “Про зайнятість населення” //Закони України. — К., 1999. — Т. 1. — С. 252-268.

2. Закон України “Про колективні договори і угоди” //Закони України. — К., 1996. — Т. 6. — С. 5-11.

3. Закон України “Про порядок вирішення колективних трудових спорів (конфліктів)” //Закони України. — К., 1999. — Т. 15. — С. 332-343.

4. Закон України “Про оплату праці” //Закони України. — К., 1997. — Т. 8. — С. 210-218.

5. Закон України “Про охорону праці” //Закони України. — К., 1996. — Т. 4. — С. 114-133.

6. Класифікатор професій ДК 003-10. — К.: Держстандарт України, 2010.

7. Кодекс законів про працю України. — К.: Парламентське вид-во, 1997.

Каталоги

1. Межгосударственные стандарты : каталог : в 6 т. / [сост. Ковалева И. В., Павлюкова В. А. ; ред. Иванов В. Л.]. — Львов : НТЦ «Леонорм-стандарт», 2006. — (Серия «Нормативная база предприятия»).
Т. 5. — 2007.— 264 с.
2. 3. Університетська книга : осінь, 2003 : [каталог]. — [Суми : Унів. кн., 2003]. — 11 с.
4. Горницкая И. П. Каталог растений для работ по фитодизайну / Горницкая И. П., Ткачук Л. П. — Донецк: Лебедь, 2005. — 228 с.

Дисертації

1. Шапунова О.О. Антикризове управління машинобудівними підприємствами в ринкових умовах: дис. ... кандидата ек., наук : 01.05.09 / Шапунова Олена Олександрівна. — К., 2009. — 187 с.

Автореферати дисертацій

1. Бондаренко Ольга Миколаївна. Вдосконалення ринкового механізму оплати праці: автореф. дис. на здобуття наук, ступеня канд. ек. наук : спец. 08.00.07 «Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика» / Бондаренко Ольга Миколаївна. — К., 2007.—22 с.

Патенти

1. Пат. 2187888 Российская Федерация, МПК Н 04 В 1/38, Н 04 и 13/00. Приемопередающее устройство / Чугаева В. И.; заявитель и патентообладатель Воронеж, науч.-исслед. ин-т связи. — № 2000131736/09 ; заявл. 18.12.00 ; опубл. 20.08.02, Бюл. №23 (II ч.).

Частина книги, періодичного продовжуваного видання

1. Регіональні особливості смертності населення України / Л. А. Чепелевська, Р. О. Моїсеєнко, Г. І. Баторшина [та ін.] // Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України. — 2007. — № 1. — С. 25—29.
2. Валова І. Нові принципи угоди Базель II / І. Валова ; пер. з англ. Н. М. Середи // Банки та банківські системи. — 2007. — Т. 2, № 2. — С. 13—20.
3. Чорний Д. Миське самоврядування: тягарі проблем, принади цивілізації / Д. М. Чорний // По лівий бік Дніпра: проблеми модернізації міст України: (кінець XIX—початок XX ст./Д. М. Чорний. — Х., 2007. — Розд. 3. — С. 137—202.

Електронні ресурси

1. Розподіл населення найбільш численних національностей за статтю та віком, шлюбним станом, мовними ознаками та рівнем освіти [Електронний ресурс] : за даними Всеукр. перепису населення 2001 р. / Держ. ком. статистики України ; ред. О. Г. Осауленко.

Закінчення дод. З

— К. : CD-вид-во «Інфодиск», 2004. — 1 електрон, опт. диск (CD-ROM) : кольор. ; 12 см. — (Всеукр. перепис населення, 2001). — Систем, вимоги: Pentium-266 ; 32 Mb RAM ; Windows 98/2000/NT/XP. — Назва з титул. екрану.

2. Бібліотека і доступність інформації у сучасному світі: електронні ресурси в науці, культурі та освіті : (підсумки 10-ї Міжнар. конф. «Крим-2003») [Електронний ресурс] / Л. Й. Костенко, А. О. Чекмарьов, А. Г. Бровкін, І. А. Павлуша // Бібліотечний вісник — 2003. — № 4. — С. 43. — Режим доступу до журн.: <http://www.nbuv.ua/articles/2003/03klinko.htm>.

Примітки:

1) Список використаних джерел оформлюється згідно з ДСТУ ГОСТ 7.1:2006 «Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання».

2) Список використаних джерел складається з елементів, які поділяються на обов'язкові та факультативні. У списку можуть бути тільки обов'язкові чи обов'язкові та факультативні елементи. Обов'язкові елементи містять бібліографічні відомості, які забезпечують ідентифікацію документа. їх наводять у будь-якому списку.

Проміжки між знаками та елементами списку є обов'язковими і використовуються для розрізнення знаків граматичної і приписаної пунктуації.

Зразок структури відгуку керівника

ВІДГУК

на дипломну роботу студента
факультету економіки та підприємництва Університету «КРОК»

_____, виконану на тему:
(прізвище, ім'я, по батькові студента)
« _____ »

Відгук пишеться в довільній формі на бланку Університету. У відгуку необхідно вказати:

1. Характер виконання дипломної роботи (в ініціативному порядку, за замовленням підприємства, організації, установи тощо).

2. Мету дипломної роботи.

3. Актуальність обраної теми.

4. Відповідність виконаної дипломної роботи затвердженому завданню.

5. Ступінь самостійності випускника при виконанні дипломної роботи.

6. Уміння випускника працювати з літературними джерелами, аналізувати теоретичний та практичний матеріал, приймати обґрунтовані рішення (наукові), застосовувати сучасні комп'ютерні інформаційні технології, проводити математичне моделювання, обробляти та аналізувати результати експерименту.

7. Отримані найбільш важливі теоретичні та практичні результати, їх апробацію на конференціях, семінарах тощо.

8. Знання та дотримання вимог ДСТУ при виконанні та оформленні дипломної роботи .

9. Виявлені недоліки.

10. Мотивовану оцінку дипломної роботи за 100-бальною та національною шкалами і шкалою ECTS щодо рівня виконаної дипломної роботи, відповідності набутих випускником знань, умінь та навичок (компетенцій) вимогам освітньо-кваліфікаційної характеристики фахівця і можливості присвоєння йому кваліфікації фахівця освітньо-кваліфікаційного рівня «Магістр» за спеціальністю 8. 03050701 «Маркетинг»

Науковий керівник:

(науковий ступінь, вчене звання)

(прізвище, ім'я, по-батькові)

(Дата)

(Підпис)

Зразок структури рецензії на дипломну роботу

РЕЦЕНЗІЯ

на дипломну роботу студента
факультету економіки та підприємництва Університету «КРОК»
_____, виконану на тему:

(прізвище, ім'я, по батькові студента)
«_____»

Рецензія пишеться в довільній формі . У рецензії необхідно вказати:

1. Актуальність теми дипломної роботи.
2. Відповідність змісту виконаної дипломної роботи затвердженій темі та завданню.
3. Повноту виконання завдання, правильність та глибину обґрунтування прийнятих рішень.
4. Новизну та якість проведених досліджень.
5. Ступінь використання сучасних досягнень науки, техніки, інформаційних та управлінських технологій.
6. Правильність розрахунків.
7. Наявність та повноту експериментального (або математичного) підтвердження прийнятих рішень.
8. Науково-технічний рівень опрацювання питань розроблених систем, проектів.
9. Реальність дипломної роботи, можливість впровадження її результатів.
10. Якість виконання тексту дипломної роботи та ілюстративного (графічного) матеріалу, відповідність вимогам державних стандартів.
11. Виявлені недоліки.

Узагальнену оцінку дипломної роботи, а також висновок щодо можливості присвоєння випускнику кваліфікації фахівця освітньо-кваліфікаційного рівня «Магістр» за спеціальністю 8. 03050701 «Маркетинг».

Рецензент:

(науковий ступінь, вчене звання)

(прізвище, ім'я, по-батькові)

(Дата)

(Підпис)

(Підпис завіряється печаткою)

Зразок структури подання щодо захисту дипломної роботи

Форма № Н – 9.03 (КРОК)

**Вищий навчальний заклад
«Університет економіки та права «КРОК»**

**ПОДАННЯ
ГОЛОВІ ДЕРЖАВНОЇ ЕКЗАМЕНАЦІЙНОЇ КОМІСІЇ
ЩОДО ЗАХИСТУ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ**

Направляється студент _____ до захисту дипломної роботи
(прізвище та ініціали)
за спеціальністю 8. 03050701 «Маркетинг»
на тему: _____
(назва теми)

Дипломна робота і рецензія додаються.

Декан факультету
економіки та підприємництва

(підпис)

Довідка про успішність

_____ за період навчання на факультеті
(прізвище, ініціали студента)
економіки та підприємств з 20____ року до 201____ року повністю
виконав навчальний план за спеціальністю з таким розподілом оцінок за:
національною шкалою: відмінно ____%, добре ____%, задовільно ____%.
Шкалою ECTS: А ____%; В ____%; С ____%; D ____%; E ____%.

Секретар факультету _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Висновок керівника дипломної роботи

Студент (ка) _____

Керівник роботи _____
(підпис)

« ____ » _____ 20 ____ року

Висновок кафедри про дипломну роботу

Дипломна робота розглянута . Студент (ка) _____
(прізвище та ініціали)

допускається до захисту даної роботи в Державній екзаменаційній комісії .

Завідувач кафедри менеджменту та маркетингу

(підпис)

(прізвище та ініціали)

« ____ » _____ 20 ____ року