

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

**Методичні рекомендації
до написання дипломної роботи
для здобувачів вищої освіти
спеціальності 075 «Маркетинг»
освітньої програми «Маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня**

**Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
2024**

УДК 339.138(072.034)

М54

Укладачі: Л. В. Гриневич
О. А. Небилиця
М. І. Ус

Затверджено на засіданні кафедри маркетингу.
Протокол № 7 від 19.01.2024 р.

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Методичні рекомендації до написання дипломної роботи М54 для здобувачів вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня [Електронний ресурс] / уклад. Л. В. Гриневич, О. А. Небилиця, М. І. Ус. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2024. – 41 с.

Розглянуто порядок написання, оформлення та захисту дипломної роботи. Подано окремі приклади до оформлення основних структурних елементів роботи.

Рекомендовано для здобувачів вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня.

УДК 339.138(072.034)

© Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця, 2024

Вступ

У системі підготовки фахівців із маркетингу важливим складником є написання та захист дипломної роботи.

Дипломною роботою здобувач вищої освіти завершує свою навчальну та наукову діяльність в університеті. Вона повинна засвідчити професійну зрілість випускника, виявити його загальнонаукову, загальнопрофесійну та спеціальну підготовку, уміння застосовувати здобуті в університеті знання для розв'язання конкретних наукових і практичних завдань.

У дипломній роботі здобувач вищої освіти показує, як він опанував сучасні методи наукового дослідження, як уміє коректно використовувати різні методи для аналізу законодавчих актів і явищ, як навчився робити власні узагальнення та висновки, працювати з літературою.

Дипломна робота є самостійною науковою закінченою розробкою, у якій досліджують окремі аспекти актуальної теоретико-прикладної проблеми і пропонують її розв'язання на підставі використання наукових методів, вивчення теоретичної літератури, нормативно-правової бази та практики її застосування.

Метою дипломної роботи є:

систематизація, закріплення, розширення теоретичних знань і практичних навичок зі спеціальності та застосування їх під час розв'язання конкретних теоретичних і практичних завдань;

розвиток навичок ведення самостійної наукової роботи, оволодіння основними методами наукового дослідження, формулювання конкретних наукових висновків і рекомендацій за вибраною темою та їх упровадження в практичну діяльність.

Загальними вимогами до виконання дипломної роботи є: чіткість побудови структурних елементів, логіка викладення дослідження, послідовність і конкретність подання матеріалу, переконлива аргументація, доказовість висновків і обґрунтованість рекомендацій, практична значущість отриманих результатів.

Бакалаврська дипломна робота дозволяє екзаменаторам установити, чи досягнув здобувач вищої освіти цільових результатів навчання, оцінивши ступінь оволодіння загальними та професійними компетентностями, визначеними освітньою програмою «Маркетинг» і національним стандартом

за спеціальністю «Маркетинг». У табл. 1 наведено компетентності та результати навчання за освітньо-професійною програмою «Маркетинг».

Таблиця 1

Компетентності та результати навчання за спеціальністю 075 «Маркетинг» для бакалаврського рівня вищої освіти

Загальні й спеціальні компетентності	Результати навчання
СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу	РН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності
	РН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта
ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності	РН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища
ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях	РН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень
СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності	РН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки
СК15. Здатність розробляти креативні маркетингові кампанії	РН19. Виявляти навички розроблення креативних маркетингових кампаній

У кваліфікаційній роботі не має бути академічного плагіату, фальсифікації та списування. Кваліфікаційну роботу бакалавра допускають до захисту перед екзаменаційною комісією за умови, якщо рівень її унікальності (оригінальності) відповідає нормативу, який офіційно затверджено в ХНЕУ ім. С. Кузнеця.

Після захисту дипломної роботи екзаменаційна комісія (ЕК) оцінює теоретичну та практичну підготовку випускника, його професійні компетентності, на підставі чого ухвалює рішення про присудження освітнього ступеня бакалавра з маркетингу та видачу диплома про вищу освіту.

Загальні вимоги до структури та змісту дипломної роботи

Дипломна робота має науково-дослідницький характер, автор виконує її особисто. Дипломник має продемонструвати знання з вибраної теми, уміння проводити наукові дослідження, аналізувати й узагальнювати інформацію, мислити та робити висновки.

Тему дипломної роботи здобувач вищої освіти визначає спільно з керівником. За поданням керівника кафедра розглядає запропоновані теми та затверджує їх. Орієнтовний перелік тем дипломних робіт і приклад оформлення заяви для затвердження теми та наукового керівника дипломної роботи подано в додатках А та Б відповідно. Закріплення за здобувачем вищої освіти теми дипломної роботи оформлюють наказом ректора. Цим самим наказом призначають керівників дипломних робіт бакалаврів.

Написання дипломної роботи слід здійснювати за такою логічною схемою: обґрунтування актуальності вибраної теми, визначення мети і конкретних завдань дослідження, вибір об'єкта і предмета дослідження, методики проведення пошукових робіт під час процесу дослідження, обговорення результатів дослідження, формулювання висновків та оцінювання отриманих результатів.

Обов'язкові структурні елементи дипломної роботи мають відповідати встановленим вимогам, детально описаним далі.

Титульний аркуш дипломної роботи містить назву міністерства, закладу вищої освіти, факультету та кафедри, де виконано роботу; тему дипломної роботи; прізвище та ім'я автора; учене звання, науковий ступінь, прізвище та ім'я наукового керівника та рецензента; назву міста і рік виконання (додаток В).

Подання голові екзаменаційної комісії (додаток Г) містить: довідку про виконання навчального плану, яку формує та підписує секретар факультету; висновок керівника дипломної роботи про якість її виконання; висновок випускової кафедри про допуск роботи до захисту.

Зміст подають на початку дипломної роботи. Він містить назви та номери початкових сторінок усіх розділів, підрозділів, пунктів, підпунктів (якщо вони мають заголовки).

У вступі подають наукове обґрунтування актуальності вибраної теми, формулюють мету, завдання, об'єкт і предмет дослідження, наводять перелік методів дослідження.

У ході висвітлення актуальності потрібно визначити важливість теми для споживача маркетингової діяльності, практичну значущість для підприємства (організації), а також цінність для суспільства.

У вступі обґрунтовують вибір теми дослідження (висвітлюють зв'язок теми роботи із сучасними дослідженнями у відповідній галузі знань шляхом критичного аналізу з визначенням сутності завдання).

Мету і завдання дослідження формулюють відповідно до предмета й об'єкта дослідження. Мету формулюють чітко, без зайвої деталізації. Не слід формулювати мету як «дослідження ...», «вивчення ...», тому що ці слова вказують на засіб досягнення мети, а не на саму мету.

У завданнях конкретизують обсяг досліджуваних параметрів (вивчити ..., описати ..., визначити ..., дослідити ..., з'ясувати сутність ..., показати ..., узагальнити ..., установити ..., виявити ..., довести ..., упровадити ..., вивести залежність ..., установити взаємозв'язок ..., проаналізувати ..., розробити ..., дати рекомендації тощо). Бажано викладати завдання, дотримуючись логічної послідовності.

Об'єктом дослідження може бути лише явище чи процес, що породжує проблемну ситуацію, вибрану для дослідження. Наприклад: «Об'єктом дослідження є процес управління маркетинговою діяльністю ...». Не слід називати об'єктом дослідження конкретне підприємство, організацію, установу чи орган державної влади або його підрозділ, на прикладі якого виконують роботу, адже це є базою дослідження.

Предмет дослідження міститься в межах вибраного об'єкта дослідження, що розглядають у дипломній роботі. Наприклад: «Предмет дослідження – удосконалення маркетингової діяльності ...».

Об'єкт і предмет дослідження співвідносяться між собою як загальне і часткове. Об'єкт характеризує досліджуване питання широко, а предмет його звужує до конкретного завдання.

Методи дослідження – це розкриття інформаційної бази та використаних методів дослідження. Перераховують використані наукові методи дослідження та змістовно визначають, що саме досліджували кожним методом; обґрунтовують вибір методів, які забезпечили достовірність отриманих результатів і висновків.

Вимоги до змісту розділів дипломної роботи

Основна частина дипломної роботи складається з декількох розділів: теоретичного, аналітичного та рекомендаційно-проектного. Кожен розділ починають із нової сторінки. Розділи можуть поділятися на підрозділи. Кожен підрозділ має містити закінчену інформацію. Кількість розділів та підрозділів здобувач вищої освіти визначає разом із керівником роботи.

В основній частині роботи викладають теоретичні та методологічні положення, проблемні питання, дискусійні й нерозглянуті аспекти теми, науково обґрунтовані соціально-економічні та професійно орієнтовані рішення. Наприкінці кожного підрозділу автор подає короткі висновки щодо виконаного завдання, розв'язуваного в межах підрозділу. Підрозділ не може закінчуватися посиланням на джерела, рисунком або таблицею. Кожний із підрозділів наводять через два інтервали після тексту попереднього підрозділу розділу (відповідно першого, другого або третього).

Теоретичний розділ

У першому (теоретичному) розділі основної частини розглядають теоретичні та методичні аспекти досліджуваної проблеми, проводять аналітичний огляд літературних джерел із предмета дослідження, критично аналізують різні погляди, здійснюють їх наукову класифікацію, подають основні чинники впливу на стан і розвиток досліджуваного об'єкта тощо.

Цей розділ має містити всебічний аналіз стану досліджуваної проблеми на основі узагальнення, систематизації й опрацювання літературних джерел. Для констатації та обґрунтування загальнотеоретичних висновків і тенденцій доцільно використовувати дані, опубліковані у відповідних наукових виданнях. Бажаним є використання опублікованих статистичних даних із посиланням на джерела. Крім того, інформаційною базою для написання розділу обов'язково мають бути закони і підзаконні акти України, що характеризують сучасний стан у сфері дослідження.

Перший (теоретичний) розділ має містити не менш ніж 15 посилань на вітчизняні літературні джерела та принаймні п'ять посилань на зарубіжні літературні джерела. Під час посилання на авторів потрібно

зробити зноску в такому вигляді – [№ літературного джерела в списку використаних джерел]. Наприклад: [17].

У цьому розділі слід подати обґрунтування і розкрити економічну природу показників для аналізу маркетингової діяльності підприємства (установи, організації).

У ході написання першого розділу здобувач вищої освіти має продемонструвати вміння виокремлювати в досліджуваній проблемі головні, опорні питання, аналізувати й узагальнювати їх із застосуванням інструментарію аналітичних досліджень. Бажано ілюструвати текст графічним матеріалом: схемами, графіками, алгоритмами, діаграмами.

Обсяг першого розділу не має перевищувати 10 – 12 с. Його закінчують висновком обсягом 0,5 – 1 с.

Аналітичний розділ

Другий (аналітичний) розділ (12 – 15 с.) містить загальну характеристику конкретного підприємства (установи, організації), його зовнішнього та внутрішнього середовища, аналіз маркетингової діяльності або її складових в аспекті вибраної теми дипломної роботи. Здобувач вищої освіти має виконати детальний аналіз фактичного стану досліджуваної проблеми на матеріалах конкретного підприємства (установи, організації). Розділ може містити два-три підрозділи з метою розкриття стану питань, що вивчають, виявлення позитивних і негативних сторін у діяльності конкретного підприємства (установи, організації).

Перший підрозділ розділу 2 рекомендовано називати «Загальна характеристика підприємства (установи, організації)». Характеристика має містити:

загальні відомості про аналізоване підприємство (установу, організацію): повну назву, форму власності, коротку історію розвитку підприємства, дату організації та час існування на ринку;

основні напрями і види діяльності, економічні показники діяльності об'єкта дослідження за звітний період;

організаційну структуру управління (у вигляді схеми) та оцінювання принципів її побудови та функціонування.

У другому підрозділі розділу 2 потрібно провести аналіз зовнішнього середовища установи (організації, підприємства) з використанням

методів PEST- і SWOT-аналізу. Основними складовими цього підрозділу можуть бути:

характеристика ринку, на якому здійснює діяльність установа (міжнародний, національний, регіональний, міський, районний тощо); обсяг ринку; тип ринку, на якому діє організація (монополістичний, олігополістичний тощо);

аналіз стану конкуренції, перелік і характеристика підприємств, які діють на тому самому ринку, що й організація – база дослідження, і які є її безпосередніми конкурентами;

загальна характеристика середовища функціонування установи (організації, підприємства); аналіз її місця у виробничо-господарському комплексі країни або регіону, схема взаємозв'язків з іншими підприємствами, організаціями й установами (зовнішнім середовищем): споживачами, банками, державними органами, фінансовими посередниками та іншими учасниками ринку.

Цей підрозділ рекомендовано завершити побудовою матриці SWOT-аналізу з визначенням напрямів удосконалення маркетингової діяльності підприємства. Можливе використання методу експертних оцінок у процесі проведення SWOT-аналізу.

Другий розділ дипломної роботи закінчують висновком за розділом обсягом 0,5 – 1 с.

Проектний (рекомендаційний) розділ

Третій розділ дипломної роботи (15 – 20 с.) – проектний (рекомендаційний) – це пропозиції щодо вдосконалення маркетингової діяльності підприємства відповідно до напрямку дослідження. Пропозиції надають на основі зіставлення того, що є в практиці роботи підприємства (організації), зі сформульованим у першому (теоретичному) розділі еталоном (макетом) розв'язання проблеми, а також із висновками, зробленими в другому (аналітичному) розділі щодо комплексного аналізу підприємства, його мікро- та макро- маркетингового середовища, стану та результатів маркетингової діяльності з уточненням відповідно до теми дослідження. Це є підставою для обґрунтованого викладення конкретних пропозицій щодо розв'язання досліджуваної проблеми в організації чи на підприємстві.

Метою *першого підрозділу третього розділу* є розроблення питань, пов'язаних із реалізацією маркетингового дослідження, спрямованого на отримання об'єктивних даних, що є основою для вдосконалення

та управління маркетинговою діяльністю суб'єкта дослідження (підприємства), розроблення або коригування його маркетингової політики тощо.

У цьому підрозділі докладно й обґрунтовано, із посиланням на відповідні наукові джерела, викладають і аналізують отримані результати дослідження.

У процесі написання першого підрозділу третього розділу дипломної роботи реалізують дослідження та оцінюють дані, отримані на основі вибраних інструментів (анкет, гайдів, запитальників тощо), які детально наведено та обґрунтовано в другому розділі дипломної роботи.

У ході проведення маркетингового дослідження можна оцінювати дані та результати застосування одного або комбінації різних методів дослідження відповідно до проблеми і теми дипломної роботи. Їх використання має бути обов'язково погоджено з науковим керівником.

Якщо для досягнення мети дослідження визначено необхідність експертного оцінювання якогось явища чи ситуації, подають опис процедури відбору експертів, обґрунтування кількості та підтвердження їхньої компетентності. Обов'язкового наводять коефіцієнт конкордації – погодженості думок експертів.

За потреби проведення опитування споживачів (персоналу, посередників) наводять:

- а) опис однієї (чи декількох) генеральних сукупностей, які вивчають;
- б) одиницю дослідження;
- в) методи комунікацій під час проведення дослідження та процес відбору респондентів;
- г) планування охоплення одиниць сукупності, що вивчають: суцільне дослідження; вибіркове дослідження; монографічне дослідження; дослідження основного масиву;
- г') для вибіркового дослідження планують: вибір підходу до формування вибірки; необхідний обсяг (чисельність) вибірки.

Ці процеси може бути відображено під час планування дослідження як частину інформаційно-аналітичного забезпечення ухвалення маркетингових рішень. За таких умов повторно їх зазначати не потрібно.

Розглядають запропоновану процедуру контролю за процесом збирання даних для зменшення кількості помилок. Наводять опис процесу редагування даних (очищення даних, робота з відсутніми даними).

За наявності викладають особливості процесу кодування даних (детальне кодування даних подають у додатках) та проводять обґрунту-

вання доцільності використання програмного забезпечення, вибраного для формування бази даних і реалізації процесу аналізу. Відповідну таблицю з уведеними до ПК даними розміщують у додатках.

Аналіз даних виконують за переліком поставлених пошукових питань у межах кожного завдання дослідження.

Якщо дані було отримано з експертних інтерв'ю, наводять основні питання, поставлені експертам, узагальнені й агреговані відповіді на них. Найбільш цікаві та вагомі відповіді щодо цінності отриманої інформації можна процитувати. Далі подають аналіз отриманої інформації та зроблені висновки.

Якщо дані отримано з опитувальної анкети, аналіз даних проводять за такою схемою:

- питання анкети з агрегованими даними, отриманими після опитування;

- зведення даних до варіанта, у якому вони підлягають обробленню;

- розрахунок необхідних дескриптивних статистик;

- побудова таблиць сполучення ознак (якщо це потрібно для розв'язання питання);

- графічне зображення отриманої інформації (графіки, гістограми, діаграми тощо);

- перевірка гіпотез, які було сформульовано під час планування дослідження; за потреби – формулювання та перевірка нових гіпотез;

- побудова розроблених моделей;

- застосування прикладного статистичного аналізу для отримання запланованого результату;

- інші методи та методики аналізу даних.

Статистичний аналіз даних за кожним пошуковим питанням слід закінчити висновком, де в статистичних термінах подати отриману відповідь на пошукове питання.

Після аналізу даних та висновків окремо за кожним пошуковим питанням формують перелік основних результатів, отриманих у ході дослідження, і, з огляду на поставлені завдання дослідження, наводять загальні висновки, необхідні для ухваленні управлінського рішення – розроблення рекомендацій.

Другий підрозділ третього розділу має містити конкретні заходи (рекомендації) щодо досягнення мети дослідження. Надають рекомендації за результатами досліджень відповідно до напрямів удосконалення

маркетингової діяльності підприємства за темою дослідження. Кожна пропозиція повинна мати обґрунтування на основі аналізу, проведеного в попередніх розділах (підрозділах): виявлених відхилень, проблем і недоліків – із розробленням конкретних рекомендацій, пропозицій, моделей управління параметрами розвитку маркетингової діяльності підприємства. Надані рекомендації мають урахувати результати SWOT-аналізу, виконаного в роботі, посилювати сильні сторони та можливості чи нейтралізувати слабкі сторони і загрози підприємству відповідно, а також базуватися на основних теоретичних положеннях, методичних підходах, методичному інструментарії, викладених у попередніх розділах та підрозділах дипломної роботи.

Рекомендації мають бути конкретними, чіткими та обов'язково підкріпленими конкретною інформацією, отриманою під час дослідження. Їх можна подати у формі плану необхідних заходів для розроблення чи коригування відповідної продуктово-ринкової стратегії. Рекомендації слід супроводжувати ілюстративно-графічним підкріпленням і детальним описом запропонованих заходів.

У третьому підрозділі третього розділу проводять оцінювання ефективності та підтвердження доцільності запропонованих заходів, які подають у кінці розділу. Маркетингові заходи повинні мати реальний прикладний характер, що вимагає відповідного обґрунтування за кожним заходом та визначення його ефекту й ефективності.

Для цього може бути визначено показники економічного та комунікативного ефекту й ефективності залежно від запропонованих заходів і даних, які є в здобувача вищої освіти (зокрема, додатковий прибуток, рентабельність, витрати на рекламу, які припадають на 1 000 споживачів, коефіцієнт рекламної результативності, порівняльна торговельна ефективність, сукупність переглядів, охоплення, витрати на 1 000 переглядів, кількість контактів, вартість одного додаткового контакту, коефіцієнт упровадження та багато інших).

Показники ефективності розраховують на основі даних планового періоду, обґрунтованих здобувачем вищої освіти у проєктній частині. Підрозділ розпочинають із розрахунку всіх витрат, пов'язаних з упровадженням та реалізацією запропонованих рекомендацій.

Одним із досить простих і водночас результативних методів аналізу доцільності витрат є операційний аналіз, який називають аналізом «витрати-обсяг-прибуток», або CVP-аналіз.

CVP-аналіз – це аналіз беззбитковості виробництва чи аналіз співвідношення «витрати-обсяг-прибуток». Він є одним із потужних інструментів у визначенні точки беззбитковості.

Цей вид аналізу є одним із найбільш ефективних засобів планування та прогнозування діяльності підприємства: допомагає виявити оптимальні пропорції між змінними і постійними витратами, ціною й обсягом реалізації; мінімізувати підприємницький ризик.

У межах CVP-аналізу використовують формат звіту про фінансові результати, сформованого на основі маржинального прибутку, для визначення якого потрібно витрати, пов'язані з виробництвом і реалізацією продукції, розділити на постійні та змінні.

Проте використання CVP-аналізу – не єдиний спосіб обґрунтувати доцільність і ефективність запропонованих заходів.

Зокрема, ефективність може бути підтверджено на основі побудови трендових моделей. Трендова модель належить до економіко-математичних динамічних моделей, у якій розвиток модельованої економічної системи відображається через тренд (тенденцію) її основних показників.

Тренд, який звичайно називають часовим трендом, відображає тенденцію зміни явища (процесу, об'єкта) у часі. Він описує фактичну усереднену для «передісторії» тенденцію досліджуваного процесу в часі, його зовнішні прояви. Результат при цьому пов'язують виключно з плином часу. Припускають, що через фактор часу (t) можна виразити вплив усіх основних факторів.

Крім того, обґрунтуванням щодо доцільності впровадження запропонованих заходів може бути розрахунок показників та метрик відповідно до визначення ефекту й ефективності в межах використання окремих маркетингових інструментів у межах окремих маркетингових політик.

Третій розділ, як і попередня розділи дипломної роботи, має закінчуватися висновками за розділом обсягом 0,5 – 1 с.

Висновки

Висновки є логічним завершенням дипломної роботи. У них слід коротко сформулювати основні положення роботи, у стислій формі зробити висновки з матеріалу, викладеного в проблемно-аналітичній частині роботи.

У висновках стисло наводять викладену в дипломній роботі інформацію, подають отримані результати щодо виконання поставлених

автором завдань. Ця частина роботи є підсумком виконаних наукових досліджень і містить висновки й узагальнення, а також рекомендації щодо практичного використання отриманих результатів.

Висновки не мають повторювати висновки й узагальнення за розділами. Тут роблять висновки за всією роботою загалом, тобто відображають те істотне, що відрізняє роботу від раніше виконаних досліджень з розглянутої тематики.

Висновки зазвичай формують відповідно до побудови матеріалу в дипломній роботі. Вони не мають дублювати висновки зі вступу, а в конкретній формі подавати відмінність від раніше виконаних робіт.

Список використаних джерел

Список використаних джерел наводять після висновків із нової сторінки.

Формуючи список літератури за темою роботи, здобувач вищої освіти обов'язково має зазначити прізвище та ініціали автора, назву роботи, видавництво, місце та рік видання. Якщо до списку входять періодичні публікації, то обов'язково слід зазначити прізвище та ініціали автора, назву статті, часопису, газети тощо, рік видання, номер і сторінки, на яких надруковано статтю.

Якщо здобувач вищої освіти використовував інтернет-ресурси, то зазначають прізвище та ініціали автора матеріалу, назву, вебсайт і дату звернення до ресурсу.

Список використаних джерел варто розміщувати за наскрізною нумерацією в алфавітному порядку, а саме: постанови Верховної Ради України; укази Президента України; постанови Кабінету Міністрів України; нормативні акти міністерств і відомств; роз'яснення президії Вищого господарського суду України, постанови пленуму Верховного Суду України; монографії, підручники, навчальні посібники, наукові видання, статті в наукових часописах, автореферати дисертацій тощо. Зразки оформлення літературних джерел за видами подано в додатку Д.

Потім подають перелік іншомовних джерел та інтернет-ресурси. Причому електронні ресурси слід розміщувати теж в алфавітному порядку.

До списку використаних джерел рекомендовано включати не менш ніж 35 назв. Варто стежити за тим, щоб це були сучасні, останніх років видання та джерела.

Додатки

Після списку використаних джерел з нової сторінки розташовують додатки, які містять матеріал, що є необхідним для розкриття повноти дипломної роботи, але його включення в основну частину роботи може змінити упорядковане і логічне уявлення про роботу, або який через великий обсяг не може бути послідовно розміщено в основній частині роботи.

У додатках можна розміщувати такий допоміжний матеріал: первинні документи діяльності підприємства (установи, організації); таблиці допоміжних цифрових даних; розрахунки економічних показників діяльності підприємства, організації; інструкції та методики, опис алгоритмів і програм виконання завдань, якщо їх розроблено в процесі виконання дипломної роботи; ілюстрації допоміжного характеру.

Вимоги до оформлення дипломної роботи

Дипломну роботу обсягом 35 – 40 сторінок машинописного тексту виконують **українською мовою** або, за бажанням здобувача вищої освіти, іноземною мовою (**англійською, французькою**).

У процесі написання роботи слід дотримуватися такого розподілу обсягу тексту: вступ – 1 – 1,5 с.; розділи: перший (теоретичний) – 10 – 12 с.; другий (аналітичний) – 12 – 15 с.; третій (рекомендаційно-проектний) – 15 – 20 с.; висновки – 1 – 1,5 с.

Текст дипломної роботи друкують на комп'ютері з одного боку аркуша білого паперу формату А4 (210×297 мм) з міжрядковим інтервалом 1,5. Гарнітура шрифту – Times New Roman розміром (кеглем) 14 пт (рис. 1).

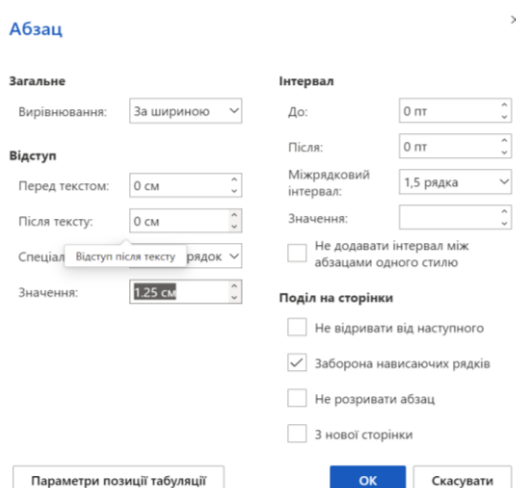
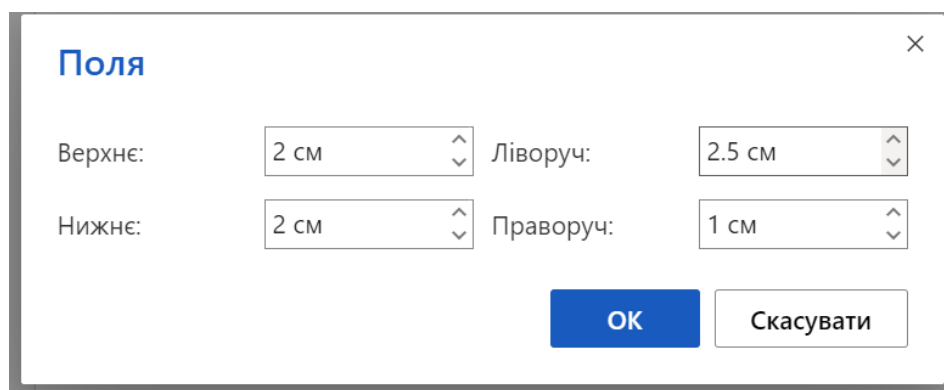


Рис. 1. Відступи та інтервали

Текст дипломної роботи друкують, дотримуючись таких полів: ліве – не менше 25 мм, праве – не менше 10 мм, верхнє і нижнє – не менше 20 мм (рис. 2).



Напрямок	Відступ
Верхнє	2 см
Ліворуч	2.5 см
Нижнє	2 см
Праворуч	1 см

Рис. 2. Налаштування полів

Абзацний відступ має бути однаковим по всьому тексту роботи і дорівнювати 1,25 см (або 5 символам).

У процесі виконання роботи потрібно дотримуватися рівномірної щільності, контрастності та чіткості зображення. Усі лінії, літери, цифри і знаки мають бути чіткими й однаково чорними по всій роботі. Під час оформлення роботи не використовують: підкреслювання, **напівжирний** та *курсивний* шрифт, режим маркованого списку.

Помилки, описки і графічні неточності, виявлені в процесі написання дипломної роботи, можна виправляти підчищенням або зафарбовуванням корекційною білою фарбою і нанесенням на тому самому місці виправленого тексту (фрагмента рисунка), але не більш ніж одного виправлення на сторінці.

Заголовки структурних частин дипломної роботи: **«ЗМІСТ»**, **«ВСТУП»**, **«НАЗВА РОЗДІЛУ»**, **«ВИСНОВКИ»**, **«СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ»**, **«ДОДАТКИ»** друкують великими літерами центровано до тексту, напівжирним шрифтом.

Заголовки підрозділів друкують маленькими літерами (окрім першої великої) з абзацного відступу. Крапку в кінці заголовків структурних елементів роботи не ставлять. Якщо заголовок складається з двох або більше речень, їх розділяють крапкою. Переноси слів у заголовку не допускають. Кожний розділ починають із нової сторінки.

Відстань між заголовком і текстом, а також між заголовком розділу та підрозділу має дорівнювати двом інтервалам і бути однаковою по всій роботі.

У межах розділу новий підрозділ починають на тій сторінці, де закінчився попередній підрозділ. Водночас назву підрозділу не можна розміщувати в кінці однієї сторінки, а текст підрозділу розпочинати на наступній.

Слід зазначити, що після назви підрозділу на сторінці має бути не менше двох рядків тексту (рис. 3).

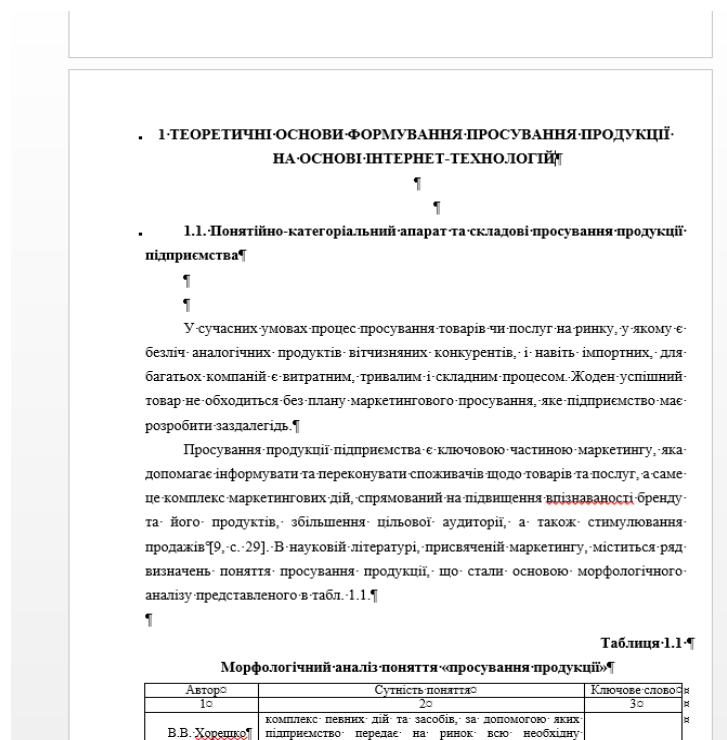


Рис. 3. Приклад оформлення назви та нумерації розділів і підрозділів дипломної роботи

Сторінки роботи мають бути заповнені текстом повністю. Винятком є останні сторінки вступу, розділів, висновків, списку використаних джерел, наповненість яких не може становити менш як 2/3 площі сторінки. Якщо розмір рисунка чи таблиці, наведених у тексті, не дозволяє розмістити їх на вільній площі безпосередньо в кінці сторінки, то на них роблять посилання, і на цій сторінці продовжується текст. Сам рисунок чи таблицю наводять на початку наступної сторінки, водночас таблицю чи рисунок потрібно розташовувати після закінчення абзацу.

Розділ чи підрозділ не можна закінчувати рисунком чи таблицею. Після них обов'язково має бути пояснювальний текст чи інша узагальнювальна інформація.

Нумерацію сторінок дипломної роботи здійснюють арабськими цифрами, дотримуючись наскрізної нумерації по всьому тексту. Номер сторінки проставляють у правому верхньому куті сторінки без крапки наприкінці. Гарнітура шрифту – Times New Roman розміром (кеглем) 12 пт.

Першою сторінкою дипломної роботи є титульна сторінка, яку включають до загальної нумерації сторінок роботи. На титульній сторінці та змісті номер сторінки не проставляють. На наступних сторінках, починаючи з другої сторінки вступу, номер проставляють у правому верхньому куті сторінки без крапки наприкінці з урахуванням попередніх сторінок.

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

Нумерація розділів, підрозділів дипломної роботи. Розділи, підрозділи дипломної роботи слід нумерувати арабськими цифрами.

Розділи дипломної роботи повинні мати порядкову нумерацію в межах викладення суті основної частини роботи. Їх позначають арабськими цифрами без крапки, наприклад, 1, 2, 3 і т. д. (див. рис. 3). Підрозділи дипломної роботи повинні мати порядкову нумерацію в межах кожного розділу.

Номер підрозділу складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, відокремлених крапкою. Після номера підрозділу ставлять крапку, наприклад: 1.1., 1.2. і т. д. Пункти повинні мати порядкову нумерацію в межах кожного розділу або підрозділу.

Назви ілюстрацій (схем, рисунків, графіків, діаграм, креслень) друкують під ілюстрацією напівжирним шрифтом центровано до рисунку. За потреби під ілюстрацією також розміщують пояснювальні дані (підрисунковий текст) (рис. 4).

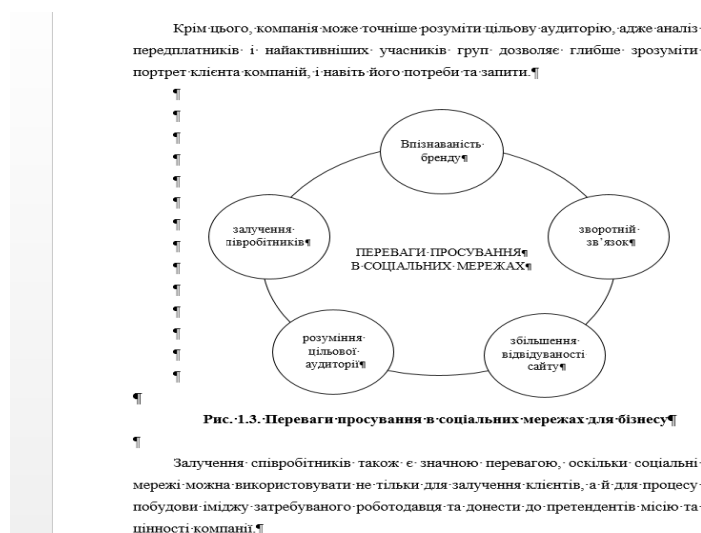


Рис. 4. Приклад оформлення рисунка в дипломній роботі

Ілюстрації (рисунок, креслення, графіки, схеми, діаграми та фото-знімки) слід розташовувати в роботі безпосередньо після тексту, де їх згадують уперше, або на наступній сторінці.

На всі ілюстрації в дипломній роботі мають бути посилання. Якщо ілюстрації створено не автором роботи, потрібно давати посилання на джерело, із якого запозичено ілюстрацію.

Ілюстрації нумерують арабськими цифрами порядковою нумерацією в межах розділу, за винятком ілюстрацій, що наводять у додатках. Номер ілюстрації складається з номера розділу і порядкового номера ілюстрації, відокремлених крапкою. Ілюстрацію позначають словом «Рис. ___», яке разом із назвою ілюстрації розміщують після пояснювальних даних, наприклад: «Рис. 3.1. Динаміка витрат підприємства на маркетингові дослідження».

Слід зазначити, що всередині ілюстрацій і таблиць використовують гарнітуру шрифту Times New Roman розміром (кеглем) 12 пт із міжрядковим інтервалом 1.0.

Якщо ілюстрація не вміщується на одній сторінці, можна перенести її на інші сторінки, подаючи назву ілюстрації на першій сторінці, пояснювальні дані – на кожній сторінці, і під ними позначати: «Рис. ___».

Якість ілюстрацій має забезпечувати їх чітке відтворення. Ілюстрації виконують за допомогою офісних програм або графічних редакторів у чорно-білому варіанті з використанням штрихування.

У роботі можна застосовувати різні типи схем і діаграм, які використовують залежно від характеру ілюстрованого матеріалу та виконуваних завдань. Якщо на рисунку зображено діаграму, то кожна її вісь повинна мати назву або позначати розмірність (наприклад, млн грн, т, % та ін.).

Оформлення таблиць. Таблицю в дипломній роботі потрібно розташовувати безпосередньо після тексту, у якому її згадують уперше, або на наступній сторінці, якщо вона завелика для її вбудовування в структуру тексту. На всі таблиці мають бути посилання в тексті дипломної роботи.

Перед словом «Таблиця» та після самої таблиці пропускають вільний рядок (міжрядковий інтервал – 1,5). Під назвою таблиці, не пропускаючи вільного рядка, розміщують власне таблицю.

Таблиці нумерують арабськими цифрами порядковою нумерацією в межах розділу, за винятком таблиць, що наводять у додатках. Номер таблиці складається з номера розділу і порядкового номера таблиці, відокремлених крапкою (рис. 5).

визначень поняття просування продукції, що стали основою морфологічного аналізу представленого в табл. 1.1.1»

Таблиця 1.1.1»

Морфологічний аналіз поняття «просування продукції»»

Автор»	Сутність поняття»	Ключове слово»
1»	2»	3»
В.В.Хорешко» [10, с. 155]»	комплекс певних дій та засобів, за допомогою яких підприємство передає на ринок всю необхідну інформацію про власний товар, формуючи таким чином споживчі потреби на ринку»	комплекс»
Л.В.Кашкус» [11, с. 105]»	комплекс маркетингових заходів, вкладених у збільшення попиту як наслідок збільшення продажів»	
Н.В.Шевченко» [12, с. 110]»	комплекс заходів, які забезпечують впізнаваність бренду»	

Продовження табл. 1.1.1»

1»	2»	3»
К.И.Пугачевська» [13, с. 133]»	зусилля з привернення уваги клієнтів до товару чи організації»	зусилля»
І.М.Севрук» [14, с. 21]»	зусилля з привернення уваги потенційних користувачів до товару чи підприємства, що пропонує певний перелік продукції»	
Є.Гурчунова» [15, с. 86]»	природний інструмент економіки та важливий регулятор ринкової системи»	інструмент»
Т.В.Романчик» [16, с. 27]»	багатоетапним процесом, який дуже глибоко підлаштовується під поточну ситуацію, метою якого є формування у потенційного покупця суб'єктивної думки про товар, яка б вигідно виділяла його на тлі інших аналогічних пропозицій»	процес»
Л.С.Крочко» [17, с. 249]»	сукупність заходів щодо доведення інформації про переваги продукту до потенційних споживачів та стимулювання у них бажання його купити»	сукупність»

Рис. 5. Приклад оформлення таблиці в дипломній роботі

Таблиця повинна мати назву, яку друкують малими літерами (окрім першої великої) і вміщують над таблицею. Назва має бути короткою, інформативною і такою, що відбиває загальний зміст таблиці. Між таблицею і текстом залишають один інтервал, а також і після її закінчення.

Слово «Таблиця ____» вказують справа над назвою таблиці. Назву таблиці друкують напівжирним шрифтом, центровано до таблиці. Якщо рядки або графи таблиці виходять за межі формату сторінки, таблицю поділяють на частини, розміщуючи одну частину під одною, або переносючи частину таблиці на наступну сторінку. Перенесення таблиці на наступну сторінку допускають у разі написання не менше двох рядків після назви колонок таблиці (головки таблиці). Розміщуючи таблицю на декількох сторінках роботи, головку таблиці не повторюють на кожній сторінці, а переносять тільки рядок з номерами колонок, поданий у таблиці на першій сторінці.

Над іншими частинами таблиці справа пишуть: «Продовження табл. ___» із зазначенням номера таблиці. Над останньою частиною таблиці вказують про закінчення таблиці, наприклад: «Закінчення табл. 3.1».

Заголовки граф таблиці починають із великої літери, а підзаголовки – з малої, якщо вони складають одне речення із заголовком. Підзаголовки, що мають самостійне значення, пишуть із великої літери. У кінці заголовків і підзаголовків таблиць крапки не ставлять. Заголовки і підзаголовки граф наводять в однині. Якщо цифрові або інші дані в якому-небудь рядку таблиці не подають, то в ньому ставлять прочерк.

Примітки розташовують після таблиці або ілюстрації, до яких вони належать. Якщо примітка одна, то її не нумерують, а позначають зірочкою у форматі верхнього індексу.

Слово «Примітка» пишуть із великої літери з абзацного відступу після таблиці чи рисунка (але перед назвою рисунка). Після слова «Примітка» ставлять крапку і з великої літери в тому самому рядку наводять текст примітки. Рекомендована гарнітура шрифту –Times New Roman розміром (кеглем) 12 пт із міжрядковим інтервалом 1.0.

Переліки. Переліки в тексті дипломної роботи, за потреби, подають усередині розділів, підрозділів. Перед переліком ставлять двокрапку.

Для переліку першого рівня деталізації використовують малі літери української абетки з дужкою або зовсім не роблять позначок. Для подальшої деталізації переліку слід використовувати арабські цифри з дужкою (другий рівень деталізації).

Перелік першого рівня деталізації друкують малими літерами з абзацного відступу, другого рівня – з відступом відносно місця розташування переліку першого рівня.

Посилання. Кожен використаний у роботі фактичний матеріал (фрагмент тексту документа, таблиці, рисунки, формули, числові дані, цитати, відомості про маловідомий факт тощо) супроводжують посиланням на джерело, із якого цей матеріал було взято. Посилання вказують порядковим номером джерела в списку використаних джерел, який розміщують у квадратних дужках. Якщо посилання здійснюють на друковане джерело, також зазначають номери сторінок, на яких безпосередньо подано матеріал (наприклад, певні дані або цитата). Якщо посилання здійснюють відразу на декілька джерел, їх відділяють одне від одного крапкою з комою.

Приклад речення з посиланнями:

«Інноваційна діяльність – це діяльність у межах інноваційного процесу, яка перетворює наукові та економічні знання за допомогою використання комплексу методів та процедур в інновації» [15, с. 12].

Формули й рівняння наводять безпосередньо після тексту дипломної роботи, у якому їх згадують.

Вище і нижче від кожної формули або рівняння залишають не менше одного вільного рядка.

Формули і рівняння в тексті дипломної роботи (за винятком формул і рівнянь, наведених у додатках) слід *нумерувати* порядковою нумерацією в межах розділу. Номер формули або рівняння складається з номера розділу і порядкового номера формули або рівняння, відокремлених крапкою, наприклад: формула (2.3) – третя формула другого розділу (рис. 6).

Розрахунок відсотків виконання плану, темпів зростання та приросту показників в абсолютному і відносному виразах.¶

Темп зростання показника розраховується за наступною формулою [38]:¶

$$TP = \frac{3\phi}{3б} \times 100\%, \quad \rightarrow \quad \rightarrow \quad \rightarrow \quad \rightarrow \quad \rightarrow \quad (2.2)¶$$

де TP – темп зростання показника, %;¶

... 3ϕ – фактичне значення показника;¶

... $3б$ – значення показника в попередньому періоді (базовому).¶

Темп приросту розраховується за наступною формулою [38]:¶

$$Tnp = \frac{(3\phi - 3б)}{3б} \times 100\% \quad \rightarrow \quad \rightarrow \quad \rightarrow \quad \rightarrow \quad \rightarrow \quad (2.3)¶$$

Аналіз даних табл. Г.1 (Додаток Г) дає можливість зробити наступні висновки.¶

Рис. 6. Зразок оформлення формули в дипломній роботі

Номер формули або рівняння зазначають на рівні формули (рівняння) у дужках у крайньому правому положенні на рядку.

Пояснення значень символів і числових коефіцієнтів, що входять до формули чи рівняння, слід наводити безпосередньо під формулою в тій послідовності, у якій їх подано у формулі (рівнянні).

Перший рядок пояснення починають без абзацного відступу словом «де» без двокрапки. Пояснення значення кожного символу та числового коефіцієнта варто подавати з нового рядка. Пояснювальні символи

друкують на однаковій відстані від краю аркуша, вирівнюючи за першим символом.

Переносити формули чи рівняння на наступний рядок можна тільки на знаках виконуваних операцій, повторюючи знак операції на початку наступного рядка. Коли переносять формули і рівняння на знаку операції множення, застосовують знак «×».

Формули, що йдуть одна за одною й не розділені текстом, відокремлюють комою без додаткових інтервалів.

Перелік умовних позначень, символів, одиниць, скорочень і термінів. Перелік у дипломній роботі розташовують стовпцем. Ліворуч в алфавітному порядку наводять умовні позначення, символи, одиниці, скорочення і терміни, праворуч – їх детальне розшифрування.

Список використаних джерел подають після висновків із нової сторінки. Джерела літератури в ньому слід розміщувати в алфавітному порядку, урахувавши, що спочатку наводять друковані джерела літератури, а потім – електронні ресурси. Причому електронні ресурси розміщують теж в алфавітному порядку. Приклад оформлення літературних та інших джерел наведено в додатку Д.

Додатки оформлюють як продовження дипломної роботи, розміщуючи їх у порядку появи посилань у тексті роботи.

Після останньої сторінки списку використаних джерел перед додатками потрібно розмістити чистий аркуш паперу, на якому в центрі великими літерами (розміром (кеглем) 14 пт) друкують слово «ДОДАТКИ». У змісті роботи слід указувати першу сторінку додатків.

Кожен додаток має починатися з титульного аркуша, на якому симетрично до сторінки наведено позначення додатка, надруковане великими літерами. Наприклад: «ДОДАТОК А». На наступному рядку наводять назву додатка, надруковану малими літерами, окрім першої великої. Наприклад: «Фінансова звітність підприємства». Слова «ДОДАТКИ», «ДОДАТОК», номер додатка та його назву в лапки не беруть.

Додатки слід позначати послідовно великими літерами української абетки, за винятком літер Г, Є, З, І, Ї, Й, О, Ч, Ь, наприклад: «ДОДАТОК А», «ДОДАТОК Б» тощо.

Ілюстрації, таблиці та формули, розміщені в додатках, нумерують у межах кожного додатка. Наприклад: «Рис. Д.2. Організаційна структура підприємства» означає «другий рисунок додатка Д»; «Таблиця А.1» означає «перша таблиця додатка А». На ілюстрації, таблиці та формули, розміщені в додатках, поширюються загальні вимоги щодо оформлення.

Зразок оформлення додатків у роботі наведено на рис. 7.



Рис. 7. Зразок оформлення додатків у дипломній роботі

Якщо додаток містить кілька сторінок (більше двох), то кожна наступну сторінку в правому верхньому куті супроводжують написом «Продовження додатка» та його літерним позначенням, наприклад: «Продовження додатка Д». Остання сторінка відповідного додатка має напис «Закінчення додатка Д».

Зразок оформлення продовження додатка наведено на рис. 8.



Рис. 8. Зразок оформлення продовження додатка в дипломній роботі

Якщо в роботі як додаток використовують документ, що має самостійне значення і оформлюється згідно з вимогами до документів цього

виду, то його копію подають у роботі без змін в оригіналі. Тоді перед копією вміщують аркуш, на якому посередині друкують слово «Додаток ...» і назву документа, що наводять, із наступного рядка.

Для презентації основних результатів дипломної роботи під час захисту здобувач вищої освіти готує презентаційний матеріал. Це таблиці, рисунки, переліки тощо, які містяться в основному тексті роботи та оформлені із застосуванням програмного продукту MS PowerPoint. Приклад оформлення титульного аркуша демонстраційного матеріалу до дипломної роботи подано в додатку Е.

Таблиці та рисунки ілюстративного матеріалу розміщують у порядку згадування їх у доповіді під час захисту.

Порядок подання і захисту дипломної роботи

Згідно з регламентом здобувач вищої освіти зобов'язаний подати дипломну роботу керівникові на перевірку в установлені строки. Під час підготовки до захисту слід усунути всі зауваження.

Перед захистом відбувається передзахист дипломної роботи, після якого здобувач вищої освіти усуває можливі недоліки. Потім робота проходить нормоконтроль і перевірку на унікальність.

Перед захистом дипломна робота бакалавра проходить перевірку на антиплагіат, для чого здобувач вищої освіти має у визначені кафедру строки надати відповідальній особі дипломну роботу одним файлом у форматі Word без додатків. За результатами перевірки видають довідку, у якій указано відсоток унікальності тексту дипломної роботи та відсоток плагіату. Довідку додають до дипломної роботи, а відсоток плагіату вказують в аркуші подання.

Далі здобувачу вищої освіти треба підписати роботу в завідувача кафедри та подати її до деканату, де зроблять записи в аркуші подання. Перед захистом здобувач вищої освіти зобов'язаний ознайомитися з рецензією, проаналізувати та підготувати відповіді на зауваження рецензента.

До захисту не допускають здобувачів вищої освіти, які не виконали навчальний план і на момент подання до захисту дипломної роботи мають академічну заборгованість. Питання про недопуск дипломної роботи до захисту розглядається на засіданні випускової кафедри та деканом факультету.

Також здобувач вищої освіти подає документи до наукового архіву, а саме:

- 1) титульний аркуш (форма № Н–9.02);
- 2) реферат (2 – 3 с.) та ключові слова двома мовами – українською й англійською.

Структуру реферату для наповнення наукового архіву наведено в додатку Ж.

Екзаменаційній комісії можна надати також інші матеріали, що характеризують наукову та практичну цінність виконаної дипломної роботи: друквані статті, доповіді на конференціях за темою роботи, документи, що вказують на її практичне застосування тощо.

Процедура захисту дипломної роботи є прилюдною і складається з таких етапів:

короткого повідомлення автора (визначають мету, зміст, наукову та практичну цінність роботи; питання, винесені на захист, і результати дипломної роботи). Рекомендована тривалість доповіді здобувача вищої освіти – 10 – 15 хв;

відповідей на запитання членів екзаменаційної комісії та присутніх на захисті;

відповідей на зауваження наукового керівника та рецензентів;

підбиття підсумків захисту дипломної роботи (оцінюють дипломну роботу кожного здобувача вищої освіти).

Під час захисту ведуть протокол засідання ЕК. Окремо зазначають думку членів ЕК про практичну цінність і рекомендації щодо використання пропозицій автора.

Загальний час захисту не має перевищувати 30 хв у середньому на одного здобувача вищої освіти.

Результати захисту дипломних робіт оголошують у цей самий день після оформлення протоколів засідання екзаменаційної комісії. Здобувачів вищої освіти, роботи яких містять значний обсяг наукової новизни, екзаменаційна комісія рекомендує для вступу до докторантури PhD.

Оцінювання дипломної роботи

Дипломну роботу оцінюють за 100-бальною шкалою. Під час оцінювання дипломної роботи беруть до уваги ступінь розкриття теми; зміст

і якість виконання роботи; відповідність оформлення вимогам; повноту і точність відповідей на запитання.

Узагальнені критерії оцінювання захисту дипломної роботи та деталізована бальна шкала наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Параметри та критерії оцінювання дипломної роботи

Рейтинговий показник (бали)	Оцінка ЕКТС	Оцінка в національній шкалі	Критерії оцінювання
1	2	3	4
90 – 100	A	Відмінно	Дипломну роботу виконано в повній відповідності з методичними рекомендаціями до виконання дипломної роботи; зміст графічних матеріалів відображає результати, отримані в основній частині та оформлені згідно з нормативними вимогами; здобувач вищої освіти показав глибокі теоретичні знання, оволодів первинними навичками дослідної роботи: у роботі проаналізовано не менш ніж 15 наукових і статистичних джерел (зокрема викладених іноземною мовою); самостійно й досконало виконав розрахунки, продемонстрував розуміння зв'язку отриманих результатів із практичним застосуванням; використав сучасні комп'ютерні програми; виконав роботу грамотно, літературною мовою; подав роботу до захисту у визначений кафедрою термін; доповідь і захист роботи обґрунтовані; виявлено комплексні знання зі спеціальних навчальних дисциплін щодо теми дипломної роботи; упевнено й обґрунтовано відповів на запитання членів комісії
82 – 89	B	Добре	Дипломну роботу виконано в повній відповідності з методичними рекомендаціями до виконання дипломної роботи; зміст графічних матеріалів відображає результати, отримані в основній частині та оформлені згідно з нормативними вимогами; здобувач вищої освіти показав

1	2	3	4
			глибокі теоретичні знання, оволодів первинними навичками дослідної роботи, але вагається під час вибору та обґрунтування основних проєктних рішень; продемонстрував розуміння зв'язку отриманих результатів із практичним застосуванням; використав сучасні комп'ютерні програми; виконав роботу грамотно, літературною мовою; оформив роботу відповідно до вимог і подав її до захисту у визначений кафедрою термін; на захисті продемонстрував добрі знання зі спеціальних навчальних дисциплін щодо теми дипломної роботи
75 – 81	C	Добре	Дипломну роботу виконано в повній відповідності з методичними рекомендаціями до виконання дипломної роботи; зміст графічних матеріалів відображає результати, отримані в основній частині. Здобувач вищої освіти показав добрі теоретичні знання з теорії та практики маркетингу, навички дослідної аналітичної роботи, але висновки щодо проведеного аналізу та проєктні пропозиції не досить ґрунтовні; самостійно виконав основну частину, але є помилки та недоопрацювання. Продемонстрував розуміння зв'язку отриманих результатів із практичним застосуванням, однак відчуває труднощі щодо їх обґрунтування. Виконав роботу грамотно; оформив роботу відповідно до вимог і подав її до захисту у визначений кафедрою термін. На захисті продемонстрував добрі знання з теми дослідження, відповів на запитання членів комісії з декількома неточностями
64 – 74	D	Задовільно	Дипломну роботу виконано з незначними порушеннями методичних рекомендацій до виконання дипломної роботи; у роботі виявлено помилки; в аналітичній частині є надлишок елементів описовості; добір інформаційних ресурсів та джерел не завжди актуальний і обґрунтований; є певні помилки в узагальненні отриманих результатів, розумінні міждисциплінарних

1	2	3	4
			зв'язків та способах прикладного застосування отриманих знань. Роботу подано до захисту у визначений кафедрою термін, однак здобувач вищої освіти неякісно підготував і виконав доповідь, невпевнено відповідає на основні питання за змістом роботи
60 – 63	E	Задовільно	Дипломну роботу виконано із суттєвими порушеннями методичних рекомендацій до виконання дипломної роботи; в основній частині виявлено суттєві помилки; роботу не структуровано, неякісно оформлено текстову та графічну частини роботи. Роботу подано до захисту з порушенням терміну, встановленого кафедрою; у відповідях на запитання членів комісії допущено грубі помилки; не систематизовано доповідь під час захисту
35 – 59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання	Невідповідність змісту і матеріалу затвердженій темі дипломної роботи. Здобувач вищої освіти загалом орієнтується в матеріалі навчальної дисципліни
1 – 34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням	Роботу не виконано або виконано не самостійно, здобувач вищої освіти не орієнтується в матеріалі навчальної дисципліни та дипломної роботи

Оцінка за дипломну роботу залежить від застосованої методики дослідження, якості виконання дослідження, уміння здобувача вищої освіти поєднувати теоретичні знання з практикою маркетингової діяльності, правильності відповідей на запитання під час захисту, а також від оформлення роботи.

Рекомендована література

1. ДСТУ 3582:2013. Інформація та документація. Бібліографічний опис. Скорочення слів і слово-сполучень українською мовою. Загальні вимоги та правила (ISO 4:1984, NEQ; ISO 832:1994, NEQ) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://lib.zsmu.edu.ua/upload/intext/dstu_3582_2013.pdf.

2. Інформаційні ресурси кафедри маркетингу щодо науково-дослідної практики, переддипломної практики, дипломної роботи здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти 4 року навчання // Сайт ПНС ХНЕУ ім. С. Кузнеця [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://pns.hneu.edu.ua/course/index.php?categoryid=984>.

3. Кодекс академічної доброчесності Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (нова редакція) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/11/Kodeks-akademichnoyi-dobrochesnosti.pdf>.

4. Положення про атестацію здобувачів вищої освіти Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (нова редакція) [Електронний ресурс]. – Харків, 2023. – 13 с. – Режим доступу : <https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/08/Polozhennya-pro-atestatsiyu-vypusknykiv-HNEU.pdf>.

5. Основи наукових досліджень [Електронний ресурс] : навч. посіб. / О. М. Сінчук, Т. М. Берідзе, М. Л. Барановська та ін. – Електрон. текстові дані (1 файл / 1,88 Мбайт). – Кременчук : ПП Щербатих О. В., 2022. – 196 с. – Режим доступу : <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/7575ee8e-0172-497d-9902-2e0b284e870b/content>.

6. Положення про порядок проходження рукопису від його підготовки до видання у ХНЕУ ім. С. Кузнеця / уклад. М. В. Афанасьєв, М. М. Оленич, І. В. Малець, В. М. Анохін. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. – 136 с.

7. Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у Харківському національному економічному університет імені Семена Кузнеця [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/11/Polozhennya-pro-sistemu-vnutrishnogo-zabezpechennya-yakosti-osvitnoyi-diyalnosti

ta-yakosti-vyshhoyi-osvity-u-Harkivskomu-natsionalnomu-ekonomichnomu-universyteti-imeni-Semena-Kuznetsya.pdf.

8. Про вищу освіту : Закон України № 1556-18 від 1 липня 2014 року (зі змін.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.

9. Пушкар О. І. Методологія та організація наукових досліджень [Електронний ресурс] : навч. посіб. / О. І. Пушкар ; Харків. нац. екон. ун-т ім. С. Кузнеця. – Електрон. текстові дані (9,76 МБ). – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020. – 866 с. – Режим доступу : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/23346>.

10. Регламент перевірки на унікальність академічних текстів здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних працівників ХНЕУ ім. С. Кузнеця навчально-методичним відділом [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/1/Reglament-perevirky-na-unikalnist-akademichnyh-tekstiv.pdf>.

11. Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затверджений наказом Міністерства освіти і науки України № 1343 від 05.12.2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr-1.pdf>.

Додатки

Додаток А

Орієнтовний перелік тем дипломних робіт

1. Управління маркетинговою діяльністю підприємства.
2. Удосконалення маркетингової діяльності в умовах диджиталізації.
3. Формування іміджу громадської організації.
4. Просування послуг підприємства на основі інтернет-технологій.
5. Удосконалення маркетингової діяльності підприємства на основі моделей поведінки споживачів.
6. Стратегічні аспекти управління марочною політикою закладу вищої освіти.
7. Формування стратегії розвитку товарної політики підприємства.
8. Формування стратегії інтернет-маркетингу підприємства.
9. Підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі використання маркетингових інструментів.
10. Формування плану просування бренду підприємства в мережі «Інтернет».
11. Обґрунтування проєкту диверсифікації товарної політики підприємства.
12. Розроблення рекламної кампанії підприємства.
13. Удосконалення просування бренду підприємства в соціальних мережах.
14. Управління брендом інноваційної продукції.
15. Система маркетингового менеджменту підприємства та шляхи її вдосконалення.
16. Системне забезпечення креативного маркетингу (на прикладі конкретного продукту, підприємства або галузі).
17. Маркетингове стратегічне планування на підприємстві.
18. Формування комплексу маркетингових комунікацій.

**Приклад оформлення заяви для затвердження теми
та керівника дипломної роботи**

Завідувачу кафедри маркетингу
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
професору Людмилі ГРИНЕВИЧ
здобувача першого
(бакалаврського) рівня
спеціальності 075 «Маркетинг»
ОП «Маркетинг»
групи 6.03.075.010.XX.X
Ім'я ПРІЗВИЩЕ

ЗАЯВА

Прошу Вас затвердити за мною тему бакалаврської дипломної роботи «*ТЕМА дипломної роботи*».

Науковим керівником дипломної бакалаврської роботи прошу призначити д-ра екон. наук / канд. екон. наук, професора / доцента кафедри маркетингу _____

Здобувач _____ Ім'я ПРІЗВИЩЕ
підпис

Науковий керівник,
д-р екон. наук / канд. екон. наук,
професор / доцент _____ Ім'я ПРІЗВИЩЕ
підпис

Завідувач кафедри _____ Людмила ГРИНЕВИЧ
підпис

**Зразок оформлення титульного аркуша
дипломної роботи**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ

КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

Рівень вищої освіти	перший (бакалавр)
Спеціальність	Маркетинг
Освітня програма	Маркетинг
Група	6.03.075.010.X.X

ДИПЛОМНА РОБОТА

на тему «ТЕМА»

Виконав: здобувач

Ім'я ПРІЗВИЩЕ

Керівник: *д-р екон. наук / канд. екон. наук,
професор / доцент*

Ім'я ПРІЗВИЩЕ

Рецензент: *учене звання /
посада на підприємстві*

Ім'я ПРІЗВИЩЕ

Харків – 202_

Зразок оформлення аркуша подання

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

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

Направляється здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти *ПРИЗВИЩЕ Ім'я* до захисту дипломної роботи за спеціальністю 075 «Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг» на тему «*Тема дипломної роботи*».

Тему та керівника дипломної роботи затверджено наказом ректора № ____ від «__» _____ 202_ року.

Декан факультету _____ Володимир ВОВК

Довідка про успішність і відповідність вимогам ДСТУ

Здобувач *ПРИЗВИЩЕ Ім'я* за період навчання на факультеті менеджменту і маркетингу з 202_ року до 202_ року повністю виконав навчальний план за освітньою програмою з таким розподілом оцінок за національною шкалою: відмінно __%, добре __%, задовільно __%.

Секретар факультету _____ Інна КОЗЛОВА

Висновок керівника дипломної роботи

Керівник роботи _____ Ім'я ПРИЗВИЩЕ

Висновок кафедри про дипломну роботу

Дипломну роботу розглянуто на засіданні кафедри маркетингу, протокол № _ від «__» _____ 202_ р. Здобувач *ПРИЗВИЩЕ Ім'я* допускається до захисту роботи в екзаменаційній комісії.

Завідувач кафедри _____ Людмила ГРИНЕВИЧ

Зразки оформлення літературних джерел за видами

Книги

Один автор

Пушкар О. І. Методологія та організація наукових досліджень [Електронний ресурс] : навч. посіб. / О. І. Пушкар ; Харків. нац. екон. ун-т ім. С. Кузнеця. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020. – 866 с.

Каплунов Д. Королі соціальних мереж / Д. Каплунов. – Київ : BookChef , 2022. – 432 с.

Два автори

Андрушків Б. М. Основи маркетингу / Б. М. Андрушків, О. Є. Кузьмін. – Львів: Світ, 2020. – 296 с.

Петренко А. О. Промисловий маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика : [підручник] / А. О. Петренко, А. О. Пугач. – Київ : Знання, 2021. – 358 с.

Три автори

Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового / Ф. Котлер, Х. Картаджайа, А. Сетіаван. – Київ : КМ-Букс, 2021. – 144 с.

Лисиця Н. М. Сучасний маркетинг у цифровому просторі [Електронний ресурс] : монографія / Н. М. Лисиця, Г. О. Холодний, М. І. Ус. – Електрон. текстові дані. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2023. – 204 с.

Статті

Гриневич Л. В. Система прийняття рішень щодо подолання дисбалансу професійного розподілу людського капіталу продуктивних сил регіону / Л. В. Гриневич // Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». – 2019. – № 3 (270). – С. 63–67.

Небилиця О. А. Сучасні ефективні маркетингові інструменти розвитку бізнесу [Електронний ресурс] / О. А. Небилиця // Комунальне господарство міст. Серія «Економічні науки». – 2021. – Вип. 7 (167). – С. 204–2012. – Режим доступу : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27193>.

Родіонов С. О. Інтернет-маркетинг в Україні: сучасні тренди та інструменти [Електронний ресурс] / С. О. Родіонов // Журнал

стратегічних економічних досліджень. – 2022. – № 3 (8). – С. 110–118. –
Режим доступу : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/28126>.

Сторінки з вебсайтів

Офіційна фандрейзингова платформа України. – Режим доступу :
<https://u24.gov.ua/uk>.

Офіційний сайт АТ «ПриватБанк». – Режим доступу :
<https://privatbank.ua/>.

Що таке бренд і брендинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<https://ideadigital.agency/blog/shho-take-brend-ta-brening/>.

**Приклад оформлення титульного аркуша
демонстраційного матеріалу до дипломної роботи**

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ

КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

ІЛЮСТРАТИВНИЙ МАТЕРІАЛ

до дипломної роботи на здобуття
освітнього рівня «бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг»
(освітньої програми «Маркетинг»)
на тему
«ТЕМА»

Виконав:

здобувач 4-го курсу
групи 6.03.075.__.__.__

Ім'я ПРІЗВИЩЕ

Керівник роботи:

*д-р екон. наук / канд. екон. наук,
професор / доцент*

Ім'я ПРІЗВИЩЕ

Харків – 202_

Структура реферату для наповнення наукового архіву

Дипломна робота складається зі __ сторінок; __ таблиць; __
рисуноків; __ джерел літератури, розміщених на __ сторінках; __ додатків.

Мета роботи –

Об'єктом дослідження є процес

Предметом дослідження є

У розділі 1 дипломної роботи досліджено

У розділі 2 проведено комплексний аналіз діяльності

У розділі 3... .

Ключові слова: (не менш ніж п'ять).

Рік виконання роботи – 202_ р.

Рік захисту – 202_ р.

Зміст

Вступ.....	3
Загальні вимоги до структури та змісту дипломної роботи	5
Вимоги до змісту розділів дипломної роботи	7
Вимоги до оформлення дипломної роботи	15
Порядок подання і захисту дипломної роботи	25
Рекомендована література.....	30
Додатки.....	32

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

**Методичні рекомендації
до написання дипломної роботи
для здобувачів вищої освіти
спеціальності 075 «Маркетинг»
освітньої програми «Маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня**

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Укладачі: **Гриневич** Людмила Володимирівна
Небилиця Олена Анатоліївна
Ус Марина Ігорівна

Відповідальний за видання *Л. В. Гриневич*

Редактор *Н. Г. Войчук*

Коректор *Н. Г. Войчук*

План 2024 р. Поз. № 77 ЕВ. Обсяг 41 с.

Видавець і виготовлювач – ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 61166, м. Харків, просп. Науки, 9-А

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру
ДК № 4853 від 20.02.2015 р.*