

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
до виконання дипломної роботи
для здобувачів вищої освіти спеціальності
075 «Маркетинг» (освітньої програми «Маркетинг»)
освітнього ступеня «Магістр»
(підготовка, написання, захист)

2023

Методичні вказівки до виконання дипломної роботи для здобувачів вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» (освітньої програми «Маркетинг») освітнього ступеня «Магістр» (підготовка, написання, захист). Укл. Лифар В.В., Соколова Ю.О., Павлішина Н.М. Кочнова І.В. Запоріжжя: НУ «Запорізька Політехніка», 2023. 61 с.

Укладачі:

Лифар В.В., д.е.н., проф. зав. каф. «Маркетинг та логістика»

Соколова Ю.О., к.е.н., доц.

Павлішина Н.М., к.е.н., доц.

Кочнова І.В., ст.викл.

Затверджено
на засіданні кафедри
«Маркетинг та логістика»
Протокол № 1 від 30.08.23

Рекомендовано до видання
на засіданні НМК ФЕУ
протокол № 43 від 30.08.23

ЗМІСТ

Вступ.....	4
1 Мета і завдання дипломної роботи.....	6
2 Загальні положення.....	7
3 Організація виконання дипломної роботи.....	10
3.1 Вибір теми і бази дослідження, затвердження теми.....	10
3.2 Розробка завдання на дипломну роботу, складання календарного плану.....	12
3.3 Складання плану роботи.....	13
3.4 Опрацювання джерел, збирання та обробка на ПК фактичного матеріалу.....	19
3.5 Написання та оформлення дипломної роботи.....	22
3.5.1 Загальна частина.....	22
3.5.2 Вимоги до оформлення дипломної роботи.....	27
3.6 Підготовка до захисту дипломної роботи.....	33
4 Захист дипломної роботи.....	36
5 Орієнтовна тематика дипломних робіт.....	41
6 Список рекомендованої літератури.....	47
Додаток А Бланк завдання на дипломну роботу з календарним планом.....	50
Додаток Б Приклад змісту дипломної роботи.....	52
Додаток В Зразок оформлення титульного аркуша дипломної роботи.....	53
Додаток Г Приклад оформлення Реферату.....	54
Додаток Д Приклади оформлення бібліографічного опису у списку джерел	55
Додаток Е Бланк-форма рецензії	59
Додаток Ж Критерії оцінювання дипломної роботи.....	60

ВСТУП

Методичні рекомендації розроблені у відповідності до вимог галузевої компоненти стандартів вищої освіти з підготовки фахівців освітнього ступеня «Магістр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», зокрема спеціальності 075 «Маркетинг» (освітньої програми «Маркетинг»), і призначені для надання допомоги магістрантам у виконанні дипломних робіт згідно до чинних стандартів України і містять основні вимоги, які висуваються до змісту та оформлення дипломної роботи, організації її виконання, порядку захисту та оцінювання.

Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері сучасного маркетингу, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов, і потребує застосування його теоретичних положень і методів. У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування

Атестація здійснюється атестаційною комісією, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань. Атестація здійснюється відкрито і гласно.

Кваліфікаційна робота має бути перевірена на плагіат.

Кваліфікаційна робота (або її реферат) має бути розміщена на офіційному сайті вищого навчального закладу або його підрозділу.

Деталізація вимог до кваліфікаційної роботи регламентується внутрішніми документами й положеннями вищого навчального закладу. Дипломна робота, як оригінальне теоретико-прикладне дослідження, повинна мати певну логіку побудови, послідовність і завершеність.

Нормативною базою написання методичних вказівок стали:

Національний стандарт України ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання».

ДСТУ 3582:2013 Інформація та документація. Бібліографічний опис. Скорочення слів і словосполучень українською мовою. Загальні вимоги та правила;

ДСТУ 7093:2009. Бібліографічний запис. Скорочення слів і словосполук, поданих іноземними європейськими мовами (ГОСТ 7.11-2004, MOD);

ДСТУ 3008:2015. Інформація та документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура та правила оформлення;

ДСТУ ГОСТ 7.80:2007 Бібліографічний запис. Заголовок. Загальні вимоги та приклади складання;

ДСТУ 4331:2004. Правила описування архівних документів.

ДСТУ 7157:2010. Видання електронні. Основні види та вихідні відомості.

Положення про порядок створення та організацію роботи екзаменаційної комісії з атестації здобувачів вищої освіти в Національному університеті «Запорізька політехніка». Запоріжжя : Навчальний відділ, Навчально-методичний відділ НУ «Запорізька політехніка». 2019. 34 с.

Положення про організацію освітнього процесу в Національному університеті «Запорізька політехніка». Запоріжжя: Навчальний відділ, Навчально-методичний відділ НУ «Запорізька політехніка». 2019. 59 с.

Стандарт вищої освіти України: другий (магістерський) рівень, галузь знань 07 - Управління та адміністрування, спеціальність 075 - Маркетинг. Затверджено та введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 961.

Положення про перевірку в Національному університеті «Запорізька політехніка» кваліфікаційних випускних робіт (дипломних робіт/проектів) здобувачів вищої освіти на академічний плагіат.-Запоріжжя: Навчальний відділ, Навчально-методичний відділ, НУ «Запорізька політехніка», 2019. – 12 с.

1 МЕТА І ЗАВДАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Дипломна робота для здобуття кваліфікації за освітнім ступенем «Магістр» – самостійне дослідження, виконане магістрантом на завершальному етапі навчання у ВНЗ. Дипломна робота є кваліфікаційним документом, на підставі якого Екзаменаційна комісія визначає рівень теоретичної підготовки випускника, його готовність до самостійної роботи за фахом і приймає рішення про присвоєння відповідної кваліфікації.

Дипломна робота як кваліфікаційна робота являє собою розробку однієї з актуальних проблем маркетингу та базується на знаннях законодавчої бази, наукової літератури, а також отриманих практичних результатів у межах предмета дослідження.

Як теоретико-прикладне дослідження дипломна робота повинна містити глибоке теоретичне дослідження актуальної організаційно-управлінської чи соціально-економічної проблеми, а також обґрунтовану модель її практичного розв'язання, виконану на основі ретельно проведеного аналізу рівнів господарської діяльності в просторово-галузевому чи функціонально-управлінському розрізі.

Дипломна робота має узагальнюючий характер і містить деякі окремі самостійні висновки та рекомендації. Наукова новизна та практичне значення є основними критеріями якості проведеного дослідження. Дипломна робота виконується відповідно до вимог та напрямів наукових досліджень випускової кафедри та свідчить про вміння магістранта застосовувати здобуті в університеті знання.

Метою дипломної роботи є вирішення та розробка конкретного професійного завдання, що ґрунтується на опануванні теоретичного матеріалу і методів самостійного дослідження, послідовного викладання, практичного застосування теоретичних знань щодо удосконалення управління одним з напрямів маркетингової діяльності підприємств.

Працюючи над дипломною роботою, магістрант повинен засвоїти навички:

- правильної постановки проблеми й обґрунтування її актуальності;
- визначення об'єкту і предмету дослідження;
- формулювання мети і задач дослідження;
- побудови логіко-структурної схеми роботи;

- роботи з літературними джерелами та фактологічним матеріалом;
- аналізу й оцінки різних аспектів господарської діяльності в просторово-галузевому та структурно-функціональному аспекті;
- обґрунтування власних узагальнень, висновків і пропозицій.

Основні завдання дипломної роботи:

- закріпити теоретичні знання і практичні навички, отримані магістрантом за період навчання;
- розвинути уміння і навички проведення самостійної науково-дослідної роботи, опанувати методи і форми її виконання;
- виявити рівень підготовки магістрантів щодо самостійного аналізу і викладення матеріалу, уміння захищати свої погляди перед екзаменаційною комісією і практично реалізовувати їх у певній галузі господарської діяльності та сфері управління;
- отримати науково-обґрунтоване розв'язання поставленої перед магістрантом задачі;
- перевірити і визначити ступінь компетентності випускника за профілем обраної спеціальності.

Дипломна робота, яка не відповідає вимогам щодо змісту та оформлення, написана без дотримання затвердженого плану, не містить матеріалів конкретного дослідження теми на реальному підприємстві, обґрунтованих пропозицій, а також не має відгуку з бази практики, до захисту не допускається.

2 ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Дипломна робота виконується на основі поглибленого вивчення чинного законодавства України з питань маркетингової діяльності організацій, спеціальної вітчизняної та зарубіжної літератури, передового досвіду з проблеми, яка вивчається, а також результатів проведених магістрантом власних досліджень реальної бази практики.

Дипломна робота спрямована на вирішення завдань, що мають практичне значення, має відповідати затвердженому керівником плану, а теоретична частина дипломної роботи має містити наукову новизну, що є однією з головних кваліфікаційних ознак дипломної роботи магістра.

Наукова новизна дослідження являє собою визначений у дипломній роботі новий науковий результат, тобто невідомі раніше

знання, що відповідають вимогам оригінальності, унікальності і неповторності наведених положень. Наукова новизна може бути сформована як у межах сформульованих раніше наукових проблем, так і при формуванні нової проблеми, яка раніше, як самостійна, науковцями не розглядалась. У роботах магістерського рівня наукова новизна формується, як правило, у межах раніше сформованих наукових проблем, що мають високий рівень актуальності на сучасному етапі розвитку економіки України.

Для цього потрібен широкий огляд існуючих теоретичних концепцій і положень відомих науковців, в якому визначається як їх позитивний внесок, так й окремі недоліки. Саме ці недоліки і мають бути основним об'єктом вдосконалення існуючих теоретичних положень, а отже, і об'єктом формування положень наукової новизни власного дослідження.

Формулюючи наукову новизну, необхідно чітко висвітлювати відмінність сформульованих положень від відомих раніше. У дипломних роботах такими новими науковими положеннями можуть бути:

- нові підходи до систематизації (класифікації) об'єктів, проблем чи методів дослідження з чітким визначенням нових класифікаційних ознак;
- нові методичні принципи (підходи) до здійснення відповідного дослідження, що становлять теоретичний базис розроблення практичних рекомендацій;
- інші нові наукові уявлення про економічні процеси і явища, що пов'язані з об'єктом дослідження.

Положення наукової новизни дослідження слід чітко розмежувати із розробленими новими прикладними рекомендаціями, що являють собою практичну значущість дослідження.

Зокрема, не можуть становити наукової новизни:

- визначення актуальності теми дослідження;
- нові методики (методичні рекомендації) побудови окремих процесів;
- нові алгоритми (формули, моделі) розрахунків тих чи інших аналітичних і планових показників тощо.

Основні етапи виконання дипломної роботи:

1. Вибір теми і бази дослідження, затвердження теми.

2. Розробка завдання на дипломну роботу, складання календарного плану виконання.

3. Складання плану роботи.

4. Опрацювання літературних та інших джерел, збирання фактичного матеріалу під час переддипломної практики на об'єкті дослідження.

5. Обробка фактичного матеріалу із застосуванням ПК.

6. Написання попереднього варіанту тексту по розділах згідно календарного графіку, подання цих частин на ознайомлення керівникові.

7. Усунення недоліків, написання остаточного варіанта тексту, оформлення дипломної роботи.

8. Подання роботи на ознайомлення керівництву досліджуваного підприємства, отримання рецензії.

9. Подання роботи на кафедру, перевірка на плагіат.

10. Захист дипломної роботи перед ЕК.

Особливістю підготовки до захисту дипломної роботи по закінченню є зовнішнє **рецензування** роботи.

До виконання дипломної роботи допускаються магістранти, які успішно склали заліково-екзаменаційну сесію, завершили переддипломну практику та захистили звіт за її результатами.

Кожному магістрантові кафедра призначає керівника, який надає методичну допомогу магістранту в його самостійній роботі над дипломною роботою. Керівник проводить індивідуальне консультування магістранта, допомагає йому скласти план дипломної роботи, індивідуальне завдання до переддипломної практики, а також контролює дотримання графіку виконання, рецензує частини роботи і завершений рукопис, готує студента до захисту. Магістрант зобов'язаний звітувати про виконану роботу перед своїм керівником не рідше одного разу на 2 тижні. Керівник регулярно повідомляє про хід виконання дипломної роботи на засіданні кафедри.

Керівниками призначаються провідні викладачі і науковці кафедри, які мають відповідний науковий ступінь.

Магістранту рекомендується мати хоча б одну опубліковану статтю у фаховому виданні або опубліковані тези, на які він посилатиметься у дипломній роботі.

3 ОРГАНІЗАЦІЯ ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

3.1 Вибір теми і бази дослідження, затвердження теми

Тематика дипломної роботи охоплює всі напрямки маркетингової діяльності суб'єктів господарювання різних управлінських рівнів (від макро- до мікрорівня), підприємств і організацій різних форм власності, що розгортають діяльність як у межах національних ринків, так і на закордонних ринках збуту.

Тема дипломної роботи повинна бути актуальною, мати теоретичне і прикладне значення, відповідати сучасному стану і перспективам розвитку економічної науки і господарської практики. Тематика дипломних робіт розробляється кафедрою згідно з вимогами варіативної компоненти освітньо-кваліфікаційної характеристики фахівців з маркетингу, у відповідності до затверджених програм вивчення нормативних та вибіркового дисциплін, відображає актуальну проблематику сучасної діяльності в сфері маркетингу. Тематика щорічно переглядається та оновлюється. Актуальність теми визначається шляхом критичного аналізу та порівняння з відомими підходами до розв'язання цієї проблеми, обґрунтування значення роботи для розвитку певної галузі або підприємства.

Як базу дослідження доцільно вибрати великі та середні підприємства чи організації, на яких уможлиблюється нагромадження необхідної вторинної маркетингової інформації, виявлення певних тенденцій розвитку та побудова моделей активізації господарської діяльності на перспективу на основі дослідження ретроспективи певних явищ чи процесів.

Дипломні роботи мають бути реальними, базуватися на достовірній оперативно-довідковій та статистичній інформації, яку можливо наводити в додатках. Розроблені рекомендації доцільно подати керівництву підприємства – бази дослідження для їх реального використання у виробничо-господарській, фінансовій, інноваційній, інвестиційній і збутовій діяльності.

Широке застосування має знайти практика виконання дипломних робіт на замовлення підприємства. Пропозиції щодо тематики таких робіт та очікуваних результатів повинні бути

оформлені у вигляді листа від керівництва підприємства на ім'я завідувача кафедри.

Магістрантові надається право самостійно обрати тему дипломної роботи згідно з тематикою, що затверджена кафедрою. Крім того, дипломні роботи можуть виконуватися за тематикою, яку замовлятимуть державні установи, підприємства та підприємницькі структури, що уклали із НУ «Запорізька Політехніка» контракти на навчання студентів або мають із ним договори співпраці. Магістрант за погодженням із керівником може запропонувати власну тему дослідження за умов відповідного обґрунтування доцільності її розробки (відповідно до попередньої власної науково-дослідницької роботи, до місця роботи, можливостей отримання потрібної інформації на об'єкті дослідження).

При виборі теми студенту рекомендується користуватися запропонованим у цих методичних рекомендаціях орієнтовним переліком тем за фахом 075 «Маркетинг» (освітньої програми «Маркетинг»). Неприпустимим є вибір двома студентами однакової теми.

Запропонована орієнтовна тематика дипломних робіт (розділ 5) має рекомендаційний характер, може оновлюватись і доповнюватись.

Разом із вибором теми визначається *база дослідження* (досліджуване підприємство). У якості досліджуваного підприємства слід обирати господарюючий суб'єкт будь-якої форми власності, який є юридичною особою і має самостійну звітність. Діяльність вибраного підприємства повинна створювати можливість отримання та забезпечення повноти інформаційної підтримки дослідження обраної теми. Якщо немає пропозицій студента щодо досліджуваного об'єкта, то кафедра призначає підприємство або установу, з якими НУ «Запорізька Політехніка» має відповідні угоди. Бажаним є виконання теми на замовлення керівництва підприємства або установи, що супроводжується відповідним листом на ім'я ректора НУ «Запорізька політехніка».

Після остаточного узгодження з керівником і редагування обрані теми дипломних робіт із зазначенням об'єктів, на яких вони виконуватимуться, розглядаються і обговорюються на засіданні випускової кафедри. Завідувач кафедри підписує заяву, готує проект наказу і подає його ректору.

Список магістрантів-дипломників, перелік їх тем та керівників фіксуються наказом по Університету. Усі подальші зміни (формулювання назви, база дослідження тощо) у разі необхідності аргументуються письмово (заява дипломника), погоджуються з керівником (віза на заяві) і потребують зміни у наказі за письмовим клопотанням кафедри (витяг із протоколу засідання).

3.2 Розробка завдання на дипломну роботу, складання календарного плану

Зміст дипломної роботи визначає завдання, видане керівником роботи, що пов'язане з комплексними темами, затвердженими завідувачем кафедри. В завданні наводять вихідні дані до роботи, окреслюють коло проблемних питань, які слід вивчити і детально розглянути в межах теми дослідження, визначають перелік необхідних графічних матеріалів, які відображають основні отримані автором результати. Бланк Завдання на дипломну роботу подано у **Додатку А**.

Даний етап є дуже важливим у співробітництві магістранта і керівника, оскільки пов'язаний із визначенням проблеми дослідження. Дипломна робота неможлива без чіткого визначення проблеми дослідження, оскільки передбачає, на основі якого саме власного теоретичного багажу, нормативно-правової бази, статистичної та фактологічної бази магістрант зможе вирішити проблему підприємства (організації), і як його рекомендації зможуть вплинути на процес прийняття рішень на підприємстві (організації).

Під визначенням проблеми розуміється питання, що обумовлює саму проблему чи ситуацію. Це те головне питання, на яке магістрант повинен відшукати відповідь у ході роботи. Саме тому розділ «**ВИСНОВКИ**» повинен складатися з відповідей на визначення проблеми дослідження, яке сформульоване в розділі «**ВСТУП**». У визначенні проблеми повинні бути обов'язково вказані: мета дослідження, об'єкт дослідження, предмет дослідження, завдання, що ставить магістрант для досягнення поставленої мети, інформаційна база та методи дослідження.

Заповнений бланк завдання до дипломної роботи, підписаний керівником і магістрантом, затверджений завідувачем кафедри, при оформленні дипломної роботи слід розмістити після титульної сторінки.

Завдання на дипломну роботу обов'язковим елементом містить складання календарного плану виконання роботи, який ухвалюється як магістрантом, так і керівником, і є основою для організації та контролю поточного та кінцевого етапів виконання роботи.

У відповідності до календарних етапів магістрант має подавати роботу частинами на перегляд, а у встановлений графіком кінцевий термін подати завершену дипломну роботу на оцінення керівникові.

На період виконання дипломних робіт на кафедрі складається календарний план виконання, згідно з яким забезпечується систематична співпраця магістранта і керівника, проводяться консультації. Систематичні консультації допомагають дипломнику у виборі методів дослідження, контролі дотримання вимог до змісту і оформлення дипломної роботи, своєчасному усуненні відхилень. Оперативне і уважне виконання рекомендацій керівника сприяє своєчасному поданню дипломної роботи на кафедру, є запорукою успішного захисту.

Порушення магістрантом календарного плану виконання фіксується керівником, який інформує завідувача кафедри.

3.3 Складання плану роботи

Відповідно до затвердженої теми магістрант самостійно або за рекомендацією керівника добирає літературні джерела (книги, статті та ін.) й відповідні нормативні документи і складає проект плану, який обговорює з керівником. Дипломна робота повинна мати обсяг 5,5-6,5 умовних друкованих аркушів, або **100-120** сторінок комп'ютерного тексту формату А4 (з урахуванням додатків).

План дипломної роботи має бути складним і містити: вступну частину; три розділи, кожен з яких має містити не менш як два підрозділи; висновки; список використаних джерел; додатки.

Зміст кожного розділу залежить від теми дипломної роботи та завдань, які формує керівник разом з магістрантом.

У вступній частині дипломної роботи необхідно обґрунтувати актуальність теми, стисло охарактеризувати сучасний стан проблеми, що розглядається, її значення для економіки в цілому, провести аналіз останніх досліджень і публікацій по темі, наголосити на необхідності подальших досліджень у цьому напрямку. При цьому називають вчених, які внесли значний вклад у розробку досліджуваних проблем.

Потім визначають мету, об'єкт та предмет дослідження, завдання, методи дослідження. Завдання, які ставляться в дипломній роботі, повинні розкривати зміст її підрозділів. На їх основі формується структура дипломної роботи. Кількість завдань повинна співпадати з кількістю підрозділів, зазначених у плані роботи.

Для визначення завдань роботи ставляться запитання, на які студенту необхідно дати відповідь для реалізації мети дослідження та розкриття змісту розділів і підрозділів роботи. Це зазвичай робиться у формі перерахування (проаналізувати..., розробити..., узагальнити..., виявити..., довести..., впровадити..., показати..., розробити..., знайти..., визначити..., описати..., встановити..., з'ясувати..., дати рекомендації..., встановити взаємозв'язок..., зробити прогноз... тощо). Формулювання завдань необхідно робити якомога більш ретельно, оскільки опис їхнього рішення має відобразити зміст складових частин роботи. Це важливо також і тому, що заголовки розділів і підрозділів досить часто формуються на основі завдань роботи. У подальшому, при написанні висновків доцільно їх будувати з точки зору досягнення мети і виконання поставлених завдань.

Об'єкт дослідження – це процес або явище на досліджуваному підприємстві (ринку, галузі), що породжує проблемну ситуацію і обране для вивчення.

Предмет дослідження – вузька частина об'єкта дослідження, проблема (коло питань), що досліджується в роботі на прикладі бази дослідження.

Методи дослідження. У Рефераті та Вступі слід подати перелік використаних методів дослідження. Для розкриття теми дослідження широко використовують загально-наукові методи: метод індукції і дедукції, аналіз і синтез, аналогію і моделювання, абстрагування і конкретизацію, системний аналіз. Поряд із загальнонауковими методами можна використовувати емпіричні методи дослідження: спостереження, опитування, порівняння, вимірювання, експеримент і впровадження результатів дослідження у практичну діяльність.

Перерахувати їх треба коротко та змістовно, визначаючи, що саме досліджувалось тим чи іншим методом.

Текст вступу рекомендується корегувати в останню чергу, коли робота практично готова, оскільки саме тоді легше обґрунтувати подану в роботі наукову новизну.

Обсяг «ВСТУПу» не повинен перевищувати 2 сторінок.

Перший розділ – теоретичний має складатися з 3-х або 4-х підрозділів. Теоретичне обґрунтування має визначати роль і місце досліджуваних явищ та процесів у діяльності підприємства. Розглядаються загальні теоретичні підходи до теми з використанням літературних та інших джерел із досліджуваної проблематики, можливе порівняння різних точок зору, використання опублікованих статистичних даних із посиланням на джерела.

Дається теоретичне обґрунтування, розкриваються суть, значення, класифікаційні характеристики, історія та сучасні тенденції предмету дослідження.

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

В теоретичній частині необхідно повно і систематизовано обґрунтувати теоретичну базу проблеми, основні логістичні концепції та загальні підходи до вирішення поставленої проблеми, яка розробляється у дипломній роботі. Теоретичні положення повинні давати змогу правильно вибрати шляхи і засоби досягнення поставленої мети, оцінити ефективність запропонованих заходів.

Предметом дослідження в теоретичній частині повинні бути нові ідеї і проблеми, можливі підходи до їх рішення, класифікаційні характеристики, виявлені тенденції розвитку економічних явищ, методологічні підходи. Слід використовувати лише той матеріал, що безпосередньо стосується теми дипломної роботи.

Розробляючи теоретичну частину, магістрант повинен опрацювати нормативно-законодавчу документацію, довідково-оперативну та статистичну інформацію, монографії, періодику, іншу інформацію з цієї проблематики. В теоретичній частині необхідно охопити такі аспекти:

- загальну характеристику об'єкта дослідження;
- вибір та обґрунтування системи показників і методики їх розрахунку, показати конкретні алгоритми визначення основних показників, які використовують в аналітичному та проектному розділах;
- класифікацію та методику кількісної оцінки чинників, що впливають на формування досліджуваних показників;
- вибір методів прогнозування основних показників відповідно до вибраної теми;

- вітчизняний та зарубіжний досвід у вирішенні аналогічних проблем маркетингу;

- загальну модель розроблення маркетингових рішень, які повинні бути детальніше проаналізовані в наступних розділах роботи.

Наприкінці кожного підрозділу магістрант повинен підсумувати викладений матеріал у вигляді підсумкового абзацу, починаючи зі слів «Отже, ...», «Таким чином, ...». Приблизний обсяг першого розділу – **30-35** сторінок друкованого тексту.

Другий розділ – аналітичний має складатися з 3-х підрозділів, забезпечуючи логічну послідовність дослідження, має стати перехідним до наступного третього розділу. Основним умінням магістранта має стати поєднання набутих теоретичних знань і вміння використовувати обрані методи і певний методичний інструментарій.

У розділі надається аналіз, характеристика діяльності підприємства щодо обраного об'єкту і предмету дослідження, аналіз із використанням накопиченого фактичного матеріалу та із залученням усіх теоретичних знань, певного методичного інструментарію.

Усі аналітичні розрахунки, таблиці, графіки, діаграми мають супроводжуватися тлумаченням та висновками (коментарями), які дозволяють визначити сутність маркетингових процесів, що спостерігаються на підприємстві, їх особливості, тенденції, визначити можливості використання незадіяних резервів.

Бажано текст доповнювати копіями реальних документів (що наводяться в додатках), які обов'язково слід супроводжувати стислим коментарем.

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

Задачі, структура і зміст аналітичної частини залежать від специфіки теми дипломної роботи і особливостей досліджуваного підприємства. В аналітичній частині необхідно проаналізувати широке коло питань і показників, пов'язаних з процесами маркетингової діяльності на підприємстві, оцінкою ефективності побудови організаційної структури служб маркетингу, системи планування маркетингової діяльності, формування комплексу маркетингу, товарної, цінової та комунікаційної політики, системи розподілу, постачання тощо.

При написанні другого розділу дипломної роботи магістрант повинен провести дослідження маркетингової діяльності підприємства чи його структурних підрозділів, використовуючи методологію наукових досліджень, інструментарій прикладних досліджень у маркетингу, методи маркетингового менеджменту, стратегічного маркетингу, інструментарій прикладних досліджень у сфері маркетингу, економіко-статистичні методи (при обробці даних), методи прогнозування та ін.

Кожний підрозділ також завершується підсумковим абзацем. Приблизний обсяг другого розділу – **45-50** сторінок друкованого тексту.

Третій розділ – рекомендаційний, має складатися з 2-х або 3-х підрозділів. Його завданням є розробка конкретних рекомендацій з удосконалення маркетингової діяльності підприємства. Рекомендації повинні базуватися на основних теоретичних положеннях, методичному інструментарії, що викладені у першому розділі, а також результатів, отриманих у другому (аналітичному) розділі роботи.

Назву розділу доцільно формулювати, використовуючи фрази «Удосконалення...(предмет дослідження) на... (об'єкт дослідження)» або «Шляхи удосконалення... (предмет дослідження) на...(об'єкт дослідження)».

Ця частина дипломної роботи є найвагомішою і повинна містити конкретні науково-практичні рішення з досліджуваної тематики, які ґрунтуються на критичній оцінці опрацьованих магістрантом вітчизняних та зарубіжних теоретичних положень, а також результатах аналітичних досліджень та виявлених можливостей досліджуваного підприємства щодо удосконалення його маркетингової діяльності.

Науково-практичні розробки можуть стосуватися одного або різних напрямів маркетингової діяльності підприємства, мати стратегічний або тактичний характер.

Обсяг третього розділу не повинен перевищувати **35 сторінок**, а кожний підрозділ повинен завершуватися підсумковим абзацем.

Викладаючи матеріали основної частини дипломної роботи, магістрант повинен враховувати такі умови:

- кількість сторінок в окремих підрозділах повинна бути не менше 7-8 сторінок, рівномірно розподілятися між підрозділами в

межах розділу, відповідати вимогам достатнього інформаційного наповнення, обґрунтованості рішень і висновків;

- кожний підрозділ має бути логічно завершеним;
- висвітлення окремих положень і пропозицій повинно бути конкретним, без зайвих пояснень і описань загальновідомих речей;
- громіздкі розрахунки проектних пропозицій, додаткові аналітичні дослідження стану об'єктів, математичні розрахунки тощо доцільно винести в додатки.

ВИСНОВКИ дипломної роботи є стислим викладенням підсумків проведеного дослідження і повинні мати високий рівень обґрунтування. Саме тут коротко наводяться найбільш важливі теоретичні положення, які містять формулювання розв'язаної проблеми, оцінка результатів з точки зору відповідності меті дипломної роботи та поставленими у вступі завданнями, пропозиції щодо удосконалення досліджуваного напрямку діяльності підприємства. Висновки повинні бути конкретними, містити перелік аргументованих рекомендацій щодо вдосконалення діяльності досліджуваного підприємства і пропозиції щодо ефективного використання результатів дослідження.

Ознайомлення з текстом висновків повинно сформувати уявлення про ступінь реалізації автором дипломної роботи поставленої мети і завдань.

Обсяг висновків не повинен перевищувати 3 сторінок.

Типовий план дипломної роботи наведено у **Додатку Б**.

3.4 Опрацювання джерел, збирання та обробка на ПК фактичного матеріалу

Магістрант повинен ґрунтовно ознайомитися з нормативно-правовою базою – від Конституції та Законів України до внутрішньої нормативної бази підприємства (Статутів, засновницьких документів, фінансової звітності, Кодексу етики та інших локальних корпоративних документів), а також літературними та електронними (бібліографічними) джерелами, які є теоретичною основою обраної теми дослідження. Бібліографічні джерела економічної інформації поділяють на такі види:

- праці відомих представників економічної думки;
- статистичні матеріали;
- науково-дослідна література;

- навчальна література;
- науково-популярна література;
- практичні посібники;
- довідкова література.

На підставі аналізу законодавчих норм, інтерактивних джерел та бібліографічних джерел дослідник узагальнює існуючі підходи до розв'язання проблеми й обґрунтовує методичний фундамент досліджень.

Список літератури повинен містити декілька десятків публікацій вітчизняних та іноземних авторів з досліджуваної проблематики, посилання на які подаються в тексті у прямих дужках з вказанням конкретних сторінок.

Список складають у такій послідовності. Спочатку наводять законодавчі і нормативні акти, далі в алфавітній послідовності інші джерела. Назву публікації подають мовою оригіналу. Приклади оформлення списку використаних джерел наведено в **Додатку Д**.

Уже на цьому етапі дослідження слід прийняти до уваги, що в методології наукових досліджень виділяють два рівня пізнання:

- теоретичний – висунення і розвиток наукових гіпотез і теорій, формулювання законів та виведення з них логічних наслідків, зіставлення різних гіпотез і теорій;

- емпіричний – спостереження і дослідження конкретних явищ, експеримент, а також групування, класифікація та опис результатів дослідження або експерименту, впровадження їх у практичну діяльність.

Виписки, цитати, цифрові показники повинні мати посилання: автор, назва твору, видавництво, рік і місце видання, сторінки.

Посилання на літературне джерело повинно містити повне бібліографічне описання, необхідне для складання списку використаної літератури за темою дослідження. У протилежному випадку виникає потреба повторного звернення до джерела.

Пряме переписування у роботі матеріалів із літературних джерел є неприпустимим. Для підтвердження власних аргументів посиланням на авторитетне джерело або для критичного аналізу того чи іншого друкованого твору треба наводити цитати. Науковий етикет вимагає точно відтворювати цитований зміст, бо найменше скорочення наведеного витягу може спотворити зміст, закладений автором.

Загальні вимоги до цитування такі:

- текст цитати треба починати і закінчувати лапками і наводити в тій граматичній формі, в якій він поданий у джерелі, зберігаючи авторське написання;

- 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. Їх ставлять у будь-якому місці цитати (на початку, всередині, на кінці);

- кожна цитата обов'язково супроводжується посиланням на джерело.

Посилання в тексті роботи на джерела інформації слід зазначити порядковим номером посилань та номерами сторінки, виділеним двома квадратними дужками, наприклад: «... із приведеного Ф. Котлером визначення маркетингу [9, с.52-53]....». Коли у роботі подається посилання на декілька джерел, то вони розділяються між собою крапкою з комою, але теж в квадратних дужках, наприклад, «В економічній літературі приводяться різноманітні методичні підходи оцінювання маркетингової діяльності підприємства [10, с.33; 18, с. 123-124]....». Круглі () чи косі // дужки неприпустимі.

Збір фактичного (фактологічного, статистичного) матеріалу здійснюється під час проходження переддипломної практики або з урахуванням місця роботи магістранта на підставі індивідуального графіку навчання. За допомогою обраного інструментарію дослідження проводиться діагностика об'єкта дослідження, визначаються наявні труднощі і причини їхнього виникнення. Це, у свою чергу, є основою для розробки й обґрунтування альтернативних пропозицій щодо визначення найбільш доцільного шляху розв'язання визначених проблем та поставлених задач.

Ретельно підготовлений звіт за результатами проходження переддипломної практики може істотно спростити проблему збору та обробки фактичного матеріалу дослідження, а також стати основою написання аналітичного та рекомендаційного розділів дипломної роботи.

Джерелом інформації є планові і фактичні показники господарської діяльності, статистична та бухгалтерська звітність, дані підрозділів маркетингу, накази, розпорядження, результати спостережень, опитувань і обстежень та інших методів збирання

первинної інформації, які використовує магістрант під час переддипломної практики.

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

У дипломній роботі магістранту доцільно використати програмне забезпечення, пакети прикладних програм для аналізу баз даних, моделювання чи прогнозування економічних процесів. Галузевий стандарт вищої освіти України стосовно засобів діагностики якості вищої школи вказує на те, що комп'ютерна підтримка в дипломній роботі є обов'язковою. Разом з тим визначається, що для дипломної роботи достатньо використання стандартної програми для аналізу рядів динаміки, основних статистичних (економічних та фінансових) показників під час стислої характеристики об'єкта дослідження, програми-редактора для друку і оформлення тексту та ілюстрацій, стандартної програми для спрощення трудомістких розрахунків у аналітичному та рекомендаційному розділах.

При цьому у самій роботі під час використання комп'ютерних програм бажано зазначити:

- поставлену задачу;
- програму, за якою вона буде вирішуватися;
- базу даних (бажано у додатку навести реальні документи, які є джерелами первинної інформації – баланс, інші форми звітності);
- формули розрахунку;
- результат (у формі підсумкової таблиці, діаграм, графіків);
- коментар до результату.

3.5 Написання та оформлення дипломної роботи

3.5.1 Загальна частина

Дипломна робота має виконуватися магістрантом у повній відповідності до затверджених календарного плану та завдання. У випадках відставання від графіка магістрант зобов'язаний надати пояснення своєму керівнику або завідувачу кафедри. Мінімальний термін написання дипломної роботи – 6 тижнів.

Слід прийняти до відома, що процес написання роботи має бути водночас мобільним та виваженим по суті. Вказаний етап роботи

охоплює декілька підетапів: написання першого варіанту тексту, подання його на ознайомлення керівникові; усунення недоліків, написання остаточного варіанта тексту, оформлення дипломної роботи; подання роботи на ознайомлення керівництву об'єкта дослідження, отримання відгуку.

З досвіду роботи випускової кафедри «Маркетинг та логістика» Національного університету «Запорізька політехніка» встановлено, що ефективним засобом організації виконання робіт стало заслуховування на кафедрі магістранта за результатами поточного написання дипломної роботи по розділам (передзахист), що дисциплінує магістранта, дозволяє вчасно виявити проблеми, зробити зауваження у процесі написання дипломної роботи.

Важливим етапом написання дипломної роботи є її оформлення. Від того, наскільки відповідально віднесеться автор до оформлення своєї роботи, багато в чому буде залежати її якість і підсумкова оцінка. Дипломна робота повинна бути виконана з дотриманням усіх вимог, що ставляться до наукових праць, які підлягають опублікуванню.

Особливу увагу слід звернути на стиль роботи – науково-професійний, який конкретизується вмінням магістранта точно і обґрунтовано висловлювати свої думки, вміння розкривати на конкретних прикладах єдність теорії та практики, наявність в роботі понятійного апарату, висновку з кожного питання.

Вимоги до мови роботи різко відрізняються від вимог до мови художньої та публіцистичної літератури. Фрази повинні бути короткими, перехід від однієї фрази до іншої логічно природним «непомітним». Підрядних речень повинно бути мало. Слід менше вживати займенники, що заставляють думати, – до чого вони відносяться, що вони «замінили». Кожне поняття повинно подаватися одним словом (слово в науковій мові завжди термін). Не можна по тексту роботи вживати займенники «я», «ми», а доносити інформацію тільки в опосередкованій формі (наприклад, «в процесі дослідження визначено, що ...»).

Дипломна робота має бути написана **державною мовою**.

Вимоги до оформлення основного тексту. Робота має бути надрукована на одному боці сторінок стандартного білого паперу формату А4 (210х297 мм). У друкованому варіанті текст розташовується до тридцяти рядків на сторінці з мінімальною

висотою шрифту в 1,8 мм (комп'ютерний набір – 14-й кегль, 1,5 інтервалу, шрифт – Times New Roman. Текст дипломної роботи розміщується на аркуші з дотриманням таких розмірів полів: з лівого боку – 30 мм, з правого – 10 мм, зверху – 20 мм, знизу – 20 мм. Шрифт друку повинен бути чітким, щільність тексту – однаковою.

Вписувати у друкований текст диплома окремі іншомовні слова, формули, умовні позначення допускається, як виняток чорнилом, тушшю, пастою лише чорного кольору та шрифтом для креслення. При цьому щільність вписаного тексту має бути наближеною до щільності основного тексту. Роздруковані на ПК програмні документи мають відповідати формату А4, включатися до загальної нумерації сторінок диплома і розміщуватися, як правило, у додатках.

Матеріал дипломної роботи слід подати у такій послідовності:

- титульна сторінка;
- бланк завдання;
- реферат;
- зміст;
- перелік умовних позначень – символів, одиниць, скорочень і термінів (у разі потреби);
- вступ;
- перший (теоретичний) розділ;
- другий (аналітичний) розділ;
- третій (рекомендаційний, проектний) розділ;
- висновки;
- список використаних джерел;
- додатки.

Завершену і оформлену належним чином роботу обов'язково підписує автор на титульній сторінці.

Кожну структурну частину дипломної роботи слід починати з нової сторінки.

Титульна сторінка дипломної роботи виконується за встановленою в НУ «Запорізька політехніка» формою, наведеною в **Додатку В**.

Завдання на дипломну роботу розміщується відразу ж після титульної сторінки і є документом, що визначає обсяги і порядок виконання роботи. Бланк завдання надано у **Додатку А**. На бланку завдання заповнюється календарний план виконання роботи, що складається керівником роботи зі магістрантом. Завдання і

календарний план затверджує завідувач кафедри, підписує магістрант і керівник.

Реферат призначений для ознайомлення з дипломною роботою. Він повинний бути стислим, інформативним і містити дані, що дозволяють розкрити сутність дипломної роботи. Реферат повинен містити:

- дані про обсяг роботи, кількість ілюстрацій, таблиць, додатків, кількість джерел у списку використаних джерел;

- текст реферату;

- перелік ключових слів.

Текст реферату повинен відображати інформацію, подану у роботі, у певній послідовності:

- об'єкт дослідження;

- предмет дослідження;

- мета роботи;

- методи дослідження;

- результати та їх новизна;

- основні положення роботи.

Ключові слова, істотні для розкриття суті роботи, формують на основі тексту роботи і поміщають наприкінці реферату. Перелік ключових слів включає 5-7 слів (словосполучень), надрукованих прописними буквами в називному відмінку в рядок через коми. Реферат необхідно виконувати обсягом не більш 500 слів і розміщати на одній сторінці формату А4 (див. Додаток Г).

Зміст містить найменування та номери початкових сторінок усіх розділів та підрозділів роботи. Зміст має включати усі заголовки, які є в роботі, починаючи зі вступу і закінчуючи додатками:

- перелік умовних позначень – символів, одиниць скорочень і термінів (за потребою);

- завдання на дипломну роботу;

- реферат;

- вступ;

- найменування всіх розділів, підрозділів;

- висновки;

- список використаних джерел;

- додатки окремим пунктом;

- найменування додатків (наприклад, Додаток А. Найменування);

- номери сторінок, з яких починаються структурні частини роботи.

Усі прийняті у дипломній роботі малопоширені умовні позначення, символи, одиниці, скорочення і терміни пояснюють у переліку, який вміщують безпосередньо після змісту, починаючи з нової сторінки. Незалежно від цього за першої появи цих елементів у тексті дипломної роботи наводять їх розшифровку.

Приклад написання змісту наведено у **Додатку Б**.

Текст основної частини роботи поділяється на розділи і підрозділи згідно з планом, затвердженим у завданні на виконання роботи.

Заголовки структурних частин дипломної роботи «ЗМІСТ», «ВСТУП», «РОЗДІЛ», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ», «ДОДАТКИ» друкуються великими літерами **напівжирним шрифтом** симетрично до тексту по центру сторінки. Заголовки підрозділів друкуються маленькими літерами (крім першої великої) **напівжирним шрифтом** з абзацного відступу. Крапка в кінці заголовка та після останньої цифри, яка позначає нумерацію розділу або підрозділу не ставиться.

Список використаних джерел, на які посилаються в роботі, наводиться наприкінці роботи, починаючи з нової сторінки. У відповідних місцях тексту повинні бути дані посилання у квадратних дужках. Порядкові номери описів у списку є посиланнями в тексті (номерні посилання).

Список джерел вимагає розміщення всіх використаних джерел в алфавітному порядку, за винятком законів України, наказів і постанов уряду, міністерств, які розміщуються на початку списку.

Приклади бібліографічного опису наведено у **Додатку Д**.

Додатки до дипломної роботи мають містити інформаційні матеріали, що становлять базу аналітичних досліджень згідно з обраною темою. Крім того, у додатки доцільно включати допоміжний матеріал, потрібний для повноти сприйняття дипломної роботи:

- реальні документи підприємства;
- проміжні математичні доведення, формули, розрахунки;
- таблиці допоміжних цифрових даних;
- інструкції, методики, опис алгоритмів і програм вирішення задач на ПК, що розроблені в процесі виконання дипломної роботи;
- ілюстрації допоміжного характеру.

Додатки оформлюються як продовження дипломної роботи і розміщуються у порядку появи посилань у тексті дипломної роботи. Кожний додаток друкується з нової сторінки.

Додаток повинен мати заголовок, написаний або надрукований малими літерами з першої великої літери симетрично до тексту сторінки. Посередині рядка над заголовком великими літерами напівжирним друкується слово «**Додаток**» і поряд велика літера, що позначає додаток. Додатки слід позначати послідовно великими літерами української абетки, за винятком літер І, Є, І, Ї, Й, О, Ч, Ь. Наприклад, **Додаток А**.

Ілюстрації, таблиці і формули, розміщені в додатках, нумерують у межах кожного додатка, наприклад: «рис. Д.1» – перший рисунок **Додатка Д**; «формула (А.1)» – перша формула **Додатка А**.

Допускається оформляти додатки на аркушах формату А3, А4х3, А4х4, А2 і А1 за ДСТУ 2.301-68. Додатки повинні мати загальну з іншими частинами роботи наскрізну нумерацію сторінок. Усі додатки повинні бути перераховані у змісті роботи з указівкою їхніх номерів і заголовків.

Додаються до дипломної роботи окремо:

- протокол результатів перевірки дипломної роботи на плагіат;
- рецензія (**Додаток Е**);

3.5.2 Вимоги до оформлення дипломної роботи

У роботі повинні бути чіткі, не розпливчасті лінії, букви, цифри й інші знаки. Помилки, описки і графічні неточності допускається виправляти підчищенням зафарбуванням білою фарбою і нанесенням на тому ж місці чи між рядків виправленого зображення машинописним способом чи від руки.

Абзацний відступ повинен бути однаковим впродовж усього тексту дипломної роботи і дорівнювати 1,25 мм.

Кожен розділ текстового документа варто починати з нової сторінки. Переноси слів у заголовку не допускаються.

Прізвища, назви установ, організацій, фірм та інші власні назви у дипломній роботі наводять мовою оригіналу, допускається транслітерувати власні назви і назви організацій у перекладі на мову дипломної роботи, додаючи при першій згадці оригінальну назву.

Розділи і підрозділи повинні мати заголовки. Заголовки структурних елементів в дипломній роботі і заголовки розділів слід

розташовувати посередині рядка, друкувати великими літерами, **напівжирним шрифтом** без крапок в кінці, не підкреслюючи.

Заголовки підрозділів в дипломній роботі слід починати з абзацного відступу, друкувати **напівжирним шрифтом**, маленькими літерами, крім першої великої, не підкреслюючи, без крапки в кінці. Якщо заголовок складається з двох і більше речень, їх розділяють крапкою.

Перенесення слів у заголовку розділу не допускається. Відстань між заголовком розділу та заголовком підрозділу, між заголовком підрозділу та основним текстом має дорівнювати один рядок 1,5 інтервалу. Не допускається розміщувати назву розділу, підрозділу в нижній частині сторінки, якщо після неї розміщено тільки один рядок тексту.

Нумерація сторінок. Першою сторінкою дипломної роботи є титульний лист, який включається в загальну нумерацію сторінок, але номер сторінки на ньому не ставиться. Завдання на дипломну роботу включають до загальної нумерації сторінок. При двохсторонньому типографському бланку завдання враховують як дві сторінки. Номери сторінок на бланках «ЗАВДАННЯ НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ», «РЕФЕРАТ», «ЗМІСТ», не проставляють, хоча їх і включають у загальну кількість сторінок роботи. Нумерація сторінок проставляється, починаючи зі «ВСТУПу». Сторінки дипломної роботи слід нумерувати арабськими цифрами без знака №, додержуючись наскрізної нумерації впродовж усього тексту. Номер сторінки проставляють у правому верхньому куті сторінки без крапки в кінці.

Ілюстрації й таблиці, розміщені на окремих сторінках, включають до загальної нумерації сторінок дипломної роботи.

Розділи та підрозділи дипломної роботи слід нумерувати арабськими цифрами. Розділи дипломної роботи повинні мати порядкову нумерацію в межах викладання суті дипломної роботи і позначатися арабськими цифрами без крапки. Підрозділи нумерують у межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, відокремленого крапкою. Після номера підрозділу крапку не ставлять. Наприклад, «2.3» (третій підрозділ другого розділу).

Ілюстрації. Зміст ілюстрацій має доповнювати текст роботи, поглиблювати розкриття суті явища, наочно ілюструвати думки автора, і тому в тексті на кожну з них повинно бути посилання з

коментарем. Кількість ілюстрацій повинна бути достатньою для пояснення тексту, що викладається.

Ілюстрації (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 диплома, їх включають до загальної нумерації сторінок. Ілюстративні або табличні матеріали, розміри яких є більші за формат А4, враховують як одну сторінку і розміщують у відповідних місцях після згадування в тексті або в додатках. На всі ілюстрації мають бути посилання в тексті.

Ілюстрації позначають словом «Рис.» і нумерують послідовно в межах розділу, за винятком ілюстрацій у додатках. Номер ілюстрації має складатися з номера розділу і порядкового номера ілюстрації, між якими ставиться крапка: наприклад, «Рис. 2.1. Ринкова частка виробників молочної продукції в Україні, 2018 р., %» (перший рисунок другого розділу). Номер ілюстрації, її назва і пояснювальні підписи розміщуються безпосередньо під ілюстрацією (приклад наведено на рис. 3.1).

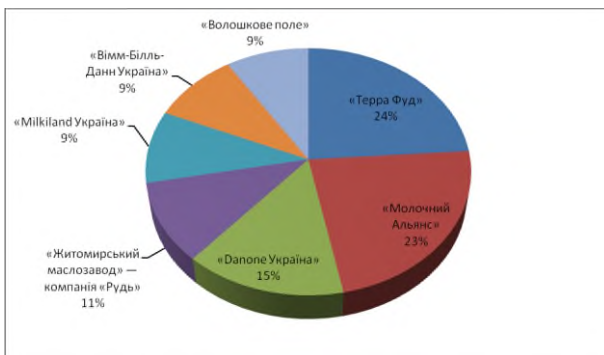


Рис. 2.1 Ринкова частка виробників молочної продукції в Україні, 2018 р., % [27]

Рисунок 3.1 – Зразок оформлення рисунку

Назву друкують **напівжирним шрифтом** малими літерами (крім першої великої) і розміщують під рисунком. Відстань між

текстом та рисунком, а також між назвою рисунку і текстом має дорівнювати один рядок 1,5 інтервалу.

При необхідності під ілюстрацією розміщують пояснюючі дані (текст під рисунком) шрифтом не менш 10 пунктів.

Якщо ілюстрації, що розміщено в роботі, створені не автором, необхідно, подаючи їх у роботі, вказати використане джерело.

При посиланнях на ілюстрації варто писати «...відповідно до рисунка 2.1» або у дужках (рис.2.1).

Таблиці, формули, посилання. Цифровий матеріал, як правило, має оформлятися у вигляді таблиць. Таблиці застосовують для кращої наочності і зручності порівняння показників. Кожна таблиця повинна мати стислу назву, яка відбиватиме її зміст. Таблицю слід розташовувати безпосередньо після тексту, у якому вона згадується вперше, або на наступній сторінці. На всі таблиці мають бути посилання у тексті. При цьому слово «таблиця» пишуть у тексті повністю, наприклад «... у таблиці 2.3» або скорочено у дужках (табл. 2.3). В таблиці допускається зміна розміру шрифту. У повторних посиланнях на таблиці та ілюстрації скорочено пишуть слово «дивись», наприклад, «див. табл. 2.3».

Слово «Таблиця» починають з великої літери і розміщують у правому кутку рядка. Назву таблиці друкують з нового рядка **напівжирним шрифтом** малими літерами (крім першої великої) і розміщують над таблицею по центру. Відстань між текстом та таблицею, а також між таблицею і текстом має дорівнювати один рядок 1,5 інтервалу.

Таблиці нумерують послідовно арабськими цифрами у межах розділу (за винятком тих, що розміщені у додатках). Номер таблиці складається з номера розділу і порядкового номера таблиці, між якими ставиться крапка: Наприклад, «Таблиця 2.3» (третя таблиця другого розділу).

Якщо рядки чи графі таблиці виходять за формат сторінки, таблицю поділяють на частини, розміщуючи одну частину під іншою чи поруч або переносючи частину таблиці на наступну сторінку. Приклад побудови типової структури таблиці із змістовним наповненням наведено на рис. 3.2.

Таблиця 2.3

Динаміка витрат на збут у 2016-2018 рр., тис. грн

Види витрат	Роки			
	2015	2016	2017	2018
1	2	3	4	5
Прямі	20,0	22,0	29,0	36,0
Опосередковані	10,0	12,0	15,7	22,9

Рисунок 3.2 – Приклад оформлення таблиці

У разі перенесення таблиці на іншу сторінку над подальшими частинами пишеться: наприклад, «Продовження табл. 2.3». Замість повного перенесення назви структурних елементів голівки таблиці у такому разі записується строчка із зазначенням порядкових номерів усіх граф таблиці. Приклад оформлення розриву таблиці наведено на рис. 3.3.

Продовження табл.2.3

1	2	3	4	5
Разом				

Рисунок 3.3 – Приклад оформлення розриву таблиці

У таблицях слід обов'язково зазначати одиницю виміру. Якщо всі одиниці виміру є однакові для всіх показників таблиці, вони наводяться у заголовку. Одиниці виміру мають наводитися у відповідності до стандартів. Числові величини у таблиці повинні мати однакову кількість десяткових знаків. Таблицю розміщують після першого згадування про неї в тексті таким чином, щоб її можна було читати без обертання тексту або з обертанням за годинниковою стрілкою.

Формули в дипломній роботі нумеруються в межах розділу. Номер формули складається з номера розділу і порядкового номера формули в розділі, між якими ставлять крапку. Нумери формул

пишуть біля правого берега сторінки на рівні відповідної формули в круглих дужках, наприклад: «(2.1)» (перша формула другого розділу).

$$I = n \cdot \frac{Q_o}{S}, \quad (2.1)$$

де I – інтервал між замовленнями, днів;
 n – кількість робочих днів у році;
 S – річна потреба у товарі, що його замовляють, один.;
 Q_o – оптимальний розмір замовлення, один.

Рисунок 3.4 – Приклад оформлення формули

Пояснення значень символів, числових коефіцієнтів у формулах треба подавати безпосередньо під формулою в тій послідовності, в якій вони дані в формулі, і кожне – з нового рядка. Перший рядок пояснення починають зі слова «де» без двокрапки. Формули можуть бути виконані комп'ютерним шрифтом висотою не менш 2,5 мм. Застосування комп'ютерних і рукописних символів в одній формулі не допускається. Рекомендується застосування редактора формул Microsoft Equation. Формули, що подаються одна за іншою, і не розмежовані текстом, відокремлюють комою.

Посилання на формули у дипломній роботі оформлюють порядковим номером формули: наприклад, «у формулі (2.1)».

Рівняння і формули треба виділяти з тексту вільними рядками. Вище і нижче кожної формули потрібно залишати один рядок 1,5 інтервалу. Якщо рівняння не вміщується в один рядок, його слід перенести після знака рівності (=) або після знаків плюс (+), мінус (-), множення (x) і ділення (:).

Перерахування чи деталізація тексту, за необхідності, може бути наведена усередині підрозділів. При однорівневому перерахуванні перед кожною позицією варто ставити малу літеру українського алфавіту з дужкою або дефіс. При дворівневому перерахуванні при першому рівні варто ставити малі літери з дужкою, а при другому рівні перерахування – варто нумерувати.

Приклад:

- а) споживчий ринок;
- б) ринок організацій:

- 1) ринок продукції виробничо-технічного призначення;
- 2) ринок перепродажів;
- 3) ринок державних установ.

Перерахування першого рівня друкують малими літерами з абзацного відступу (1,25 мм), другого рівня – з абзацним відступом (1,25 мм) щодо місця розташування перерахувань першого рівня.

Оформлення посилань на інформаційні джерела. Під час роботи з різними джерелами науковий етикет вимагає точно відтворювати цитований текст, оскільки найменше скорочення сповторити зміст, викладений автором. Посилання в тексті на джерела наводять у квадратних дужках із значенням джерела, а цитований текст із зазначенням джерела і сторінки. Перша цифра у квадратних дужках відповідає номеру у списку використаних джерел, друга – номеру сторінки (наприклад, [32, с.85]). У разі авторської розробки на основі літературних джерел поряд з назвою рисунку або таблиці ставиться «*», а після подання матеріалу робиться посилання з вказівкою літературних джерел. Приклад оформлення наведено на рис. 3.5.

Таблиця 1.1

Характеристики видів торгівлі*

Вид	Характеристика
Оптова торгівля	Характеризується економічними, організаційними і правовими відносинами між суб'єктами товарного ринку відносно купівлі-продажу великих партій товару для його подальшої реалізації або професійного використання

*розробка автора на основі [27; 66; 114-115]

Рисунок 3.5 – Приклад оформлення авторської розробки

3.6 Підготовка до захисту дипломної роботи

Ефективним засобом підготовки дипломної роботи до захисту та презентації основних результатів дослідження є участь у студентських науково-практичних конференціях.

Після усунення недоліків, написання остаточного варіанта тексту та оформлення дипломної роботи магістрант переходить до

одного із найвідповідальніших етапів навчання у ВНЗ – підготовки до захисту дипломної роботи.

Сутність даного етапу полягає в перевірці ступеня готовності магістрант до захисту дипломної роботи і охоплює наступні підетапи:

- передзахист роботи на кафедрі;
- виправлення неточностей та врахування зауважень викладачів кафедри,
- передача роботи нормоконтролеру для перевірки щодо оформлення роботи;
- подання роботи керівнику;
- перевірка роботи на плагіат;
- рецензування роботи та отримання письмової рецензії;
- брошурування роботи у твердій обкладинці і представлення роботи на кафедру в остаточному вигляді.

Відповідно з графіком магістрант зобов'язаний подати дипломну роботу керівнику у встановлений термін. З метою перевірки правильності оформлення дипломної роботи магістрант зобов'язаний надати її нормоконтролеру. Після виправлення зауважень керівника і нормоконтролера магістрант завершує оформлення роботи і подає дипломну роботу науковому керівнику. Паралельно, у разі відсутності заборгованостей, магістрант отримує в деканаті Подання голові ЕК щодо захисту дипломної роботи та надає цей документ науковому керівнику. Перевірка на плагіат здійснюється за допомогою відповідного програмного забезпечення. Результат перевірки оформлюється окремим документом, де визначається ступінь унікальності роботи і можливість допуску її до захисту, підписується особою, відповідальною за перевірку, керівником і завідувачем кафедри.

На завершеному дипломну роботу керівник надає стислий висновок, в якому оцінює як якість виконання самої роботи, так і праці магістранту над нею, визначає можливість допуску дипломної роботи до захисту перед ЕК і підписує Подання. У випадку невідповідності дипломної роботи вимогам методичних вказівок і недотримання магістрантом календарного графіка виконання дипломної роботи керівник має право не допустити магістранта до захисту.

Після отримання допуску до захисту від керівника магістрант повинен звернутися до рецензента. Рецензію на дипломну роботу

повинен зробити висококваліфікований фахівець, що має досвід розв'язання проблем, споріднених з темою роботи. Рецензентами можуть бути провідні спеціалісти, які працюють на підприємствах, у наукових установах, професори і доценти інших вищих навчальних закладів.

Рецензія повинна містити ґрунтовний аналіз і диференційовану оцінку якості (у тому числі актуальності) дипломної роботи, включати не менш двох зауважень по роботі. Рецензія подається у письмовому вигляді і має містити такі складові (**Додаток Е**):

- висновки щодо актуальності обраної теми, практичної значущості виконаної дипломної роботи;
- характеристики повноти завдання щодо розкриття теми дипломної роботи, відповідності змісту роботи до завдання;
- висновки щодо використання в роботі сучасних методів дослідження, методичних підходів щодо вдосконалення діяльності підприємства згідно з напрямком теми дипломної роботи;
- оцінку конкретних пропозицій, рекомендацій щодо вдосконалення управління певними аспектами діяльності, підвищення його ефективності;
- оцінку загальних вражень від дипломної роботи (оформлення, стиль і грамотність викладення тощо);
- інші питання на розсуд рецензента;
- висновки рецензента про відповідність якості виконаної дипломної роботи вимогам до таких видів робіт, про можливість допущення її до захисту і, за бажанням, може бути висловлено зауваження та думку про оцінку роботи за чотирибальною шкалою: відмінно, добре, задовільно, незадовільно.

Рецензент має підписатися із зазначенням свого прізвища, ім'я та по-батькові, місця роботи і посади, яку займає. Для підготовки магістранта до пояснень у зв'язку з можливими зауваженнями рецензента йому надається можливість ознайомитися з рецензією до захисту роботи на засіданні ЕК.

Завершальною процедурою допущення дипломної роботи до захисту є розгляд перерахованих супровідних матеріалів завідувачем кафедри. Дипломна робота, підписана магістрантом, разом з рецензією, протоколом результатів перевірки на плагіат та Поданням голові ЕК від керівника подається завідувачу кафедри, що вирішує питання про допуск роботи до захисту. Допуск до захисту

здійснюється шляхом відповідного запису завідувача кафедри на бланку Завдання на дипломну роботу та підписом Подання голові ЕК.

Після цього магістрант разом з Поданням голові ЕК надає дипломну роботу у паперовому вигляді декану факультету для остаточного допуску, а також в електронному вигляді як єдиний файл у форматі Word на кафедру. Ім'я файлу має бути формату: Група_Прізвище. Крім того, магістрант готує дублінське ядро (приклад надається керівником) для розміщення дипломної роботи у репозитарії Університету.

Дипломна робота до захисту не допускається у випадку, якщо робота написана на тему, що не була затверджена наказом по НУ «Запорізька Політехніка», виконана не самостійно, структура не відповідає вимогам, відсутнє економіко-управлінське обґрунтування запропонованих заходів, робота не зброшурована у тверду палітурку, неправильно оформлена. Якщо завідувач кафедри вмотивовано вважає за неможливе допустити дипломну роботу до захисту також через її незадовільну якість, це питання має бути заслухано на засіданні кафедри за участю наукового керівника. Рішення про недопуск магістранта до захисту повинно бути затверджено на засіданні кафедри. Завідувач кафедри має право звернутися в деканат із пропозицією відррахувати магістранта за невиконання навчального плану.

Під час підготовки до захисту магістрант має погодити зі своїм керівником складену ним стислу доповідь для захисту дипломної роботи і підготовлені демонстраційні матеріали. Наочні матеріали мають послідовно ілюструвати доповідь магістранта і забезпечувати повноту висвітлення всіх положень, які підлягають захисту.

Перед захистом магістранту слід ретельно прочитати рецензію, особливу увагу звернути на висловлені рецензентом зауваження і за можливості усунути зазначені недоліки або дати аргументовану відповідь у доповіді.

Перевірка умінь магістранта викласти основні тези роботи, користуватися демонстраційним матеріалом є основною складовою підготовки до захисту.

4 ЗАХИСТ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Порядок захисту дипломної роботи встановлюється «Положенням про порядок створення та організацію роботи екзаменаційної комісії з атестації здобувачів вищої освіти в НУ «Запорізька політехніка»».

Обсяг тексту доповіді має бути адекватним 10 хвилинам виступу. Доповідь повинна відобразити: обґрунтування актуальності теми, мету і завдання роботи, основні результати аналізу матеріалів діючого підприємства і творчі розробки автора. Особливе місце має бути відведене обґрунтованим пропозиціям і рекомендаціям та оцінці їх ефективності.

Доповідь повинна бути стислою, конкретною, з використанням демонстраційного матеріалу – презентації у Power Point (до 15 слайдів) та роздавального матеріалу для всіх членів комісії. Головне його призначення – детально і наочно проілюструвати основні положення роботи, тому необхідно вчасно посилатися на відповідний матеріал, акцентувати на ньому увагу членів комісії.

Захист дипломної роботи починається з доповіді, у якій магістрант зобов'язаний розкрити:

- актуальність теми;
- мету і задачі виконаної роботи;
- об'єкт дослідження;
- основні положення роботи;
- висновки з проведеного аналізу, зміст запропонованих заходів

і обґрунтування їхньої ефективності (рекомендується витратити не менш 70% часу, відведеного для доповіді).

Завершуючи доповідь, випускник повинен відзначити: які розробки і висновки впроваджені чи намічені до впровадження; де слід, на його думку, застосувати результати дослідження; яка фактична чи очікувана економічна ефективність запропонованих ним заходів.

Під час доповіді варто звертатися до всього підготовленого демонстраційного матеріалу, коротко пояснюючи його зміст.

Голова та члени ЕК, що є присутніми на захисті, задають випускнику запитання з метою визначення рівня його спеціальної підготовки й ерудиції. Відповіді магістранта мають бути конкретними,

аргументованими і короткими. Після відповіді магістранта на запитання оголошується відгук керівника виконаної дипломної роботи.

Загальний час захисту магістрантом дипломної роботи не повинний перевищувати 15-20 хвилин.

Екзаменаційна комісія на закритому засіданні визначає підсумкову оцінку дипломної роботи за національною шкалою та шкалою ЄКТС .

Рішення ЕК є остаточним і оскарженню не підлягає.

Критеріями оцінки дипломної роботи виступають.

а) сутнісні аспекти роботи:

- 1) актуальність обраної теми;
- 2) чіткість формулювання мети і задач дослідження;
- 3) відповідність логічної побудови роботи поставленим цілям і задачам;
- 4) спрямованість роботи на розробку реальних практичних рекомендацій;
- 5) якість і глибина теоретико-методологічного аналізу проблеми;
- 6) якість критичного огляду літературних джерел, наявність наукової аргументації;
- 7) системність аналізу практики на фактичних матеріалах, наявність і переконливість узагальнень і висновків по аналізу;
- 8) адекватність методологічного і діагностичного апарата поставленим цілям;
- 9) наявність альтернативних підходів до розв'язання визначених проблем;
- 10) актуальність і обґрунтованість заходів, що пропонуються для підвищення економічної ефективності;
- 11) розвиненість мови викладення роботи і її якість оформлення;
- 12) зауваження і пропозиції, що містяться в рецензії і відгуку керівника;

б) якість захисту роботи:

- 13) уміння стисло, послідовно і чітко викласти у доповіді сутність і результати дослідження;

14) наявність і якість демонстраційного матеріалу для захисту дипломної роботи;

15) здатність аргументовано, логічно послідовно відстоювати свою точку зору, захищати пропозиції і рекомендації;

16) якість відповідей на питання членів Екзаменаційної комісії;

17) володіння культурою презентації.

Умови оцінювання дипломної роботи.

Підсумкова оцінка по дипломній роботі формується як середня зважена оцінка за такими компонентами (табл. 4.1).

Таблиця 4.1 – Складові оцінки та їх вага у підсумковій оцінці по захисту дипломної роботи

№	Складова оцінки	Вага у підсумковій оцінці	Оцінка в балах
1	Оцінка керівника роботи	0,05	до 5
2	Оцінка рецензента	0,05	до 5
3	Середня оцінка успішності магістранта	0,15	до 15
4	Оцінка роботи магістранта ЕК	0,50	до 50
5	Оцінка доповіді магістранта на захисті	0,15	до 10
6	Оцінка відповідей на запитання членів ЕК	0,10	до 10
7	Наявність публікації за темою дослідження	0,05	5
	Разом	1,00	100

Оцінка дипломної роботи керівником виставляється у Поданні. Оцінка рецензента виставляється у рецензії (**Додаток Е**). Середня оцінка успішності магістранта визначається деканатом факультету. Оцінка дипломної роботи магістранта екзаменаційною комісією виставляється за критеріями оцінювання дипломної роботи згідно вимог, як інаведено у **Додатку Ж**.

Розрахунок підсумкової оцінки здійснюється за 100-бальною шкалою:

90-100 балів («Відмінно»). Робота бездоганна у всіх відносинах, містить елементи новизни, має практичне значення, доповідь є логічною і короткою, викладена вільно, зі знанням справи, відгук і

рецензія позитивні, відповіді на запитання членів ЕК аргументовані переконливі і логічні.

75-89 балів («Добре»). Тема роботи розкрита, але мають місце окремі недоліки непринципового характеру: робота носить описовий характер, неповнота посилань, не виправлені зауваження керівника, консультантів, нормоконтролера, елементи новизни чітко не представлені, недостатньо використані інформаційні матеріали, мають місце окремі зауваження у відгуку і рецензії. Доповідь логічна, викладена вільно, відповіді на запитання членів ЕК в основному правильні.

60-74 бали («Задовільно»). Тема дипломної роботи в основному розкрита, але мають місце недоліки змістовного характеру: нечітко сформульована мета роботи, теоретичний розділ має виражений компілятивний характер, наукова полеміка відсутня, в аналітичній частині – надлишок елементів опису, добір інформаційних матеріалів (таблиці, графіки, схеми) не завжди обґрунтований, заходи і пропозиції, що містяться в третьому розділі, обґрунтовані непереконливо, рецензія і відгук містять окремі зауваження, доповідь прочитана за текстом, дано відповіді не на всі запитання членів ЕК. Є істотні зауваження до оформлення дипломної роботи.

1-59 балів («Незадовільно»). Нечітко сформульована мета дипломної роботи. Розділи погано зв'язані між собою. Відсутній критичний огляд сучасних літературних джерел. Аналіз виконано поверхово, переважає описовість на шкоду системності і глибині. Запропоновані заходи випадкові, з аналізу не випливають, економічне обґрунтування неповне. До оформлення роботи є зауваження. Ілюстрації до захисту відсутні. Доповідь прочитана за готовим текстом. Відповіді на запитання членів ЕК неточні чи неповні.

Після обговорення підсумків захисту членами ЕК виноситься рішення. У випадку незгоди членів ЕК думка голови є вирішальною. Рішення комісії оголошується її головою у той же день.

Магістрант, який отримав на захисті дипломної роботи незадовільну оцінку, має бути відрахованим із НУ «Запорізька Політехніка» і в цьому випадку йому видається академічна довідка встановленого зразка. За ним залишається право бути повторно допущеним до захисту дипломної роботи протягом наступних трьох років.

Повторно дипломна робота виконується за наявності заяви магістранта про допуск до захисту, дозволу ректора і рішення випускової кафедри про затвердження теми і об'єкта дослідження, призначення керівника. На вимогу кафедри тему дипломної роботи може бути змінено або в межах тієї ж теми матеріали роботи магістрант може суттєво оновити і доповнити.

Якщо захист дипломної роботи не відбувся з поважних причин, про що магістрант у ЕК має подати відповідні документи, ректор Університету може продовжити термін його навчання до наступного терміну роботи ЕК із захисту дипломних робіт.

Після захисту паперовий варіант дипломної роботи передається на зберігання до архіву НУ «Запорізька Політехніка», а електронний варіант розміщується у репозитарії.

5 ОРІЄНТОВНА ТЕМАТИКА ДИПЛОМНИХ РОБІТ

При формулюванні теми дипломної роботи необхідно зазначити конкретну емпіричну базу дослідження (підприємство, галузь, ринок).

1. Розроблення маркетингової стратегії розвитку підприємства на основі портфельного аналізу.

2. Удосконалення стратегії розвитку навчально-консультаційного центру на основі клієнтоорієнтованого маркетингу.

3. Удосконалення стратегії просування продукції виробничо-збутового підприємства на основі результатів маркетингового дослідження.

4. Удосконалення стратегії розвитку Інтернет провайдера на основі результатів маркетингових досліджень.

5. Удосконалення діяльності національного підприємства на глобальному ринку на засадах стратегічного маркетингу.

6. Удосконалення конкурентної стратегії підприємства з використанням інструментів маркетингу.

7. Розроблення конкурентної стратегії виробничо-торговельного підприємства.

8. Формування конкурентної стратегії великого промислового підприємства.

9. Розроблення бізнес-стратегії підприємства.

10. Формування стратегії виходу на зарубіжні ринки для металургійного підприємства.

11. Імплементация маркетингових стратегій в управлінні діяльністю торговельного підприємства.

12. Формування конкурентних переваг промислового (торговельного) підприємства на засадах стратегічного маркетингу.

13. Розроблення та реалізація стратегії маркетингу на великому промисловому підприємстві.

14. Розроблення стратегії формування (удосконалення) іміджу підприємства.

15. Формування (удосконалення) маркетингової стратегії розвитку організації.

16. Формування (удосконалення) системи стратегічного маркетингу на підприємстві в епоху турбулентності.

17. Формування маркетингової стратегії розвитку підприємства на ринку послуг.

18. Розвиток стратегії корпоративної ідентичності бренду «_____» на ринку _____ (галузева належність).

19. Удосконалення маркетингової конкурентної стратегії підприємства на ринку _____ (галузева належність).

20. Активізація маркетингової діяльності підприємства в умовах посилення конкуренції.

21. Удосконалення маркетингової діяльності підприємства сфери ІТ.

22. Розроблення маркетингової стратегії розвитку спортивної організації на локальному ринку.

23. Розроблення маркетингової стратегії для друкованих ЗМІ.

24. Підвищення лояльності кінцевих споживачів в умовах бізнес-орієнтації «product out».

25. Розроблення маркетингової стратегії розвитку підприємства шляхом трансформації його комплексу маркетингу.

26. Розроблення стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок.

27. Розроблення стратегії STP-маркетингу підприємства-нішера.

28. Маркетингове забезпечення підвищення конкурентоспроможності підприємства.

29. Забезпечення конкурентноздатності підприємства на основі маркетингових технологій.

30. Розроблення бізнес-плану розвитку торговельного підприємства.

31. Маркетингові аспекти оптимізації інноваційної діяльності підприємства.

32. Удосконалення маркетингової діяльності торговельного підприємства.

33. Управління торговельним підприємством на засадах маркетингової концепції.

34. Удосконалення управління маркетинговою діяльністю на підприємстві (в організації).

35. Розроблення та впровадження комплексу маркетингу в системі менеджменту підприємства торгівлі.

36. Організація маркетингової діяльності підприємства оптової торгівлі.

37. Забезпечення приросту продажів нафтохімпродукції на основі маркетингової концепції вдосконалення виробництва.

38. Обґрунтування, розроблення та реалізація комплексу маркетингу для приватного підприємця-фізичної особи.

39. Активізація ринкової діяльності готельного підприємства на основі маркетингу.

40. Організація бюджетного маркетингу на підприємстві.

41. Розроблення маркетингової програми розвитку туристичного підприємства.

42. Удосконалення рекламної стратегії підприємства сегменту HoReCa на основі психологічної мотивації клієнтів.

43. Особливості організації та управління підприємством у сфері реклами (маркетингового консультування, маркетингових досліджень).

44. Формування рекламної стратегії підприємства.

45. Управління рекламною діяльністю торговельного підприємства.

46. Впровадження форм і методів маркетингового менеджменту для забезпечення розвитку складних соціально-економічних систем.

47. Розроблення стратегії маркетингу складних соціально-економічних систем.

48. Імплементация засобів маркетингового менеджменту для забезпечення розвитку промислового підприємства.

49. Розвиток складних соціально-економічних систем на засадах стратегічного маркетингу.

50. Удосконалення системи маркетингового менеджменту сервісного підприємства.

51. Забезпечення розвитку промислового підприємства засобами маркетингового менеджменту.

52. Просування орендованої продукції на засадах маркетингового планування.

53. Впровадження засобів маркетингового менеджменту з метою посилення ринкової влади підприємств.

54. Удосконалення маркетингового управління ціновою політикою підприємства.

55. Удосконалення комунікаційної політики підприємства готельного бізнесу на основі сегментування цільового ринку.

56. Формування комунікативної стратегії бренду на основі сегментування цільової аудиторії.

57. Формування системи інтегрованих маркетингових комунікацій підприємства для досягнення лідерських позицій на ринку.

58. Удосконалення збутової діяльності підприємства в межах бізнес-орієнтації «product-out».

59. Формування лояльності покупців та створення нематеріального капіталу підприємства в межах бізнес-орієнтації «market in».

60. Обґрунтування переходу торговельного підприємства на систему маркетингового управління шляхом впровадження стратегії позиціонування асортименту.

61. Удосконалення збутової діяльності промислового підприємства з позиції маркетингової концепції.

62. Удосконалення системи товаропостачання роздрібних торговельних підприємств регіону.

63. Удосконалення управління товарною політикою на підприємстві металургійної галузі.

64. Планування асортиментної програми ресторану в умовах конкурентного ринку.

65. Модифікація асортименту послуг на основі управлінської концепції маркетингу.

66. Удосконалення політики ціноутворення підприємства харчової промисловості.

67. Удосконалення управління збутовою діяльністю на підприємстві (в організації).

68. Удосконалення управління комунікаційною політикою підприємства (організації).

69. Організація маркетингових комунікацій в управлінні торговельним колективним підприємством.

70. Удосконалення збутової діяльності підприємства (через створення вертикальних систем збуту).

71. Удосконалення маркетингових технологій просування продукції в інтернет-середовищі.

72. Удосконалення збутової діяльності підприємства в межах концепції традиційного маркетингу.

73. Удосконалення системи збуту продукції на B2B ринку.

74. Удосконалення системи збуту підприємства на основі розробки його фірмового стилю.

75. Розроблення плану розвитку товарного портфеля підприємства на інноваційній основі.

76. Удосконалення комерційної діяльності підприємства на основі інтернет-технологій.

77. Формування та підтримка лояльності споживачів до торговельної марки.

78. Удосконалення системи збутових комунікацій на основі розроблення фірмового стилю підприємства.

79. Удосконалення комунікаційної політики підприємства готельного бізнесу.

80. Формування (удосконалення) системи роздрібної реалізації товару в мережі Інтернет.

81. Формування (удосконалення) стратегії просування товару (бренду) у соціальній мережі.

82. Удосконалення Web-сторінки як інструменту комунікаційної політики підприємства в мережі Інтернет.

83. Удосконалення маркетингових технологій просування товару (бренду) у мережі Інтернет.

84. Формування (удосконалення) стратегії інтеграції маркетингових комунікацій «онлайн-офлайн».

85. Формування системи збуту банківських продуктів та послуг в Інтернет-середовищі.

86. Забезпечення ефективності функціонування (або реалізації) механізму банківського маркетингу (на мікрорівні).

87. Удосконалення механізму банківського маркетингу.

88. Удосконалення системи збутових комунікацій підприємства на основі використання сучасних маркетингових технологій.

89. Забезпечення конкурентноздатності підприємства на основі маркетингових технологій.

90. Дослідження особливостей поведінки споживачів на ринку товарів промислового призначення (наприкладі...).

91. Удосконалення стратегії просування виробничо-торговельного підприємства на основі маркетингового дослідження поведінки споживачів.

92. Розроблення рекламної стратегії товару на основі дослідження різноманітних видів реклами на поведінку споживача.

93. Удосконалення рекламної стратегії підприємства на основі дослідження поведінки споживачів на ринку споживчих товарів _____ (галузева приналежність).

94. Просування орендованої продукції на засадах маркетингового планування.

95. Посилення ринкової влади підприємств на засадах маркетингового менеджменту.

96. Маркетингове забезпечення конкурентоспроможності підприємства _____ (галузева приналежність).

97. Оптимізація товарного портфелю підприємства на основі імітаційного моделювання.

98. Формування логістичного менеджменту на промисловому підприємстві.

99. Удосконалення стратегії ІМК підприємства (організації) _____ (галузева приналежність).

100. Удосконалення міжнародної стратегії ІМК спортивної організації.

101. Формування комунікативної стратегії бренду на основі сегментування цільової аудиторії.

102. Розроблення стратегії ІМК експортноорієнтованого підприємства на B2B ринку.

103. Формування системи маркетингового стратегічного планування на підприємстві.

104. Удосконалення маркетингової діяльності (Удосконалення маркетингової стратегії, Посилення конкурентних позицій, Підвищення лояльності споживачів...) підприємства методами маркетингового аудиту.

105. Удосконалення маркетингової діяльності підприємства (Удосконалення маркетингової стратегії, Посилення конкурентних позицій, Підвищення лояльності споживачів...) на засадах концепції екологічного маркетингу.

6 СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Артюх Т.М., Григоренко І.В. Теоретичні основи товарознавства: навч.посіб. Київ : НУХТ, 2014. 263 с.

2. Балабанова Л.В., Холод В.В. Маркетинг підприємства : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 612 с.

3. Балабанова Л.В., Юзик Л.О. Рекламний менеджмент: підручник. Донецьк: ДонНУЕТ, 2016. 414 с.

4. Балабанова Л.В., Балабанова І.В., Балабаниць А.В. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій: навч. посіб. для вищ. навч. закл. 2-е вид., вип. і доп. К.: Знання, 2005. 301 с.

5. Білецький Е.В., Янушкевич Д. А., Шайхлісламов З.Р. Управління якістю продукції та послуг: навч. посіб. Харків: ХТЕІ, 2015. 222 с.

6. Безродна С.М. Управління якістю : навч. посіб. для студентів економічних спеціальностей. Чернівці: ПВКФ «Технодрук», 2017. 174 с.

7. Бойчук І.В., Музика О.М. Інтернет в маркетингу : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 512 с.

8. Бойчук І.В., Дмитрів А.Я. Маркетинг промислового підприємства : навч.посіб. Київ : «Центр учбової літератури», 2014. 360 с.

9. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни. К.: КНЕУ, 2000.

10. Городняк І.В. Поведінка споживача: навч. посібник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 256 с.
11. Гіл Чарлз В.Л. Міжнародний бізнес: Конкуренція на глобальному ринку; пер. з англ. К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2001. 856 с.
12. Головне управління статистики у Запорізькій області. Головна сторінка. URL: www.zapstat.zp.ua.
13. Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика: навч. посібник. К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2009. 320 с.
14. Жегус О. В., Т.М. Парцирна, ФОП Іванченко І.С. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. Х., 2016. 237 с.
15. Жегус О.В., Попова Л.О., Парцирна Т.М. Теорія і практика ціноутворення в системі маркетингу: монографія. Х.: ХДУХТ, 2013. 250 с.
16. Зіновчук Н. В., Ращенко А. В. Екологічний маркетинг: навч. посібник. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 190 с.
17. Запорізька обласна універсальна наукова бібліотека ім. О.М. Горького. Головна сторінка. URL: <http://zounb.zp.ua/>.
18. Катаєв А.В. Маркетингові дослідження: практикум для студ. спец. «Маркетинг»: в 2 ч. Харків : Видавничий центр «Діалог», 2015. Ч.1. Теорія маркетингових досліджень
19. Квятко Т.М., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Бабко Н.М. та ін. Маркетингові дослідження: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с.
20. Корінев В.Л., Корецький М.Х., Дацій О.І. Маркетингова цінова політика. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 200 с.
21. Король І. В. Маркетингові комунікації : навч.-метод. посіб. МОН України; Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. Умань : Візаві, 2018. 191 с.
22. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. 5-е вид. К.: Діалектика, 2020. 880 с.
23. Котлер Ф. Маркетинг від А до Я : 80 концепцій, які варто знати кожному менеджеру; пер. з англ. Сіпігін О. К.: Альпіна Паблішер Україна, 2021. 252 с.
24. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях: навчальний посібник. Київ: Кондор, 2016. 246 с.

25. Лук'янець Т.І. Рекламний менеджмент: навч. посібник. К.: КНЕУ, 2014. 440 с.
26. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення: навчальний посібник. К.: «Центр учбової літератури», 2012. 480 с.
27. Маркетинг: теоретичні основи маркетингу: навч. посіб. / В.Б. Захожай, Л.В. Романова, Н.А. Головач та ін.; під кер. та наук. ред. В.Б.Захожая. К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2015. 475 с.
28. Маркетинг: підручник / А.Ф. Павленко, І.Л. Решетнікова, А.В. Войчак та ін.; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф., акад. АПН України А.Ф. Павленка; кер.авт.кол. д-р екон.наук, проф. І.Л.Решетнікова. К.: КНЕУ, 2008. 600 с.
29. Маркетинг: підручник / В.Руделіус, О.М. Азарян, О.А. Виноградов та ін.; ред.-упор. О.І. Сидоренко, П.С. Редько. К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2005. 422 с.
30. Макаренко Н.О., Лищенко М.О. Маркетингове ціноутворення. Теоретичні основи: навч. посіб. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2020. 129 с.
- 31.Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 180 с.
32. Маркетинг інновацій. Управління інноваційною діяльністю: магістерський курс (Основи інноваційного менеджменту): Підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенко. Суми : ВТД «Університетська книга», 2014.
33. Маркетингове та логістичне забезпечення діяльності підприємств в умовах екологізації та цифровізації економіки : колективна монографія, за заг. ред. проф. В.В.Лифар. Запоріжжя : АА ТанDEM, 2023. 256 с.
- 34.Мельник Л.Г., Карінцева О.І., Старченко Л.В. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. К.: Університетська книга, 2023. 246 с.
- 35.Мельник Ю., Божкова В. Реклама та стимулювання збуту. К.: «Центр навчальної літератури», 2019. 208 с.
- 36.Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика : підручник. К.: Центр учбової літератури, 2020. 284 с.
37. Примак Т.О. Маркетингова політика комунікацій: навч. посібник. К.: Атіка, Ельга-Н, 2009. 328 с.

38. Примак Т.О. PR для менеджерів і маркетологів: підручник. К.: «Центр учбової літератури», 2013. 202 с.
39. Ромат Е.В. Основи реклами : Навч. посіб. К.: НВФ «Студцентр», 2006. 288 с.
40. Савицька Н.Л., Синицина Г.А. Рекламний менеджмент: підручник. Харків: Іванченко, 2015. 169 с.
41. Телетов О.С. Рекламний менеджмент: підручник. Суми: ВТД «Університетська книга», 2013. 365 с.
42. Тормоса Ю.Г. Ціни та цінова політика: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. 2-ге вид., без змін. К.: КНЕУ, 2006. 92 с.
43. Українська Асоціація Маркетингу. Головна сторінка. URL: <http://uam.in.ua>.
44. Хулей Г., Сондерс Д., Пирси Н. Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование; пер. с англ. Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2005. 800 с.
45. Чухрай Н.І. Маркетинг інновацій: підручник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011. 256 с.
46. Шалева О. І. Електронна комерція: навчальний посібник для ВНЗ. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 215 с.

Періодичні видання:

- 1 Журнал «Новый маркетинг». URL: <http://marketing.web-standart.net/>.
- 2 Журнал «Ефективна економіка». URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>.
- 3 Журнал «Маркетингові дослідження в Україні». URL: marketing-research.in.ua/.
- 4 Журнал «Маркетинг в Україні». URL: <http://uam.in.ua/>.
- 5 Журнал «Маркетинг и реклама». URL: <http://mr.com.ua/>.
- 6 Журнал «Отдел маркетинга». URL: <http://www.m21.com.ua/>.
- 7 Газета «Бизнес». URL: <http://www.business.ua/>.
- 8 Журнал «Компаньон». URL: <http://www.companion.ua/>.
- 9 Журнал «Актуальні проблеми економіки». URL: <http://economicscience.net/>.
- 10 Журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій». URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>.

Додаток А

Бланк завдання на дипломну роботу з календарним планом

Форма №25

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»
 (повне найменування закладу вищої освіти)

Факультет _____

Кафедра _____

Ступінь вищої освіти _____

Спеціальність _____

(код і найменування)

Освітня програма _____

(назва освітньої програми)

ЗАТВЕРДЖУЮ**Завідувач кафедри** _____

«__» _____ 20__ року

З А В Д А Н Н Я
НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТА(КИ)

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи _____

керівник роботи _____

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

затверджені наказом закладу вищої освіти 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 (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

ЗАВДАННЯ

(зворотня сторона)

6. Консультанти розділів роботи

Розділи	Прізвище, ініціали та посада керівника та консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1-3 розділи			
Нормоконтроль (1-3 розділи)			
ДР до захисту допущена			

7. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір теми		
2	Обговорення тем дипломних робіт з керівниками		
3	Організаційне зібрання щодо термінів подання дипломної роботи та методики її виконання		
4	Видача завдання до дипломної роботи		
5	Огляд та опрацювання наукової та спеціальної літератури з теми		
6	Розробка робочого плану дипломної роботи за узгодженням з керівником		
7	Написання I розділу та представлення його на кафедру в друкованому вигляді		
8	Написання II розділу та представлення його на кафедру в друкованому вигляді		
9	Написання III розділу та представлення його на кафедру в друкованому вигляді та чорнового варіанту роботи в цілому		
10	Попередній захист дипломної роботи		
11	Оформлення роботи відповідно до стандартів та проходження нормоконтролю		
12	Подання роботи на кафедру в остаточному чистовому оформленні. Перевірка роботи на плагіат		
13	Захист дипломної роботи перед ЕК		

Студент

Керівник роботи

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Додаток Б
Приклад змісту дипломної роботи
до теми: «Стратегія ІМК експортноорієнтованого підприємства
на В2В ринку»

ЗМІСТ

ЗАВДАННЯ НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ.....	2
ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ ТА ТЕРМІНІВ.....	4
РЕФЕРАТ.....	5
ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ ІМК НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	9
1.1 Сутність стратегії ІМК в системі маркетингових комунікацій підприємства.....	9
1.2 Формування МК та ІМК у експортній діяльності металургійного підприємства.....	18
1.3 Особливості використання інструментів маркетингових комунікацій підприємствами В2В ринку.....	25
РОЗДІЛ 2 КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПАТ «ДНІПРОСПЕЦСТАЛЬ».....	36
2.1 Аналіз існуючої стратегії маркетингових комунікацій ПАТ «Дніпроспецсталь».....	36
2.2 Аналіз ділових ринків та політики маркетингових комунікацій підприємств-виробників легованих сталей.....	54
2.3 Оцінка ефективності інструментів маркетингових комунікацій ПАТ «Дніпроспецсталь» на експортних ринках.....	61
РОЗДІЛ 3 ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ІМК ПАТ ДНІПРОСПЕЦСТАЛЬ»	70
3.1 Визначення передумов впровадження стратегії ІМК компаній – виробників спеціальних сталей.....	70
3.2 Розробка стратегії ІМК ПАТ «Дніпроспецсталь» на 2021-2023 рр.	78
ВИСНОВКИ.....	92
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	97
ДОДАТКИ.....	103
Додаток А. Експорт металопродукції ПАТ «Дніпроспецсталь».....	103

Додаток В

Зразок оформлення титульного аркуша дипломної роботи

Форма № 24

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Факультет економіки та управління

(повне найменування назва факультету)

Кафедра «Маркетинг та логістика»

(повна назва кафедри)

Пояснювальна записка

до дипломної роботи

магістр

(освітній ступінь)

на тему: **СТРАТЕГІЯ ІМК ЕКСПОРТНООРІЄНТОВАНОГО
ПІДПРИЄМСТВА НА B2B РИНКУ**

Виконав(ла): студент(ка) _ курсу, групи ФЕУ-412м

Спеціальності 075 «Маркетинг»

(код і найменування спеціальності)

Освітня програма «Маркетинг»

(прізвище та ініціали)

Керівник

(прізвище та ініціали)

Рецензент

(прізвище та ініціали)

Запоріжжя – 2023 року

Додаток Г

Приклад оформлення Реферату

РЕФЕРАТ

Дипломна робота «Стратегія ІМК експортноорієнтованого підприємства на B2B ринку»: 114 с., 8 рис., 25 табл., 71 джерело.

Об'єкт дослідження – процес формування стратегії ІМК в маркетинговій діяльності підприємств.

Предмет дослідження – теоретичні, методичні та практичні питання формування і використання концепції ІМК в маркетинговій діяльності металургійного підприємства.

Мета дипломної роботи – розробка стратегії ІМК промислового підприємства на B2B ринку .

Методи дослідження: історичний та компаративний аналіз, системний підхід, аналіз і синтез, методи маркетингових досліджень.

Результати та їх новизна. В роботі визначені сучасні основи формування стратегії ІМК, здійснено дослідження діючої практики використання маркетингових комунікацій на підприємстві ПАТ «Дніпроспецсталь», запропоновані нові наукові рішення щодо поелементного складу стратегії ІМК для експортноорієнтованого підприємства B2B ринку.

Основні положення роботи. Проведено теоретичне дослідження сутності стратегії ІМК в системі МК підприємства, формування МК та ІМК в експортній діяльності підприємства, комплексний аналіз стратегії маркетингових комунікацій ПАТ «Дніпроспецсталь».

Ключові слова: КОМУНІКАЦІЇ, МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ, ІМК, ДИРЕКТ-МЕЙЛ, ОСОБИСТИЙ ПРОДАЖ, СИНЕРГІЧНИЙ ЕФЕКТ, РЕКЛАМА, СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ, B2B РИНОК.

Додаток Д

Приклади оформлення бібліографічного опису у списку джерел

Характеристика джерела	Приклад оформлення
Книги: Один автор	1. Астахова І.Є. Маркетинг: Навч. посіб. Х. : Вид. ХНЕУ, 2006. 208 с. 2. Балабанова Л. В. Маркетинг : Підручник. 2-ге вид., перероб. і доп. К. : Знання-Прес, 2004. 645 с.
Два автори	1. Галасюк С. С., Нездоймінов С. Г. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. : рек. МОНУ. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 178 с. 2. Артюх Т.М., Григоренко І.В. Теоретичні основи товарознавства : навч. посіб. Київ : НУХТ, 2014. 263 с.
Три автори	1. Турченко М. О., Швець М. Д., Карпан Т. С. Маркетинг : навч. посібник. Рівне : Нац. ун-т вод. госп-ва та природокористування, 2010. 293 с. 2. Білецький Е. В., Янушкевич Д. А., Шайхлісламов З. Р. Управління якістю продукції та послуг : навч. посіб. Харків : ХТЕІ, 2015. 222 с.
Чотири автори	1. Коваль А. Д., Беліков С. Б., Лазечний І. М., Степанова Л. П. Матеріалознавство : практикум : навчальний посібник. Запоріжжя : ЗНТУ, 2013. 146 с. 2. Липчук В. В., Дудяк Р. П., Бугіль С. Я., Ягшин Я. С. Маркетинг : навч. пос. Львів : «Магнолія 2006», 2012. 456 с.
П'ять і більше авторів	1. Международная экономика: в вопросах и ответах : учебное пособие для студ. высш. учеб. заведений : утв. МОНУ / Ю. Г. Козак и др. ; под ред. Ю. Г. Козака. 5-е изд., перераб. и доп. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 240 с. 2. Операційне числення : навч. посіб. / С. М. Гребенюк та ін. Запоріжжя : ЗНУ, 2015. 88 с.
Без автора	1. Софія Київська: Візантія. Русь. Україна. Вип. II. Київ, 2012. 464 с. 2. 25 років економічному факультету: історія та сьогодення (1991-2016) : ювіл. вип. / під заг. ред. А. В. Череп. Запоріжжя : ЗНУ, 2016. 330 с.
Багатотомний документ	1. Енциклопедія історії України : у 10 т. Київ : Наук. думка, 2013. Т.10. 784 с. 2. Енциклопедія Сучасної України / редкол.: І. М. Дзюба та ін. Київ : САМ, 2016. Т. 17. 712 с.

Матеріали конференцій, з'їздів	1. Микитів Г. В., Кондратенко Ю. Позатекстові елементи як засіб формування медіакультури читачів науково-популярних журналів. <i>Актуальні проблеми медіаосвіти в Україні та світі</i> : зб. тез доп. міжнар. наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 3-4 берез. 2016 р. Запоріжжя, 2016. С. 50–53. 2. Анциперова І. І. Історико-правовий аспект акту про бюджет. <i>Дослідження проблем права в Україні очима молодих вчених</i> : тези доп. всеукр. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 24 квіт. 2014 р.). Запоріжжя, 2014. С. 134–137.
Словники	1. Великий енциклопедичний юридичний словник / за ред. академіка Ю. С. Шемшученка. Київ : Юридична думка, 2007. 992 с. 2. Сірий М. І. Судова влада. <i>Юридична енциклопедія</i>. Київ, 2003. Т. 5. С. 699.
Законодавчі та нормативні документи	1. Конституція України: станом на 1 верес. 2016 р. : відповідає офіц. тексту. Харків : Право, 2016. 82 с. 2. Закон України «Про стандартизацію» від 17 травня 2001 р. № 2408-III . <i>Офіц. вісн. України</i>. 2001. № 24. С. 1-8. 3. Закон України «Про якість і безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини». <i>Відомості Верховної Ради (ВВР)</i>. № 2116-15 від 21.10.2004 р. 4. Про захист прав споживачів : Закон України від 12 трав. 1991р. No 1024-XII. Дата оновлення : 12 лист. 2019. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12 (дата звернення: 25.11.2019). 5. Про інформацію : Закон України від 02 жовт. 1992 р. No 2657-XII. Дата оновлення: 03 груд. 2019. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12 (дата звернення: 25.11.2019).
Стандарти	ДСТУ ISO 9000:2007. Основні положення та словник термінів (ISO 9000:2005, IDT). Київ : Держспоживстандарт України, 2008. 29 с. (Системи управління якістю). або Основні положення та словник термінів (ISO 9000:2005, IDT) : ДСТУ ISO 9000:2007. Київ : Держспоживстандарт України, 2008. 29 с. (Системи управління якістю).
Дисертації	1. Вініченко О. М. Система динамічного контролю соціально-економічного розвитку промислового підприємства : дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.04. Дніпро, 2017. 424 с. 2. Лукьяненко О. Л. Повышение несущей способности лопаток компрессора ГТД комплексной отделочно-

		упрочняющей обработкой : дис. ... канд. техн. наук : 05.02.01. Запоріжжє : ЗНУ, 2008. 200 с.
Автореферати дисертацій		1. Бондар О. Г. Земля як об'єкт права власності за земельним законодавством України: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.06. Київ, 2005. 20 с. 2. Лоза К. М. Вплив модифікування та термічної обробки на формування структури і властивостей вторинного поршневого сплаву АЛ25 : автореф. дис. ... канд. техн. наук : 05.02.01. Запоріжжя : ЗНТУ, 2012. 17 с.
Стаття журналу	з	1. Огай М., Романчук Н. Освітні траєкторії населення та їх вплив на професійну мобільність. <i>Україна: аспекти праці</i> . 2014. № 5. С. 20-27. 2. Коваль Л. Плюси і мінуси дистанційної роботи. <i>Урядовий кур'єр</i> . 2017. 1 листоп. (№ 205). С. 5.
Стаття збірника	зі	1. Саленко С. Д. Дослідження поведінки неоднорідностей в морському середовищі з внутрішнім розташуванням точкового джерела нестационарних сферичних хвиль. <i>Проблемы, методы и средства исследований Мирового океана</i> . Запоріжжє, 2013. С. 21-35. 2. Коломоець Т. О. Оцінні поняття в адміністративному законодавстві України: реалії та перспективи формулювання їх застосування. <i>Вісник Запорізького національного університету. Юридичні науки</i> . Запоріжжя, 2017. № 1. С. 36–46.
Електронні ресурси		1. Бондарчук М. Є. Товарознавство (Теоретичні основи товарознавства): конспект лекцій. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2017. 114 с. URL: http://elibrary.donnuet.edu.ua/1430/1/Bondarchuk_KL_2017_11.pdf (дата звернення: 10.01.2020). 2. Мірошніченко О. Ю., Карюк В. І. Етапи формування організаційно-економічного механізму інноваційної діяльності підприємств. <i>Ефективна економіка</i> . 2012. № 2. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=932 (дата звернення: 22.01.2018). 3. Сайт журналу «Маркетинг і менеджмент інновацій». URL : http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/ (дата звернення: 24.11.2020). 4. Чайка А. С. Інклюзивна освіта-шлях до повноцінної соціалізації учнів з особливими освітніми потребами. Всеосвіта: веб-сайт. URL : https://vseosvita.ua/library/inkluzivna-osvita-slah-do-povnocinnoi-socializacii-ucniv-z-oop-1906.html (дата звернення: 12.08.2019).

Додаток Е

Бланк-форма рецензії

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний університет «Запорізька політехніка»

РЕЦЕНЗІЯ
на дипломну роботу

Студент (ка) _____

Спеціальність, освітня програма і група 075 «Маркетинг», освітня
програма «Маркетинг», ФЕУ-412м _____

Обсяг роботи _____

Кількість аркушів креслень _____

Кількість сторінок пояснювальної записки _____

а) короткий зміст роботи та прийнятих рішень _____

б) висновок про відповідність роботи завданню

в) характеристика виконання кожного розділу дипломної
роботи, рівень відповідності останнім досягненням науки та техніки і
передовим методам роботи

г) негативні особливості виконання роботи _____

д) позитивні особливості _____

е) оцінка графічного оформлення та пояснювальної записки до роботи _____

ж) інші зауваження _____

з) оцінка роботи _____

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

«_____» _____ 20__ р.

Додаток Ж

Критерії оцінювання дипломної роботи

Таблиця Ж.1 - Критерії оцінювання дипломної роботи

№	Критерії оцінювання	Шкала (бали)
1	Оформлення дипломної роботи відповідно до вимог стандарту	до 2
2	Актуальність та обґрунтованість теми, у т.ч.	до 8
2.1.	новітність теми дослідження	2
2.2.	відповідність змісту та структури темі роботи	2
2.3.	відповідність теми, змісту та структури роботи особливостям діяльності підприємств, щодо яких виконані розробки	3
2.4.	наявність замовлення на виконання роботи від підприємств	1
3.	Глибина проведеного дослідження, рівень науковості та інноваційність використання дослідницького інструментарію (ступінь науковості), у т.ч.	до 15
3.1.	архітектоніка (структурно-логічна побудова) роботи	2
3.2.	рівень теоретичного дослідження і ступінь застосування сучасних методів їх проведення: а) високий б) середній в) низький	до 5 4-5 2-3 0-1
3.3.	Глибина діагностування досліджуваної проблеми на матеріалах конкретної організації/підприємства: а) високий б) середній в) низький	до 5 4-5 2-3 0-1
3.4.	Ступінь наукової новизни роботи	3
4	Використання інформаційних технологій	до 15
4.1.	авторська програма (наявний алгоритм і опис розробки)	10
4.2.	використання адаптованих автором стандартних	5

	продуктів (наявний опис авторської адаптації)	
5	Рівень реальності розробок і пропозицій:	до 10
5.1.	рівень обґрунтування рекомендацій: а) високий б) середній в) низький	до 5 4-5 2-3 0-1
5.2.	ступінь обґрунтованості прийнятих рішень та результатів запровадження рекомендацій дослідження: а) високий б) середній в) низький	до 5 4-5 2-3 0-1
	Разом (максимальна кількість)	50