

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮЯ**  
**ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**

***КАФЕДРА ПРОМИСЛОВОГО МАРКЕТИНГУ***

**НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК**

для виконання дипломних робіт за освітньою програмою підготовки  
магістрів галузі знань 07 «Управління та адміністрування»  
спеціальності 075 «Маркетинг»

Навчальний посібник для виконання дипломних робіт за освітньою програмою підготовки магістрів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» / Укл.: Шпилик С.В, Федорович Р.В. – Тернопіль: ТНТУ ім. І. Пулюя, 2016. – 184 с.

Навчальним посібником встановлено зміст і послідовність виконання дипломної роботи, основні вимоги до її оформлення, критерії оцінювання та рекомендації щодо захисту. Даний посібник призначений для студентів, які навчаються за програмою «Магістр», викладачів – керівників дипломних робіт, рецензентів, консультантів та членів Екзаменаційної комісії.

Рецензенти: д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки та фінансів ТНТУ ім. І. Пулюя  
Панухник О.В.

д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту у виробничій сфері  
Н. Б. Кирич

Відповідальна за випуск к.е.н., доц. Шпилик С.В.

Заслухано та рекомендовано до друку на засіданні кафедри промислового маркетингу Тернопільського національного технічного університету ім. Івана Пулюя.

*Протокол № 7 від 4 березня 2016 р.*

Рекомендовано до друку методичною радою факультету економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету ім. Івана Пулюя.

*Протокол № 1 від 21 квітня 2016 р.*

## ЗМІСТ

ВСТУП	5
1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ .....	10
2. МЕТА, ЗАВДАННЯ І ВИМОГИ ДО ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ.....	12
2.1. Сутність дипломної роботи.....	12
2.2. Мета написання дипломної роботи.....	13
2.3. Вимоги до змісту дипломної роботи.....	15
2.4. Дипломна робота магістра як кваліфікаційне дослідження.....	17
3. ВИБІР І ЗАТВЕРДЖЕННЯ ТЕМИ ТА ЗАВДАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ.....	21
4. ОРГАНІЗАЦІЯ ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ.....	24
4.1. Керівництво процесом підготовки та написання дипломної роботи .....	24
4.2. Збір матеріалу необхідного для виконання роботи.....	26
4.3. Використання інформаційних ресурсів мережі Інтернет.....	30
4.4. Методика та методи дослідження.....	32
4.5. Складання попереднього плану.....	36
4.6. Послідовність і терміни виконання дипломної роботи .....	37
4.7. Організація дипломного проектування .....	39
5. ЗМІСТ ТА СТРУКТУРА ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ .....	41
5.1. Зміст дипломної роботи та структура її підрозділів.....	41
5.2. Вимоги до написання вступу.....	67
5.3. Вимоги до написання автореферату.....	79
6. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ .....	84
6.1. Загальні вимоги .....	84
6.2. Нумерація та оформлення ілюстрацій.....	86
6.3. Таблиці.....	90
6.4. Формули.....	92
6.5. Загальні правила цитування та посилання на використані джерела.....	94
6.6. Переліки та умовні позначення.....	95
6.7. Оформлення додатків.....	96
6.8. Порядок оформлення списку використаних джерел .....	96
7. ПІДГОТОВКА І ЗАХИСТ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ .....	98
7.1. Загальний порядок надання матеріалу перед захистом .....	98
7.2. Відгук керівника дипломної роботи.....	100
7.3. Рецензії.....	101

7.4. Доповідь та роздатковий матеріал .....	103
7.5. Перелік документів що подаються до захисту .....	104
7.6. Організація захисту дипломної роботи .....	105
7.7. Порядок захисту дипломної роботи магістра.....	109
7.8. Критерії оцінювання дипломної роботи .....	111
РОЗДІЛ 8. ФУНКЦІЇ СТРУКТУРНИХ ПІДРОЗДІЛІВ ТА ПОСАДОВИХ ОСІБ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТУВАННЯ.....	113
РОЗДІЛ 9. ПРАВА ТА ОBOB'ЯЗКИ СТУДЕНТІВ-ДИПЛОМНИКІВ.....	116
РОЗДІЛ 10. РЕКОМЕНДОВАНА ТЕМАТИКА ДИПЛОМНИХ РОБІТ....	119
РОЗДІЛ 11. ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ДЛЯ НАПИСАННЯ ДИПЛОМНИХ РОБІТ.....	126
ДОДАТКИ .....	142
Додаток А Приклад оформлення титульного аркуша дипломної роботи.....	143
Додаток Б Бланк завдання на дипломну роботу.....	144
Додаток В Зразок анотації до дипломною роботи.....	146
Додаток Д Зразок оформлення змісту дипломної роботи.....	147
Додаток Е Приклад оформлення переліку умовних скорочень та абревіатур.....	149
Додаток Ж Зразок вступу до дипломної роботи.....	150
Додаток З Основні символи для конструювання блок-схем алгоритмів... .....	153
Додаток К Бланк рецензії на дипломну роботу .....	154
Додаток Л Бланк відгуку наукового керівника на дипломну роботу.....	156
Додаток М Зразок оформлення довідки про впровадження результатів дипломної роботи у діяльність підприємства.....	157
Додаток Н Інтернет-адреси сайтів з маркетингу.....	159
Додаток П Критерії оцінювання дипломних робіт (дипломних проектів).....	161
Додаток Р Зразок заяви на вибір теми дипломної роботи і закріплення наукового керівника .....	165
Додаток С Методи та результати їх використання .....	166
Додаток Т Зразок висновків до дипломної роботи .....	169
Додаток Ф Вимоги до оформлення списку використаних джерел .....	172
Додаток Х Зразок оформлення доповіді до захисту.....	176
Додаток Ц Зразок оформлення автореферату.....	177
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	184

## ВСТУП

Реформування економіки України докорінно змінило характер, принципи та процес управління виробництвом і господарською діяльністю, що суттєво впливає на вимоги до професійного та кваліфікаційного рівня фахівців з маркетингу. Цілеспрямоване набуття студентами знань, умінь і навичок, їх трансформація у компетенцію сприяє особистому культурному розвитку, розвитку технологій, здатності швидко реагувати на запити часу.

У таких умовах основне завдання випускаючої кафедри – формування фахівців з маркетингу, які б відповідали сучасним вимогам управління та організації діяльності підприємств усіх форм власності, розробка оптимальної моделі підготовки маркетологів через зв'язки із виробництвом, визначення потреб ринку у фахівцях вищезазначеного профілю, впровадження у навчальний процес сучасних комп'ютерних технологій та нових засобів навчання.

*Магістр* – це освітній рівень фахівця, який здобув спеціальні знання та уміння дослідницького та інноваційного характеру, має певний досвід їх застосування та продукування нових знань для вирішення професійних завдань у певній галузі економіки.

Студент-магістр повинен мати широку ерудицію, фундаментальну наукову базу, володіти сучасними інформаційними технологіями, методами отримання, обробки, зберігання і використання наукової інформації, бути спроможним до ефективної науково-дослідницької діяльності.

Дипломний проект (ДП) – це кваліфікаційна робота дипломника певного освітнього рівня. ДП є завершеною розробкою об'єкта проектування (пристрою, системи, процесу тощо) і передбачає його синтез в найбільш оптимальному варіанті із докладною розробкою певної функціональної частини (елемента, вузла, підсистеми, технологічної операції тощо) з урахуванням сучасного рівня розвитку відповідної галузі, досягнень науки і техніки, економічних, екологічних, ергономічних вимог, а також вимог охорони праці та забезпечення життєдіяльності об'єкта проектування.

Дипломна робота (ДР) – це кваліфікаційна робота дипломника певного освітнього рівня метою і головним змістом якої є вирішення актуальної виробничої, науково-технічної, науково-методичної або наукової проблеми (задачі). Вона пов'язана з аналізом (синтезом), теоретичною розробкою актуальних питань, моделюванням (фізичним або математичним), дослідженням процесів, об'єктів, систем у певній галузі науки і техніки.

Виконання ДР магістра передбачає переважно діяльність за заданим алгоритмом на експлуатаційному рівні, що містить процедуру часткового конструювання відповідних рішень (стереотипні та переважно діагностичні задачі).

За практичною спрямованістю ДР є:

- навчальні;
- реальні.

Навчальна ДР передбачає розв'язання студентом навчальних завдань, рішення яких потребує від нього певних знань та професійних умінь згідно освітнього рівня.

Реальна ДР – це робота, якій притаманна одна або кілька з перерахованих ознак: її тема пов'язана з науково-дослідною роботою кафедри або виконана на замовлення організацій (установ, підприємств, НДІ тощо); результати проектування доведені до стану, що дозволяє їх використовувати для впровадження в господарську діяльність, техніку, технології, науку, сучасне виробництво; наявний акт про впровадження результатів, або запит підприємства на передачу матеріалів ДР.

До реальних також відноситься ДР за результатами виконання яких студентом отримані патенти (прийняті до розгляду заявки на патенти), опубліковані статті, тези доповідей, отримані зразки матеріалів (виробів), виготовлені діючі макети обладнання тощо.

За характером виконання:

- індивідуальні;
- комплексні.

Індивідуальна ДР передбачає одноосібну роботу.

Комплексна ДР виконується, коли його тема потребує залучення групи

студентів одного або кількох напрямів (спеціальностей). Комплексні ДР можуть бути кафедральними, міжкафедральними, міжфакультетськими та міжвузівськими, повинні мати логічно завершені та не дубльовані за змістом розділи та загальну частину, що об'єднує окремі розділи до єдиної ДР.

Отже, **дипломна робота** є результатом самостійної індивідуальної навчальної діяльності студента, яка підводить підсумки вивчення ним дисциплін, що передбачені навчальним планом підготовки магістрів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» (для магістрів, що захищаються у 2016 р. – 8.03050701) Дипломник повинен підтвердити рівень загальнотеоретичної і спеціальної підготовки.

Дипломна робота є кваліфікаційним документом, на підставі якого Екзаменаційна комісія визначає рівень теоретичної та практичної підготовки випускника, його готовність до самостійної роботи за фахом і приймає рішення про присвоєння кваліфікації.

**Метою** дипломної роботи є оволодіння методологією творчого вирішення (розв'язання) сучасних проблем (задач) прикладного або(та) наукового характеру на основі отриманих знань, професійних умінь та навичок відповідно до стандартів вищої освіти.

*Основні завдання дипломної роботи:*

- систематизація, закріплення, розширення теоретичних і практичних знань зі спеціальності, отриманих у процесі навчання за освітньою програмою підготовки фахівця певного освітнього рівня, та застосування їх при вирішенні конкретних технічних, економічних, виробничих наукових, та інших завдань у певній галузі професійної діяльності;

- розвиток навичок самостійної роботи і оволодіння методикою досліджень та експерименту, фізичного або математичного моделювання, використання сучасних інформаційних технологій при розв'язанні задач, передбачених завданням на дипломне проектування;

- визначення відповідності рівня підготовки випускника вимогам до фахівця, відповідного рівня, його готовності та спроможності до самостійної роботи в умовах ринкової економіки, сучасного виробництва, прогресу науки, техніки та суспільства.

**Завданням** даного посібника є надання студентам-магістрам теоретико-методичної допомоги у виконанні ними дипломних робіт.

**Тему дипломної** роботи студент вибирає на підставі запропонованої випускною кафедрою тематики, наявного місця переддипломної практики, отриманих замовлень організацій, установ, підприємств щодо проведення проектних, аналітичних, розрахункових та інших видів робіт, актуальних для цих організацій, а також власних наукових уподобань та наукових пріоритетів, які є в економічній науці. Студент має право запропонувати і свою тему дипломної роботи з належним обґрунтуванням доцільності її розробки та можливості виконання.

**Дипломна робота** виконується студентом **самостійно**. Завдання на дипломну роботу видає керівник, який призначається випускною кафедрою і який консулює дипломника в процесі виконання ним дипломної роботи. Окрім керівника дипломної роботи спеціалізованими кафедрами можуть бути призначені консультанти, які консулюють дипломника з окремих питань, які повинні бути обов'язково відображені в дипломній роботі.

**Методичні вказівки визначають** принципи і вимоги до написання дипломної роботи обов'язкові для кожного студента. Вони включають єдині вимоги до змісту, структури й обсягу дипломної роботи, визначають порядок вибору і затвердження теми дипломної роботи, організацію її виконання і захисту, критерії оцінки дипломної роботи.

Передбачається, що студент-магістр у процесі навчання займається науковою роботою – готує доповіді на студентські наукові конференції, виконує курсові роботи тощо, має власні наукові інтереси.

Виконання дипломної роботи повинно засвідчити рівень опанування студентом сучасних методів наукового дослідження, використання статистичних і математичних методів, уміння робити власні узагальнення та висновки. Оцінюючи дипломні роботи, Екзаменаційна комісія враховує не лише якість самого наукового



дослідження, його актуальність, вміння захистити сформульовані положення та висновки, а і його оформлення.

Невідповідність в оформленні дипломної роботи державним стандартам і встановленим вимогам може суттєво вплинути на остаточну оцінку роботи, а через значні відхилення робота може бути недопущена до захисту. Тому оформленню роботи слід приділити особливу увагу. Дотримання студентом усіх вимог до оформлення роботи сприяє формуванню в нього належного стилю роботи, виховує вимогливість до себе, прищеплює певні навички до ведення наукового дослідження.

## 1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Положення про дипломне проектування у Тернопільському національному технічному університеті імені Івана Пулюя розроблено на підставі законів України «Про освіту» та «Про вищу освіту», «Положення про державний вищий заклад освіти», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 05.09.1996 р. за № 1074, «Положення про організацію навчального процесу у вищих навчальних закладах», затвердженого наказом Міністерства освіти України від 02.06.1993 р. за № 161, зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 23.11.1993 р. за № 173, Методичних рекомендацій щодо запровадження Європейської кредитно-трансфертної системи, затверджених наказом Міністерства освіти і науки України від 16.10.2009 р. за № 943, «Положення про факультет університету», «Положення про кафедру університету», «Положення про державну атестацію студентів Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя», «Положення про інституційний репозитарій Тернопільського національного технічного університету ім. І. Пулюя (ELARTU)», «Тимчасового положення про заходи щодо недопущення академічного плагіату в ТНТУ ім. І. Пулюя» та Статуту університету.

Положення про дипломне проектування є нормативним документом ТНТУ, який визначає вимоги до організації дипломного проектування. На підставі цього Положення випускові кафедри розробляють методичні рекомендації (вказівки) щодо обсягу, структури, змісту та оформлення дипломних робіт з урахуванням специфіки певного напрямку підготовки (спеціальності) та майбутньої професійної діяльності випускників.

Враховуючи, що дипломна робота є кваліфікаційною роботою, до якої висуваються певні вимоги, методичний посібник призначено для студентів, керівників дипломних робіт, консультантів, рецензентів та членів Екзаменаційних комісій для практичного використання в їх діяльності.

Своєчасне ознайомлення студентів з тематикою дипломних робіт (проектів), особливостями і характером вимог, які ставляться до такого виду робіт, їх

виконання, дозволить уникнути небажаних помилок, внести елементи плановірності і організованості в роботу випускників, сприятиме підвищенню якості виконання дипломних робіт. У цьому автори вбачали основне своє завдання.

Встановлення відповідних регламентованих вимог до виконання дипломних робіт повинно допускати елементи не формалізму, а новизни, стимулювати творчий підхід студентів-випускників до розробки кожної теми в межах чітко визначених основних загальних вимог.

Виконання дипломних робіт вимагає чіткої організації, що зумовлено цілим рядом об'єктивних і суб'єктивних чинників. Тому у навчальному посібнику сформульовано основні напрямки організації роботи із студентами, зайнятими підготовкою дипломних робіт.

## 2. МЕТА, ЗАВДАННЯ І ВИМОГИ ДО ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

### 2.1. Сутність дипломної роботи

У професійній підготовці магістра будь-якого профілю значну роль відіграє дипломна робота. Дипломна робота на здобуття кваліфікаційного ступеня магістра виконується на стадії підготовки фахівців галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» (для магістрів, що захищаються у 2016 р. – 8.03050701).

Основне завдання її автора – продемонструвати рівень своєї наукової кваліфікації, вміння самостійно вести науковий пошук і вирішувати конкретні наукові завдання.

Під час виконання дипломної роботи відбувається активний процес закріплення теоретичних знань, розвиток навичок самостійного наукового аналізу. Студент повинен самостійно опрацьовувати наукову літературу, вивчати матеріали періодичних наукових видань, осмислювати різні точки зору та підходи до проблеми, що досліджується, аргументувати власну позицію, окреслити сфери практичного застосування отриманих у ході виконання роботи результатів, що сприятиме збагаченню теоретичних знань та практичних умінь випускника та розширенню його професійного кругозору.

**Дипломна робота** – це дослідження, в яких визначається загальний стан планування, нормування, організації виробництва, системи управління, організації та ефективності маркетингової, фінансової, збутової, зовнішньоекономічної діяльності тощо, які студент робить на основі аналізу практичного матеріалу діяльності конкретних підприємств, організацій, установ, а також аналізу матеріалів наукових статей, монографій, доповідей на конференціях. Дипломне проектування передбачає також узагальнення виявлених тенденцій, прогнозування майбутнього стану об'єкта дослідження, розробку та обґрунтування рекомендацій щодо підвищення ефективності функціонування системи менеджменту на підприємствах та в організаціях.

При максимальній самостійності процесу дослідження студент повинен активно співпрацювати з науковим керівником, а саме: обговорювати проблему, що досліджується; звітувати про стан виконання дипломної роботи; повідомляти про отримані результати; враховувати рекомендації та зауваження, брати їх до уваги в подальшій роботі.

Сучасні маркетологи повинні мати знання економіки, вміти організувати виробництво конкурентоспроможної продукції, раціонально організувати збут товарів і послуг та їх товарорух, перед- і післяпродажний сервіс, вміти вести відповідну документацію, користуватися цінами як важливим важелем господарювання, знати право і правові відносини промислової власності, інформацію й інформатику, вміти використовувати у виробництві сервіс і рекламу.

## **2.2. Мета написання дипломної роботи**

Виконання дипломної роботи має на меті:

- поглибити, систематизувати, закріпити і перевірити знання студентів спеціальності «Маркетинг»;
- розвинути вміння вести науковий пошук, узагальнювати різні методичні підходи та концепції, чітко аргументувати власну точку зору з досліджуваної проблеми;
- виявити здібності студента підбирати, систематизувати та аналізувати необхідну інформацію про діяльність об'єкту дослідження, проводити його економічну діагностику;
- здобути і поглибити навички роботи з науковими, методичними, законодавчими та інструктивними матеріалами;
- виявити ступінь підготовки випускника до самостійної роботи в умовах трансформації економічних відносин, сучасної науково-технічної революції, сучасного виробництва, прогресу науки, техніки і культури.

Організація підготовки дипломної роботи базується на засадах:

- добровільності та ініціативності студента у виборі напрямку дослідження;

- інтегрованості розробок з усіма дисциплінами, передбаченими навчальним планом;

- індивідуальності консультування з науковим керівником;

- особистої відповідальності студента та постійного контролю керівником виконання встановленого терміну написання дипломної роботи.

Працюючи над дипломною роботою, студент повинен засвоїти навички правильної постановки проблеми та обґрунтування її актуальності, формулювання мети і завдань дослідження, визначення об'єкту та предмету дослідження, побудови логічного плану і оптимальної структури, роботи з літературними джерелами та статистичною інформацією, аналізу та оцінки різних аспектів діяльності підприємства, обґрунтування власних узагальнень, висновків.

Основне *завдання* студентів при виконанні дипломної роботи полягає у проведенні самостійного комплексного дослідження однієї з актуальних проблем маркетингової діяльності підприємства, використовуючи знання із загальнотеоретичних та спеціальних дисциплін і практичні матеріали, отримані на підприємстві. При цьому студенту необхідно глибоко вивчити літературні джерела з обраної теми, розкрити її зміст як у теоретичному, так і в практичному аспектах на основі прогностичних, звітних та статистичних даних і спостережень, проаналізувати діяльність підприємства, а також зробити відповідні висновки та сформулювати обґрунтовані пропозиції щодо методів вдосконалення маркетингової діяльності і підвищення ефективності виробництва конкретного підприємства.

Дипломна робота повинна мати комплексний характер і бути завершеним дослідженням, розділи якого мають бути логічно пов'язаними, а виявлені результати аналізу – мати практичне значення для досліджуваного підприємства, за матеріалами якого її виконують.

### **2.3. Вимоги до змісту дипломної роботи**

Зміст та обсяг ДР визначається вимогами програми освітнього рівня «магістр»,

робочим навчальним планом напряму (спеціальності), методичними рекомендаціями (вказівками) з дипломного проектування випускової кафедри, завданням на дипломне проектування та рекомендаціями щодо дипломного проектування науково-методичної ради університету.

Дипломна робота припускає наявність наступних елементів наукового дослідження: практичної значимості; комплексного, системного підходу до вирішення задач дослідження; теоретичного використання провідної сучасної методології і наукових розробок, наявності елементів творчості.

До змісту дипломної роботи висувуються такі основні вимоги:

- актуальність теми, відповідність її сучасному стану певної галузі науки та перспективам розвитку, практичним завданням відповідної сфери. Дипломна робота може претендувати на той чи інший ступінь актуальності тільки тоді, коли її тема відповідає сучасним потребам розвитку суспільства, а питання, що розкриваються в роботі, важливі для розуміння суті і структури діяльності підприємства;

- вивчення та критичний аналіз монографічних і періодичних видань з обраної тематики. Студент повинен опрацювати достатню кількість опублікованої літератури (підручники, навчальні посібники, монографії, журнальні статті) з теми дослідження вітчизняних і зарубіжних авторів, зібрати та проаналізувати статистичні дані, опубліковані в статистичних довідниках та в мережі Internet, критично оцінити їх зміст та зробити висновки;

- вивчення та характеристика історії досліджуваної проблеми та її сучасного стану;

- чітка характеристика об'єкта, предмета, мети і завдань, методів дослідження та наукової новизни;

- узагальнення результатів, їх обґрунтування, висновки та практичні рекомендації і пропозиції.

Загальні вимоги до дипломної роботи на здобуття освітнього рівня “Магістр”:

- дипломна робота повинна віддзеркалювати сучасний стан та тенденції економічного розвитку України, урахувати досвід світової економіки;

□ дипломна робота повинна показати такий рівень спеціальної підготовки студента, який відповідає кваліфікаційним вимогам спеціальності “Маркетинг”;

□ дипломна робота повинна проявити здібності та вміння студента застосовувати отримані знання з економічних та управлінських дисциплін для вирішення практичних задач з удосконалення організації і управління виробництвом та підвищення його ефективності;

□ дипломна робота повинна бути виконана на практичних матеріалах конкретних підприємств, організацій, установ або галузевих матеріалах;

□ дипломна робота повинна базуватись на застосуванні прогресивних методів економічних досліджень;

□ тема дипломної роботи повинна відповідати кваліфікаційним вимогам спеціальності “Маркетинг”;

□ дипломна робота повинна бути спрямована на вирішення актуальних економічних, організаційних, управлінських, виробничих задач організації, проведення відповідних теоретичних або експериментальних досліджень тощо;

□ дипломна робота повинна вміщувати конкретні пропозиції щодо удосконалення системи управління та організації маркетингової діяльності, підприємства, сприяти підвищенню ефективності організації виробництва, виявленню його резервів тощо;

□ дипломна робота та ілюстраційні матеріали до неї повинні бути оформлені згідно вимог чинних стандартів.

Робота повинна бути написана **державною мовою** (науковим стилем), грамотно, послідовно і логічно взаємопов’язано, без зайвих повторів та відступів, у точній відповідності з назвами розділів і параграфів, що розкривають зміст теми, без зловживань транслітерованими з чужих мов науковими термінами. Слід пам’ятати, що в науковій термінології немає синонімів – інше слово має інше значення.

Разом з тим однакові вимоги до роботи не виключають, а припускають творчий підхід до розробки кожної теми. Оригінальність постановки і вирішення конкретних питань відповідно до особливостей дослідження є одним з основних критеріїв оцінки якості дипломної роботи.



До захисту дипломної роботи допускаються студенти, які виконали всі вимоги навчального плану, подали в установлений термін дипломну роботу і супровідні документи до неї.

Дипломна робота як самостійне дослідження має виявити рівень загальнонаукової та спеціальної підготовки студента, його здатність застосовувати одержані знання під час вирішення конкретних проблем, його схильність до аналізу та самостійного узагальнення матеріалу з теми дослідження, показати навички практичного вирішення виявлених проблем.

Рейтинг дипломної роботи значно зростає, якщо її основні результати пройшли апробацію на наукових конференціях та/або опубліковані в наукових фахових виданнях.

Порядок підготовки та захисту дипломних робіт регламентується нормативними документами Міністерства освіти і науки України та Положенням, затвердженим ректором Тернопільського національного технічного університету ім. Івана Пулюя від 26 квітня 2013р.

#### **2.4. Дипломна робота магістра як кваліфікаційне дослідження**

Магістерська програма включає в себе дві приблизно однакові за обсягом складові – освітню і науково-дослідницьку. Зміст науково-дослідницької роботи магістра визначається індивідуальним планом, тобто написанням дипломної роботи магістра, що є завершальним етапом навчання студентів на здобуття освітнього рівня «магістр».

**Дипломна робота** магістра – це самостійна науково-дослідницька кваліфікаційна праця, що синтезує підсумок теоретичної та практичної підготовки у межах нормативної й варіативної складових програм підготовки фахівців освітнього рівня «магістр» за відповідною спеціальністю, та є формою контролю набутих студентом у процесі навчання інтегрованих знань, умінь і навичок, необхідних для виконання професійних обов'язків.

Основне завдання магістранта як автора роботи - продемонструвати рівень своєї

наукової кваліфікації, уміння самостійно вести науковий пошук і вирішувати конкретні наукові завдання. Для викладу матеріалу кваліфікаційної роботи магістра характерні аргументованість суджень та точність приведених даних. Орієнтуючись на читачів з високою професійною підготовкою, магістрант повинен включати в свій текст роботи увесь знаковий апарат (таблиці, формули, символи, діаграми, схеми, графіки тощо), тобто все те, що складає мову науки.

Ця випускна праця наукового змісту відображає хід та результати розробки вибраної теми. Вона представляє собою новий по суті і дещо специфічний вид кваліфікаційної роботи.

Метою написання дипломної роботи магістра є:

- систематизація, закріплення, розширення теоретичних і практичних знань зі спеціальності, отриманих в процесі навчання за освітньою програмою підготовки магістрів та застосування їх при вирішенні конкретних завдань маркетингу;

- розвиток навичок самостійної роботи і оволодіння методикою досліджень, математичного моделювання, використання сучасних інформаційних технологій при розв'язанні задач маркетингу;

- поглиблення й розширення теоретичних і практичних знань з вибраного напрямку спеціалізації в маркетингу, а також уміння застосувати їх при вирішенні конкретних практичних завдань;

- пошук сучасних наукових досягнень у сфері маркетингу, маркетингових досліджень на підприємствах і в організаціях, уміння їх самостійно застосовувати при розв'язанні прикладних проблем.

Дипломна робота магістра готується з метою публічного захисту при Екзаменаційній комісії (ЕК) для отримання кваліфікації магістра з маркетингу. Представлена до захисту дипломна робота магістра повинна показати вміння автора коротко, логічно та аргументовано викладати матеріал і передбачає:

- науковий пошук та визначення теоретичних основ проблеми, яка розглядається;

- систематизацію, закріплення та розширення теоретичних та практичних знань маркетингу та їх застосування при вирішенні конкретних науково-дослідних

завдань;

- розвиток навичок самостійної роботи та оволодіння методикою наукових досліджень при вирішенні маркетингово-аналітичних проблем.

- узагальнення результатів дослідження та обґрунтування висновків і рекомендацій щодо удосконалення діючих методик;

- виявлення підготовленості магістранта для самостійної роботи у навчальній, практичній або науково-дослідній діяльності.

Підготовка та захист дипломної роботи мають на меті:

- показати вміння студента використовувати їх при вирішенні конкретних наукових і виробничих завдань, наприклад, як фахівця з маркетингу;

- розвивати навички самостійної роботи, аналітичної диференціації, опанувати методику дослідження та аналізу;

- обґрунтоване використання статистичного і графічного матеріалу, вітчизняної практики та зарубіжного досвіду з досліджуваного питання;

- вміння використовувати комп'ютерні програми для більш ефективного аналізу та обробки інформативного матеріалу;

- опанування методикою дослідження та навичками самостійного логічного мислення тощо;

- проявити практичні навички вирішення виявлених проблем.

За характером виконання дипломні роботи поділяються на [1, с.6]:

- індивідуальні;

- комплексні.

Основне завдання магістрантів при виконанні індивідуальної дипломної роботи полягає у проведенні самостійного одноосібного дослідження однієї з актуальних проблем діяльності підприємства, використовуючи знання із загальнотеоретичних та спеціальних дисциплін і практичні матеріали, отримані на переддипломній практиці або стажуванні. При цьому їм необхідно глибоко вивчити літературні джерела з обраної теми, розкрити їх зміст як у теоретичному, і в практичному аспектах на основі прогнозних, звітних та статистичних даних і спостережень, проаналізувати діяльність підприємства, а також зробити відповідні

висновки та сформулювати обґрунтовані пропозиції щодо шляхів та методів вдосконалення маркетингової діяльності і підвищення ефективності виробництва конкретного підприємства.

Комплексна дипломна робота виконується, коли її тема потребує залучення групи студентів одного або кількох напрямів (спеціальностей). Вона повинна мати логічно завершені та не дубльовані за змістом розділи та загальну частину, що об'єднує окремі розділи до єдиної дипломної роботи.

Дипломна робота магістра є безпосереднім проявом активності і цілеспрямованості участі студента (слухача магістерської програми) в науково-дослідній роботі, що має конкретне значення і вагомо впливає на формування його як магістра, який вміє творчо мислити, робити власні висновки.

В цілому, дипломна робота магістра носить комплексний характер: це підсумок вивчення різних дисциплін, передбачених навчальним планом, а також програмою виробничої практики або стажування. З іншого боку, вона є самостійним оригінальним науковим дослідженням студента, у розробці якого зацікавлені установи, організації або підприємства, при цьому студент упорядковує за власним розсудом накопичені наукові факти та доводить їх наукову цінність або практичну значимість.

На підставі захисту дипломної роботи Екзаменаційна комісія вирішує питання про присвоєння її автору кваліфікації магістра.

### 3. ВИБІР І ЗАТВЕРДЖЕННЯ ТЕМИ ТА ЗАВДАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Вибір теми є важливим моментом у написанні дипломної роботи.

Тематика дипломних робіт повинна відповідати сучасному стану та перспективним напрямам розвитку науки і техніки. Теми дипломних робіт тісно пов'язуються з вирішенням наукових і практичних завдань підприємств і організацій (об'єднань, регіонів тощо).

Тематику дипломних робіт формують з урахуванням таких вимог:

- кваліфікаційної характеристики спеціалістів, що проходять підготовку на кафедрі;
- потреб економіки України;
- договорів-замовлень підприємств і організацій усіх форм власності на підготовку магістрів;
- перспективних напрямів розвитку науки і техніки;
- наукових інтересів кафедри та її викладачів.

**Тематика дипломних робіт** розробляється, пропонується і затверджується випусковою кафедрою, зокрема, кафедрою промислового маркетингу, згідно з навчальними планами, які забезпечують фахову підготовку магістра спеціальності «Маркетинг». Витяг з протоколу засідання кафедри передається до деканату факультету «Економіки та менеджменту» для узгодження проекту наказу по Університету. Кожного навчального року тематика дипломних робіт обов'язково оновлюється.

**Вибір конкретних тем дипломних робіт** проводиться студентами самостійно на кафедрах, за якими вони закріплені. При цьому студенту надається також право обрати тему дипломної роботи, яка не включена в опубліковану тематику, погодивши її з випускаючою кафедрою. Двоє і більше студентів не можуть виконувати роботу на одну і ту ж тему по одному і тому ж підприємству. Студент має право самостійно запропонувати власну тему, якої немає у пропонованому

переліку тематики. Така тема розглядається і затверджується на засіданні кафедри промислового маркетингу.

Вибір теми дипломної роботи повинен бути усвідомленим і виваженим, обумовлений врахуванням здібностей та інтересів студента або логічним продовженням попередніх наукових досліджень: курсових робіт, індивідуальних завдань, доповідей на наукових конференціях, семінарах та ін. Тема дипломної роботи повинна відповідати нахилам та творчим можливостям автора як з точки зору вибору для дослідження певної сфери маркетингової діяльності, так і характеру роботи.

При обранні теми основними критеріями повинні бути:

- актуальність;
- наявність теоретичних джерел (підручників, навчальних посібників, монографій, статей) та фактичного матеріалу;
- можливість виконання теми у вищому навчальному закладі;
- перспективність розв'язання важливих проблем;
- безпосередній зв'язок з потребами практичної маркетингової діяльності;
- можливість впровадження результатів дослідження у діючу маркетингову діяльність підприємств;
- достатня обізнаність студента і наявність необхідних знань та навичок.

Закріплення теми дипломної роботи за студентом проводиться за його **письмовою заявою (Додаток Р)** та по представленню кафедри і оформляється наказом по університету. Цим же наказом затверджується керівник з числа професорів, доцентів (викладачів) або висококваліфікованих спеціалістів. Вибір теми дипломної роботи обов'язково узгоджується із науковим керівником. В разі потреби по окремих розділах теми затверджуються консультанти.

Визначившись з темою дипломної роботи, студент за допомогою свого керівника складає робочий план наукових досліджень. В останній передбачаються основні питання, які необхідно вирішити. Одночасно встановлюється черговість і строки виконання поставлених завдань, вибираються методи досліджень і система

показників для кожного розділу роботи, вказуються джерела одержання економічної та іншої інформації, способи збору матеріалів і їх обробки.

На основі робочої програми наукових досліджень керівник дипломної роботи видає студентові **завдання на її виконання** з переліком питань, які підлягають розробці, **строками виконання окремих розділів** та датою подання закінченої дипломної роботи на кафедру. Це завдання затверджується завідувачем кафедрою (*Додаток Б*).

Порушення строків виконання дипломної роботи може бути підставою для перенесення її захисту на наступний термін роботи Екзаменаційної комісії.

Звіти студентів про виконання календарного плану підготовки дипломних робіт періодично заслуховуються на засіданнях випускаючих кафедр.

**Зміна теми допускається** лише у виняткових випадках і в строки, що дозволяють провести належне дослідження. Студент зобов'язаний у терміновому порядку, письмово довести про це (з докладним викладенням причин) наукового керівника роботи і завідувача кафедрою. Завідувач кафедрою розглядає клопотання студента і в разі позитивного рішення, щодо зміни теми доводить це до керівництва університету. Тільки після затвердження відповідних змін на засіданні кафедри і наказу ректора можна приступити до дослідження та написання дипломної роботи.

## 4. ОРГАНІЗАЦІЯ ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

### 4.1. Керівництво процесом підготовки та написання дипломної роботи

Наказом по Університету для кожного студента призначається керівник з професорсько-викладацького складу кафедри промислового маркетингу.

Науковий керівник роботи регулює процес виконання студентом усіх розділів роботи, контролює терміни виконання окремих етапів, визначає доцільність і обсяги проектних рішень, обґрунтувань, розробок тощо.

Науковий керівник при необхідності надає студенту допомогу у виборі та формулюванні теми роботи. Доцільно, щоб тема дипломної роботи відповідала тематиці науково-дослідної роботи, яку виконував студент під час навчання в університеті.

Керівник, за активної участі студента, розробляє завдання на виконання дипломної роботи, календарний графік виконання розділів та контролює його виконання.

#### **Керівник дипломної роботи:**

- видає студенту завдання на дипломну роботу;
- надає рекомендації дипломнику щодо опрацювання необхідної літератури, нормативних і довідкових матеріалів, наукових видань тощо за темою ДР;
- контролює виконання календарного плану виконання проекту(роботи);
- здійснює загальне керівництво ДР;
- проводить консультації дипломника з усіх питань, крім тих, що відносяться до компетенції консультантів з окремих розділів ДР;
- перевіряє роботу частинами або в цілому;
- перевіряє оригінальність електронної версії ДР відповідно до вимог «Тимчасового положення про заходи щодо недопущення академічного плагіату в ТНТУ ім. І. Пулюя» та виконання вимоги п. 4.9 «Положення про інституційний репозитарій Тернопільського національного технічного університету ім. І. Пулюя (ELARTU)»;



- готує відгук на роботу з характеристикою діяльності студента під час виконання ДР і несе відповідальність за його об'єктивність;

- разом з дипломником надає завідувачу випускової кафедри підготовлену дипломником і перевірену ним та консультантами роботу для ухвалення рішення про допуск її до захисту;

- готує дипломника до захисту ДР;

- виносить на засідання кафедри питання про недопущення до захисту ДР студентів що не виконують завдання чи календарний план виконання роботи;

- як правило, має бути присутнім на засіданні ЕК при захисті ДР, керівником яких він є.

Науковий керівник дає розгорнутий відгук на дипломну роботу, в якому характеризує:

- актуальність теми;
- самостійні розробки і пропозиції автора;
- практичне значення роботи і детальний аналіз недоліків та помилок.

У відгуку наукового керівника на дипломну роботу відзначається відповідність роботи вищезгаданим вимогам і дається загальний висновок щодо якості виконання і допуску роботи до захисту.

Для кваліфікованої консультації щодо виконання спеціальних розділів (з нормативно-правової бази маркетингової діяльності підприємства та охорони праці) кафедрами промислового маркетингу та технології і обладнання зварювального виробництва призначається консультант, в обов'язки якого входить:

- видача завдання по спецрозділу;
- консультування студента з відповідних питань;
- сприяння в отриманні необхідної інформації;
- перевірка розділу.

Для студентів що отримують кваліфікацію „магістр” обов'язковими є виконання спеціальних розділів з нормативно-правової бази маркетингової діяльності підприємства та охорони праці.

**Консультант розділу дипломної роботи:**

- складає графік консультацій та доводить до відома дипломників;
- видає дипломнику завдання з розділу, окреслює шляхи їх вирішення. Факт видачі завдання засвідчується підписом консультанта у завданні на ДР;
- інформує керівника роботи про стан виконання розділу;
- перевіряє розділ і, за відсутності зауважень, підписує його та завдання у відповідних графах.

У випадку неможливості виконання консультантом розділу своїх обов'язків з об'єктивних причин, вони покладаються на завідувача кафедри, де працює консультант.

#### **4.2. Збір матеріалу необхідного для виконання роботи**

Відповідно до плану та методики досліджень окремих питань роботи здійснюється добір матеріалу. Для виконання дипломної роботи автору необхідно зібрати певний обсяг теоретичних і фактичних матеріалів, на основі яких можна було б належним чином виконати теоретичну і дослідну частини роботи та обґрунтувати проектну. Зокрема, вияснити основні тенденції розвитку наукової думки і досягнення передового досвіду з приводу питань, які є об'єктом дослідження, охарактеризувати природні та організаційно-економічні умови господарювання, вияснити потенціальні можливості організації, її сильні і слабкі сторони, проаналізувати сучасний рівень використання наявних можливостей підприємства, динаміку економічних показників діяльності.

Літературу студент підбирає самостійно. В разі необхідності він одержує консультацію наукового керівника дипломної роботи).

В процесі роботи з літературою складають бібліографічний список. Щоб за обмежений проміжок часу ознайомитися з якомога більшою кількістю джерел, доцільно дотримуватися таких рекомендацій:

- переглядати тільки ті частини книг та статей, які мають безпосереднє відношення до змісту дипломної роботи;

□ вписувати з текстів все те, що може бути використано для всебічного аналізу проблеми та обґрунтування особистої точки зору;

□ робити записи з джерел на окремих листках, вказуючи номер, найменування книги (статті) за бібліографічним списком автора.

Вивчаючи літературу, студент в окремому зошиті записує прізвище та ініціали автора, точне найменування роботи, видавництво, рік видання, номер журналу, сторінки та інші необхідні відомості відповідно до додатку Ф. Якщо з літературного джерела вписується цитата, то вона береться в лапки, а вкінці неї робиться посилання на роботу (вказується номер джерела за списком і номер сторінки, на якій вона розміщена). На основі зібраних матеріалів, для обґрунтування рішення того чи іншого питання робляться необхідні економічні розрахунки. Відповідно до плану, на основі зібраних теоретичних і фактичних матеріалів, студент виконує дипломну роботу.

Збір необхідних матеріалів, їх опрацювання і узагальнення повинні спрямовуватися на розкриття теми дипломної роботи, виявлення резервів і напрямів вирішення проблеми, яка є об'єктом дослідження.

Методичною основою виконання дипломної роботи є теоретичні дослідження вітчизняних та зарубіжних економістів у сфері маркетингу, Закони України, які приймаються Верховною Радою України, укази Президента України, декрети і постанови Кабінету Міністрів України, фахові журнали, зокрема, журнали: «Маркетинг в Україні», «Актуальні проблеми економіки», «Маркетинг в Росії та за рубежом», «Маркетинговые исследования», «Маркетинг и реклама», «Дистрибуція і логістика» та ін.

Основними статистичними матеріалами для оцінки маркетингової діяльності є фінансова та статистична звітність підприємств (баланси та ін.), офіційні дані Держкомстату та ін.

На початку виконання дипломної роботи необхідно ознайомитись зі змістом спеціальної літератури за обраною темою. При підборі літератури слід користуватися предметними каталогами бібліотек, бібліографічними збірниками за відповідними галузями знань.

При підборі літератури з обраної теми студент може використати окремі джерела зі списку рекомендованої роботи, наведеного у Розділі 11. Особливу увагу слід приділити вивченню нових видань монографій, підручників, навчальних посібників, а також наукових статей у зазначених вище періодичних фахових виданнях.

Вивчення літератури з вибраної теми доцільно починати із загальних робіт (підручники, навчальні посібники), де проблема відображається в цілому, щоб мати загальне уявлення щодо основних питань, а потім перейти до спеціалізованої літератури (монографії, статті у фахових виданнях). На першому етапі доцільно опрацювати якнайбільше джерел, а потім перейти до вивчення джерел, які мають безпосереднє відношення до теми дипломної роботи.

Найповнішу інформацію про видану в Україні літературу можна отримати в Internet на сторінці <http://www.nbuv.gov.ua>, Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського.

Процес уточнення структури складний і може тривати протягом усієї роботи над дослідженням. Попередньо план роботи необхідно обов'язково узгодити з науковим керівником.

Готуючись до викладення тексту дипломної роботи, доцільно ще раз уважно прочитати її назву, що містить проблему, яка повинна бути розкрита. Проаналізований та систематизований матеріал викладається відповідно до плану у вигляді окремих розділів і підрозділів. Кожний розділ висвітлює самостійне питання, а підрозділ – окрему частину цього питання.

Тема має бути розкрита без пропуску логічних ланок. Тому, починаючи працювати над розділом, треба відмітити його головний напрям, а також питання кожного підрозділу. Тези необхідно підтверджувати фактами, думками різних авторів, результатами анкетування та експерименту, аналізом конкретного практичного досвіду. Слід уникати безсистемного викладення фактів без достатнього їх осмислення та узагальнення.

Думки мають бути пов'язані між собою логічно, а весь текст підпорядкований одній головній ідеї. Один висновок не повинен суперечити іншому, а підкріплювати

його. Якщо висновки не будуть пов'язані між собою, текст втратить свою єдність. Достовірність висновків загалом підтверджується *вивченням практичного* досвіду роботи конкретних підприємств, щодо яких проводиться дослідження.

Оперативно і в повному обсязі зібрати практичний матеріал, узагальнити його та систематизувати допоможе оволодіння студентом основними методами дослідження: спостереженням, експериментом, анкетуванням, інтерв'ю, математичними методами обробки кількісних даних, методом порівняльного аналізу та ін. Найкращих результатів можна досягти при комплексному використанні цих методів, проте слід мати на увазі, що залежно від особливостей теми дослідження, специфіки предмета і конкретних умов окремі методи можуть набути пріоритетного значення.

Накопичуючи та систематизуючи факти, треба вміти визначити їх достовірність і типовість, найсуттєвіші ознаки для наукової характеристики, аналізу, порівняння. Аналіз зібраних матеріалів слід проводити у сукупності з урахуванням усіх сторін відповідної сфери діяльності. Порівняльний аналіз допомагає виділити головне, типове в питаннях, що розглядаються, простежити зміни, що сталися в роботі підприємства протягом останніх років, виявити закономірності, проаналізувати причини проблем у їх функціонуванні, визначити тенденції та перспективи подальшого розвитку досліджуваного питання.

Кількісні дані, що ілюструють практичний досвід роботи, можна проаналізувати за методом ранжованого ряду, розподіливши матеріали за роками, звівши їх у статистичні таблиці, таблиці для порівняння, діаграми та ін., що дозволить зробити конкретні висновки.

Таким чином, широке використання відомих у науці методів накопичення, вивчення, систематизації фактів та практичного досвіду в цілому дасть змогу виконати основне завдання дипломного дослідження: поєднати різні роз'єднані знання в цілісну систему, вивести певні закономірності, визначити подальші тенденції розвитку теорії та практики відповідної сфери діяльності.

Необхідно дотримуватися чіткої логічності і послідовності при викладенні думок. Для цього варто крім основного плану, розробити розширений план роботи у вигляді тез до кожного підрозділу.

Всі розрахунки по обґрунтуванню рішень, які пропонуються, наводяться в основному тексті і додатках. Якщо для обґрунтування проектних рішень нормативна інформація взята з різних джерел, необхідно вказати, які дані з яких джерел взято.

Важливим засобом підвищення змістовності та лаконічності тексту економічного характеру є використання таблиць. Зміст таблиць, розміщення у них рядків та стовпчиків повинно бути детально продумано. Не варто робити великі та громіздкі таблиці. Краще цифровий матеріал, який має бути поданий в такій таблиці, розділити на кілька частин і зробити кілька таблиць, якщо це можливо.

Аналіз таблиць не повинен обмежуватися повторенням цифр, поданих у таблиці. Адже однією з цілей використання таблиць в роботі є уникнення зайвої кількості цифр у тексті. Аналіз таблиць має відображати причинно-наслідковий зв'язок між показниками як даної таблиці, так і інших. Коментарями до таблиць повинні бути висновки аналізу їх цифрового матеріалу. Дані, подані в різних таблицях, повинні бути співставними, не суперечливими.

Для кращої інформованості, крім таблиць, в роботі варто використовувати схеми, графіки, діаграми тощо.

У тексті не рекомендується зловживати цитатами. Якщо вони наводяться, то повинні бути добре перевірені за першоджерелами і бути по можливості короткими.

### **4.3. Використання інформаційних ресурсів мережі Інтернет**

В сучасних умовах, окрім літературних джерел інформації, для написання дипломних робіт важливе місце у процесі пошуку даних належить мережі Internet. Заснована ще у 50-х рр. минулого століття Всесвітня мережа надає можливість отримання різноманітної інформації із будь-яких сфер людської діяльності, включаючи маркетинг. При цьому важливою позитивною рисою інформаційних ресурсів мережі Internet є їхня актуальність, що відображається найбільш новітніми

цифровими даними, які розкривають тенденції економічного розвитку загалом і маркетингової діяльності підприємств зокрема, а також найважливішими законодавчими і нормативними актами, що діють у даний момент часу і спрямовані на регулювання господарської діяльності.

Позитивною рисою інформаційних ресурсів мережі Internet є також широкий доступ до зарубіжних джерел інформації, що розкривають теорію і практику організації маркетингової діяльності за кордоном.

Для знаходження джерел інформації в мережі Internet використовуються спеціальні програми пошуку та перегляду інформації, що мають назву браузер. Найпростіший спосіб отримання у Всесвітній мережі потрібної інформації – це коли відома точна адреса потрібного сайту. Наприклад, адреса сайту Національної бібліотеки України ім. Вернадського – [www.nbuv.gov.ua](http://www.nbuv.gov.ua). Набравши її у потрібному місці (в адресному рядку) в програмі Internet Explorer, можна одразу отримати доступ до необхідного сайту чи сторінки у мережі. Якщо ж адреса сайту невідома, а є лише загальне тематичне спрямування пошуку інформації для даної дипломної роботи, то можна використовувати пошукову систему. Пошукова система – це спеціалізовані сайти, створені для пошуку потрібної інформації у мережі Internet. Такими можуть бути: Google (<http://www.google.com.ua>), Yahoo! (<http://www.yahoo.com>), Alta Vista (<http://altavista.com>) та інші.

Інформацію у пошуковій системі можна віднайти як за тематичними розділами, що пропонуються, так і за ключовими словами.

Важливо наголосити, що на відміну від традиційних літературних джерел інформації, Internet – це мережа, де кожна сторінка пов'язана із десятками інших за допомогою гіперпосилань. Це дозволяє отримати іншу важливу інформацію без додаткового окремого пошуку. Текст, що містить гіперпосилання, як правило, виділено іншим кольором та підкреслено. Завдяки гіперпосиланням можна рідше набирати ту чи іншу Internet адресу в адресному рядку браузера.

Використання інформаційних ресурсів мережі Internet дозволяє отримати додаткову інформацію з різних проблем функціонування маркетингової діяльності підприємств України (детальніший перелік сайтів – див. дод. Н).

Водночас потрібно розуміти, що інформаційні ресурси мережі Internet можуть слугувати лише додатковими, а не основними джерелами даних для підготовки дипломних робіт. Головними джерелами інформації для цього мають слугувати традиційні джерела у вигляді монографічної та навчальної літератури, а також періодичних фахових видань.

#### **4.4. Методика та методи дослідження**

Вирішення будь-якої наукової проблеми при написанні дипломної роботи вимагає певної методики дослідження. *Методика* – це та система правил використання методів, прийомів і техніки дослідження, яка необхідна для якісної підготовки дипломної роботи.

Стратегічні методологічні положення і принципи знаходять своє тактичне втілення в методах дослідження. *Метод* – сукупність прийомів чи операцій практичного або теоретичного освоєння дійсності, підпорядкованих вирішенню конкретного завдання, розв'язання якого передбачає розкриття теми дипломної роботи. Формуючись як теоретичний результат попереднього дослідження, метод виступає як вихідний пункт та умова майбутніх досліджень.

У науковому дослідженні виділяють два рівні:

- 1) *емпіричний*, на якому відбувається процес накопичення фактів;
- 2) *теоретичний* – досягнення синтезу знань (у формі наукової теорії).

Методи наукового пізнання, які використовуються при підготовці дипломних робіт, поділяють на три групи:

- методи емпіричного дослідження;
- методи, що використовуються як на емпіричному, так і на теоретичному рівнях дослідження;
- методи або методологія, що використовуються на теоретичному рівні дослідження.

#### **Методи емпіричного дослідження**

Важливу роль у процесі написання дипломної роботи відіграють методи, що



спрямовані на дослідження реальних процесів господарського життя суспільства, тобто емпіричний рівень.

До методів, що застосовують на емпіричному рівні досліджень, відносять:

- опитування;
- спостереження;
- порівняння;
- вимірювання;
- експеримент.

Опитування – це метод збору маркетингової інформації про досліджуваний об'єкт під час безпосереднього (інтерв'ю) або опосередкованого (анкетування) спілкування з респондентом.

Підготовка до збирання інформації за допомогою опитування передбачає розв'язання наступних завдань:

- вибір способу зв'язку з аудиторією;
- розробка анкети;
- проведення тестування анкети.

Розрізняють три основні способи зв'язку дослідника з об'єктом дослідження при проведенні опитувань: по телефону; поштою; особисте інтерв'ю.

*Спостереження* – реєстрація (запис) обставин і фактів (поведінки), що сприймаються органами чуття дослідника або механічними пристроями.

Об'єкти спостереження: поведінка споживачів, реакція споживачів, продуктова політика, рекламна компанія й ціни конкурентів.

Методи спостереження:

- польове (у реальних умовах) і лабораторне (у штучно створених умовах);
- пряме (безпосередньо під час подій, що відбуваються) і непряме (за результатами подій, що відбулися);
- відкрите й приховане;
- структуроване (за чітко визначеною схемою) і неструктуроване (без чіткого плану);
- людське (спостерігач – людина) і механічне (за допомогою електронних чи

механічних пристроїв).

*Порівняння* – це процес встановлення подібності або відмінності предметів та явищ дійсності, а також знаходження загального, притаманного двом або кільком об'єктам.

*Вимірювання* – це процедура визначення числового значення певної величини за допомогою одиниці виміру.

*Експеримент* – дослідження, в якому визначається, як зміни одного чи декількох незалежних факторів впливають на одну або декілька (залежних) змінних.

Завдання експерименту – отримання завчасної інформації про успіх або невдачу окремих альтернативних варіантів поведінки фірми на ринку.

Види експериментів:

- польові (тест ринку) – випробування елементів комплексу маркетингу в реальних умовах на певному географічному просторі;
- лабораторні (тест продукту) – випробування окремих атрибутів продукту (властивостей, дизайну, упаковки тощо) в штучно створених умовах.

**Методи, що застосовуються на емпіричному й теоретичному рівнях досліджень.** До методів, що застосовують як на емпіричному, так і на теоретичному рівнях досліджень, відносять: абстрагування; аналіз і синтез; індукцію та дедукцію; моделювання та ін.

*Абстрагування* – це уявний відхід від несуттєвих властивостей, зв'язків, відношень предметів і в одночасному виділенні, фіксуванні однієї чи кількох найважливіших рис, які особливо цікавлять дослідника.

*Аналіз* – це метод пізнання, який дає змогу поділити предмет на складові частини.

*Синтез*, навпаки, є наслідком з'єднання окремих частин чи рис предмета в єдине ціле.

*Індукція* – перехід від часткового до загального, коли на підставі знання про частину предметів класу робиться висновок стосовно класу в цілому.

*Дедукція*, навпаки, – це така розумова конструкція, в якій висновок щодо якогось елемента множини робиться на підставі знання загальних властивостей всієї

множини.

*Моделювання* – метод, який ґрунтується на використанні моделі як засобу дослідження явищ і процесів природи. Під моделями розуміють системи, що змінюють об'єкт пізнання і служать джерелом інформації стосовно нього. Моделі поділяються на матеріальні та ідеальні. До ідеальних моделей відносять рисунки, схеми, економіко-математичні та статистичні моделі.

**Методи, що застосовуються на теоретичному рівні досліджень.** До методів теоретичного дослідження, котрі можуть використовуватись у дипломних роботах, слід віднести: історичний; термінологічний; функціональний; системний; моделювання; сходження від абстрактного до конкретного; ідеалізація; формалізація; аксіоматичний.

*Історичний метод* дає змогу дослідити виникнення, формування і розвиток процесів і подій у хронологічній послідовності з метою виявлення внутрішніх та зовнішніх зв'язків, закономірностей та суперечностей.

*Термінологічний принцип* – передбачає вивчення історії термінів і позначуваних ними понять, розробку або уточнення змісту та обсягу понять, встановлення взаємозв'язку і субординації понять, їх місця в понятійному апараті теорії, на базі якої базується дослідження.

*Системний підхід* полягає у комплексному дослідженні великих і складних об'єктів (систем), дослідженні їх як єдиного цілого з узгодженим функціонуванням усіх елементів і частин.

За допомогою *моделювання* вивчаються ті процеси і явища, що не піддаються безпосередньому вивченню. Метод моделювання зарекомендував себе як ефективний засіб виявлення суттєвих ознак явищ та процесів за допомогою моделі (концептуальної, вербальної, математичної, графічної, фізичної тощо). Наприклад, графічні методи-графи, схеми, діаграми, картограми тощо дають змогу отримати синтезоване уявлення про досліджуваний об'єкт і водночас наочно показати його складові, їхню питому вагу, причинно-наслідкові зв'язки. Ці методи тісно пов'язані з комп'ютерними технологіями і дають точне уявлення про тенденції розвитку того чи іншого суб'єкта ринку, дозволяючи оцінити кількісні параметри його діяльності.

*Метод ідеалізації* – конструювання подумки об'єктів, яких немає в дійсності. Даний метод корисний при обґрунтуванні певних нових способів взаємодії суб'єктів ринку.

*Формалізація* – метод вивчення різноманітних об'єктів шляхом відображення їхньої структури в знаковій формі за допомогою штучних мов, наприклад, мовою математики.

*Аксиоматичний метод* – метод побудови наукової теорії, за якою деякі твердження приймаються без доведень, а всі інші знання виводяться з них відповідно до певних логічних правил.

Таким чином, використання сутності розглянутих вище прийомів і методів організації наукового дослідження є необхідною умовою підготовки якісних дипломних робіт.

#### **4.5. Складання попереднього плану**

Після ознайомлення з основною та додатковою літературою (відповідно до графіку) складається план дипломної роботи. Студент, виходячи з теми роботи і опрацьованої літератури, складає перелік основних питань, які треба викласти у дипломній роботі. Далі визначається послідовність висвітлення питань в роботі, враховуючи, що:

- у вступі обґрунтовується актуальність дослідження, описуються мета та завдання дослідження, його об'єкт і предмет, вказуються методи дослідження, наводиться практичне значення отриманих результатів, структура та зміст роботи;
- основна частина складається з двох розділів, які поділяються на декілька підрозділів і за змістом мають відповідати спрямованості теми, підпорядковуватись меті та завданням, бути органічно взаємопов'язаними;
- спеціальна частина містить огляд нормативно-правових актів, що мають прямий або опосередкований вплив на маркетингову діяльність підприємства (організації);
- у розділі «Техніко-економічне обґрунтування» подається оцінювання

конкурентоспроможності об'єкта дослідження;

- завдання до розділу «Охорона праці» видає консультант з розділу.
- у висновках подаються основні результати дослідження та визначаються напрямки вирішення проблем у відповідній сфері маркетингової діяльності підприємства.

#### **4.6. Послідовність і терміни виконання дипломної роботи магістра**

Процедура написання дипломної роботи здійснюється в певному часовому періоді (Дод.П), окремі моменти якого фіксуються датами, що мають свою логічну послідовність, а саме:

- видання наказу про затвердження тем та керівників (за 9 місяців до початку роботи ЕК);
- підготовка викладачем завдання на дипломну роботу та затвердження його завідувачем кафедри;
- отримання студентом завдання на дипломну роботу;
- календарний план виконання етапів роботи:
  - З'ясування об'єкта і предмета, визначення мети і завдань дослідження.
  - Вивчення та підбір літератури з теми.
  - Використання інформаційних ресурсів мережі Інтернет.
  - Складання попереднього плану.
  - Робота над основним текстом дипломної роботи.
  - Робота над спеціальною частиною дипломної роботи.
  - Робота над техніко-економічним обґрунтуванням дипломної роботи.
  - Написання розділу «Охорона праці».
  - Написання вступу.
- завершення роботи студентом і подання керівнику;
- перевірка за підписом спеціальних розділів консультантами роботи;
- відзив керівника;

- попередній захист роботи на кафедрі;
- підпис завідувача кафедри про допуск роботи до захисту на засіданні ЕК;
- рецензування роботи;
- направлення роботи на захист в ЕК.

Орієнтовний календарний план виконання дипломної роботи магістра необхідно узгоджувати із науковим керівником після затвердження теми дипломної роботи.

Невиконання графіка та систематичне відхилення від регламенту є підставою для недопущення магістранта до захисту роботи.

**Захисти магістерських робіт відбудуться у лютому місяці.**

#### **4.7. Організація дипломного проектування**

В університеті загальне керівництво організацією дипломного проектування здійснює ректор. Він ставить завдання щодо забезпечення якості проектування, видає накази, які регламентують організацію роботи ректорату, деканатів факультетів, випускових кафедр щодо дипломного проектування, здійснює контроль за їх виконанням через першого проректора та проректора з науково-педагогічної роботи і підпорядковані їм структури університету (навчальний відділ, центр перепідготовки та післядипломної освіти тощо), деканів факультетів.

Контроль за організацією та якістю дипломного проектування на факультеті здійснює декан, який організує регулярне обговорення стану дипломного проектування та результатів державної атестації студентів на засіданнях вченої ради та методичної комісії факультету.

Відповідальність за організацію та якість дипломного проектування несе завідувач випускової кафедри, який безпосередньо здійснює керівництво і контроль за процесом дипломного проектування. Для вирішення організаційних питань може призначатися відповідальний за дипломне проектування зі складу викладачів кафедри.

Керівниками дипломних робіт призначаються НПП випускової та споріднених кафедр, в окремих обґрунтованих випадках – висококваліфіковані спеціалісти виробництва.

Затвердження студентам тем ДР і призначення керівників та консультантів зі спеціальної частини, техніко-економічного обґрунтування прийнятих рішень, охорони праці та безпеки у надзвичайних ситуаціях, екології, нормоконтролю, при потребі робіт в цілому, а також з питань, які відносяться до компетенції кафедр фундаментальних чи професійно-орієнтованих дисциплін проводиться наказом ректора за поданням декана факультету з урахуванням пропозицій випускових кафедр не пізніше ніж за тиждень до початку переддипломної практики, а за її відсутності – початку дипломного проектування.

Нормоконтролю підлягають усі ДР, які виконуються в університеті.

Консультантами з розділів до яких встановлені особливі вимоги нормативними документами МОН України, призначаються особи, які мають відповідну кваліфікацію.

Рецензенти призначаються наказом ректора за поданням декана факультету, не пізніше ніж за місяць до початку роботи ЕК, з урахуванням пропозицій випускових кафедр зі складу досвідчених НПП або науковців університету та зовнішніх організацій, а також провідних фахівців відповідних галузей економіки, фахова кваліфікація яких відповідає спеціальності випускників. Рецензент ДР будь-якого освітнього рівня не повинен бути співробітником кафедри, дипломні роботи якої він рецензує. *Слід уникати перехресного рецензування дипломних робіт між двома керівниками.*

Етапи дипломного проектування.

Організаційно процес дипломного проектування складається з наступних етапів:

- підготовчого, на якому студент обирає тему, узгоджує її з керівником та отримує від нього індивідуальне завдання щодо питань, які необхідно вирішити під час переддипломної практики за темою ДР (ознайомлення зі станом проблеми,

збирання фактичних матеріалів, проведення необхідних спостережень, експериментів, досліджень тощо);

- основного, який починається одразу після захисту звіту про практику й завершується орієнтовно за два тижні до захисту ДР на засіданні Екзаменаційної комісії (ЕК). На цьому етапі робота повинна бути повністю виконана, перевірена керівником та консультантами;

- заключного, який включає отримання відгуку керівника та рецензії на ДР, проведення попереднього захисту на кафедрі, подання голові ЕК щодо захисту ДР за підписом завідувача випускової кафедри та направлення роботи у ЕК.

Вибір теми ДР здійснюється за заявою студента на ім'я завідувача випускової кафедри, узгодженою з керівником роботи. Після погодження зазначеними особами, вона передається відповідальному за організацію дипломного проектування на кафедрі для підготовки розпорядчих документів щодо дипломного проектування.

Корегування або зміна теми ДР допускається, як виняток, наказом ректора за поданням декана факультету на підставі заяви студента та клопотання випускової кафедри, протягом тижня після проходження студентом переддипломної практики, а за її відсутності – до початку дипломного проектування.

Організація роботи ЕК регламентується «Положенням про державну атестацію студентів Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя».



## **5. ЗМІСТ ТА СТРУКТУРА ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ**

### **5.1. Зміст дипломної роботи та структура її підрозділів**

Виконання дипломної роботи розпочинається з розробки плану та методики його виконання з метою визначення кола питань, які необхідно дослідити, і методів, які можна застосувати для цього.

План та методика виконання роботи повинні носити цілеспрямований характер щодо вивчення та дослідження та напрямів вирішення обраної проблеми. Всі розділи повинні бути взаємопов'язаними і підпорядкованими загальній меті роботи. Дипломна робота повинна мати певну логічність побудови, послідовність та завершеність розгляду відповідних питань.

Дипломна робота складається з пояснювальної записки та обов'язкового графічного (ілюстративного) матеріалу. Крім того, при захисті може використовуватись додатково демонстраційний матеріал в електронному (відеоматеріали, мультимедіа, презентації тощо) або натурному (моделі, макети, зразки виробів тощо) вигляді.

Дипломна робота на здобуття кваліфікаційного ступеня, як оригінальне теоретико-прикладне дослідження, повинна мати, насамперед, певну логіку побудови, чітку структуру, котра охоплювала б усе коло досліджуваних питань, послідовність і завершеність.

Зміст і структуру дипломної роботи визначають з урахуванням характеру вибраної тематики та необхідності дослідження тих чи інших питань.

До змісту дипломної роботи висуваються такі основні вимоги:

- актуальність теми, відповідність її сучасному стану певної галузі науки та перспективам розвитку, практичним завданням відповідної сфери. Актуальність у перекладі з латинської означає важливість, практичну значущість проблеми, що розглядається. Кваліфікаційна робота магістра може претендувати на той чи інший ступінь актуальності тільки тоді, коли її тема відповідає потребам розвитку суспільства, а питання, що розкриваються в роботі, важливі для розуміння суті і

структури діяльності підприємства;

- вивчення та критичний аналіз монографічних і періодичних видань з теми. Магістрант має опрацювати достатню кількість літератури (підручники, навчальні посібники, монографії, статті) з теми дослідження вітчизняних і зарубіжних авторів, критично оцінити їх зміст та зробити висновки;

- вивчення та характеристика історії досліджуваної проблеми та її сучасного стану, а також передового досвіду роботи у відповідній галузі;

- чітка характеристика об'єкта, предмета, мети і завдань, методів дослідження та наукової новизни;

- узагальнення результатів, обґрунтування їх, висновки та практичні рекомендації і пропозиції.

У дипломній роботі магістра необхідно стисло, логічно й аргументовано викладати зміст і результати досліджень, уникати загальних слів, бездоказових тверджень, тавтології.

В цілому дипломна робота магістра повинна відповідати **таким вимогам:**

- виконуватися на конкретних матеріалах, зібраних протягом практик, які проходить студент за період навчання в університеті;

- містити розроблені магістрантом реальні пропозиції, які можуть бути впроваджені на підприємстві;

- результати дипломних робіт магістрів можна було б включити до наукового звіту кафедри промислового маркетингу;

- по темі дипломної роботи магістра студенту необхідно мати дві публікації та виступ на науково-практичній конференції;

- дипломну роботу можна виконувати із застосуванням економіко-математичних методів та комп'ютерної техніки (розв'язок конкретних задач по стандартній програмі або економіко-математична формалізація задачі).

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

1. Титульний аркуш (див. дод. А) з підписами студента, керівника, консультантів по відповідних розділах та завідувача кафедри.

2. Завдання на дипломну роботу, сформульоване і належно оформлене на

стандартному бланку, затверджене завідувачем кафедри (див. дод. Б).

3. Анотація до дипломної роботи (див. дод. В).

4. Розгорнутий зміст дипломної роботи, який відтворює назви розділів (див. дод. Д).

5. Перелік умовних скорочень та абревіатур за необхідності (див. дод. Е).

6. Вступ (див. дод. Ж).

7. Основна частина (теоретико-методичний, аналітико-дослідницький та проектно-рекомендаційний розділи).

8. Спеціальна частина (розділи «Нормативно-правова база маркетингової діяльності підприємства», «Обґрунтування економічної ефективності», «Охорона праці в галузі», «Безпека в надзвичайних ситуаціях»).

9. Висновки (див. дод. Т).

10. Додатки (таблиці, схеми, діаграми, тощо – для підтвердження достовірності використаних в роботі інформаційних даних та аргументації висновків).

Додатки в обов'язковому порядку повинні містити звіт про фінансові результати діяльності досліджуваного підприємства.

11. Список використаних джерел.

Орієнтовна структура дипломної роботи магістра має наступний вигляд:

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ВИКЛАДЕННЯ ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНИХ АСПЕКТІВ ДОСЛІДЖУВАНОЇ ПРОБЛЕМАТИКИ

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ДОСЛІДЖУВАНОЇ ПРОБЛЕМАТИКИ (проводиться на фактичних матеріалах бази переддипломної практики)

Висновки до розділу 2

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ З МЕТОЮ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ОБҐРУНТУВАННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЕКТУ

Висновки до розділу 3

РОЗДІЛ 4. Нормативно-правова база маркетингової діяльності підприємства

Висновки до розділу 4

РОЗДІЛ 5. Обґрунтування економічної ефективності

Висновки до розділу 5

РОЗДІЛ 6. Охорона праці в галузі

Висновки до розділу 6

РОЗДІЛ 7. Безпека в надзвичайних ситуаціях

Висновки до розділу 7

ВИСНОВКИ

ДОДАТКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Кожен розділ, залежно від обсягу і характеру викладеного матеріалу, повинен складатись з кількох підрозділів (наприклад, розділ 1 може включати три підрозділи, розділ 2 – три підрозділи...).

Запропоновані студентом відхилення від рекомендованої структурної побудови роботи повинні бути узгоджені з науковим керівником в індивідуальному порядку.

Обсяг пояснювальної записки індивідуальної ДР складає – 80-100 аркушів комп'ютерного набору формату А4 без врахування додатків; обсяг графічного (ілюстративного) матеріалу залежить від специфіки ДР різних спеціальностей (детальніше – див. табл. 5.1).

Нормоконтроль дипломних робіт покладено на:

- к. е. н., доцента кафедри промислового маркетингу І. Л. Піняк;
- к. е. н. доцента кафедри промислового маркетингу В. А. Фаловича.

Для комплексних ДР обсяг визначається виходячи з вищезначених норм пропорційно кількості співавторів.

Робота повинна включати таблиці, графіки, схеми, діаграми тощо. Окремі з них при захисті роботи на засіданні ЕК використовуються як ілюстративний матеріал до доповіді.

Викладаючи матеріал, студент повинен враховувати такі умови:

- кількість сторінок в окремих розділах не регламентують, але вона має відповідати вимогам достатньої інформативності та обґрунтованості рішень і висновків;

- висвітлення окремих положень і пропозицій повинно бути конкретним, без зайвих пояснень і опису загальновідомих речей;
- найбільш вагомим має бути аналітико-дослідницький розділ.

Таблиця 5.1

Орієнтовна кількість сторінок в розділах із зазначенням керівників по розділах

Назва виду навчальної роботи	Кількість сторінок	Керівники та консультанти
Анотація	1	Керівник дипломної роботи
Перелік умовних позначень, символів, одиниць, скорочень і термінів (за необхідністю)	1	Керівник дипломної роботи
Вступ	4-5	Керівник дипломної роботи
Основна частина роботи: – теоретичний розділ – аналітико-дослідницький розділ – проектно-рекомендаційний розділ	30-35 30-35 25-30	Керівник дипломної роботи
Спеціальна частина: – нормативно-правова база маркетингової діяльності підприємства	8-10	Керівник дипломної роботи
Обґрунтування економічної ефективності	6-8	Керівник дипломної роботи
Охорона праці	4-5	- проректор з АГРБ, старшого викладача кафедри обладнання харчових технологій В.М. Клепчик; - к. е. н., доцент кафедри промислового маркетингу Н. М. Голда.
Безпека в надзвичайних ситуаціях	2-3	- старший викладач кафедри обладнання харчових технологій В. С. Стручок
Висновки	3-5	Керівник дипломної роботи

Виклад змісту кожного питання повинен бути доказовим, науково аргументованим і поясненим (а не описовим і декларативним!). Теоретичні положення та висновки повинні ґрунтуватися на конкретних матеріалах реальної дійсності, факти і приклади повинні бути не випадковими, а типовими.

Зміст кожного розділу значною мірою залежить від теми дипломної роботи та індивідуального завдання, яке погоджується з науковим керівником. Однак існують загальні рекомендації до виконання кожного розділу, дотримання яких сприяє якісній розробці і успішному захисту дипломної роботи.

**Титульний аркуш** є основним елементом будь-якої наукової роботи, з нього починається нумерація сторінок, хоча номер сторінки на ньому не проставляється.

Дані, які подають на титульному аркуші дипломної роботи, визначені державним стандартом. Дотримання державних стандартів є обов'язковим.

Титульний аркуш дипломної роботи включає такі основні елементи (див. дод. А):

- міністерство, якому підпорядкований вищий навчальний заклад;
- найменування вищого навчального закладу, факультету, кафедри;
- найменування випускової кафедри;
- шифр і напрям підготовки;
- тема дипломної роботи;
- шифр групи, прізвище, ім'я та по батькові автора;
- науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я та по батькові наукового керівника;
- науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я та по батькові консультантів;
- допуск роботи до захисту завідувачем кафедри;
- місто і рік.

Скорочення в назві навчального закладу та назві роботи не допускаються.

Після титульного аркуша дипломна робота має містити:

**Завдання на дипломну роботу** (див. дод. Б) оформляють на стандартному бланку і підписують студент, керівник, консультанти. Затверджує завідувач кафедрою.

Завдання на ДР складається за встановленою формою, затверджується завідувачем випускової кафедри і видається дипломнику, як правило після проходження переддипломної практики, а за її відсутності не пізніше ніж за тиждень до початку дипломного проектування.

У завданні вказують:

- тему ДР;
- термін подання студентом закінченої ДР;
- вихідні дані до ДР;
- укрупнений зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити);
- перелік графічного матеріалу (із зазначенням обов'язкових креслень, слайдів тощо);
- консультантів спеціальних розділів ДР («Техніко-економічне обґрунтування»; «Охорона праці» тощо), дату видачі завдання до розділу і дату погодження готового розділу;
- дату видачі завдання;
- календарний план виконання ДР із зазначенням назв її етапів та термінів їх виконання.

Завдання є невід'ємною складовою пояснювальної записки. Його підписують керівник ДР, а також студент, який своїм підписом засвідчує дату отримання завдання. Внесення до нього змін допускається, як виняток, за рішенням випускової кафедри на підставі заяви студента і подання керівника ДР.

Завдання на роботу підписане завідувачем кафедри, науковим керівником та консультантами з розділів повинно бути підшите після титульного аркушу. Завдання не є частиною дипломної роботи і тому до загальної нумерації сторінок не входить і у змісті не згадується.

Після бланку завдання розміщують анотацію. **Анотація** виконується українською й англійською мовами, містить відомості про автора, тему дипломної роботи, освітній рівень та спеціальність, за якими вона виконується, місце і рік захисту, стислий виклад змісту та результатів дослідження, наводять ключові слова (див. дод. В).

Наступним підшивається **зміст**. У **змісті** вказуються заголовки розділів (підрозділів) та початкові номери сторінок, на яких вони розміщені. Зміст подають на початку дипломної роботи (після анотації). Він містить найменування та номери

початкових сторінок вступу, усіх розділів та підрозділів, висновків, додатків та списку використаних джерел (див. дод. Д). Зміст роботи повинен відображати суть проблеми, її складність та логіку дослідження. Назви розділів і підрозділів повинні бути стислими і зрозумілими, літературно грамотними, тісно пов'язаними з назвою роботи, але не повторювати її.

Якщо до роботи додається перелік умовних позначень, то він розташовується перед вступом і відображається у змісті.

**Перелік умовних скорочень та абревіатур** подається в роботі у вигляді окремого списку, коли у дипломній роботі вжито специфічну абревіатуру, а також використано маловідомі скорочення, то їх перелік повинен бути поданий в роботі у вигляді окремого списку, який розміщують перед вступом.

Перелік слід друкувати двома колонками, в яких зліва наводять абревіатуру, скорочення, а справа – їх детальну розшифровку (див. дод. Е). Якщо у дипломній роботі спеціальні терміни, позначення чи символи повторюються менше трьох разів, то перелік не складають, а їх розшифровку наводять у тексті при першому згадуванні.

При написанні дипломних робіт рекомендується уникати надмірного вживання різних скорочень та абревіатур.

**Вступ** доцільно писати після того, як написана основна частина роботи. У вступі обґрунтовується актуальність теми, що вивчається, її важливість і практична значущість; визначаються об'єкт, мета і завдання дослідження; вказуються методи дослідження і джерела інформації для виконання дипломної роботи, структура роботи.

У вступі до дипломної роботи дається наукове обґрунтування актуальності та значення обраної теми; формулюється мета, завдання, предмет та об'єкт дослідження; наводиться перелік застосованих методів дослідження; характеризується сучасний стан проблеми, якої стосується робота, а також особливості формулювання та вирішення цих питань стосовно конкретних умов досліджуваного підприємства та ринкового середовища; вказуються вихідні дані для розробки теми. У вступі подають загальну характеристику дипломної роботи в



наступній послідовності (див. дод. Ж):

- актуальність теми, що вивчається, її практична значущість;
- огляд літератури з теми дослідження;
- мета і завдання дослідження;
- об'єкт і предмет дослідження;
- наукова новизна дослідження;
- методичні основи та інформаційна база дослідження;
- практичне значення отриманих результатів;
- апробація результатів дослідження; вказується кількість та обсяг публікацій

автора;

- структура та зміст роботи.

*Актуальність теми* обґрунтовують необхідністю розвитку наукових підходів до вирішення даної проблеми, значенням дослідження для розв'язання теоретико-практичних задач розвитку вітчизняних підприємств. Висвітлення актуальності не повинно бути багатослівним, достатньо кількох речень.

Формулюють *мету* роботи та *завдання*, які потрібно виконати для досягнення поставленої мети. Також конкретизують *об'єкт дослідження* (процес або явище, що породжує проблемну ситуацію і обране для дослідження) і *предмет дослідження*, що міститься в межах об'єкта.

**Приклад.** **Мета** дипломної роботи - дослідити основні організаційні форми збутової діяльності та виходячи із цього запропонувати механізм управління збутовою діяльністю підприємства. Відповідно до мети в роботі поставлені та вирішені наступні **задачі**:

- розглянуто збутову діяльність як об'єкт управління;
- охарактеризовано організаційні форми та методи збутової діяльності;
- дана загальна характеристика системи управління збутовою діяльністю;
- проведено огляд кондитерського ринку та дана загальна характеристика діяльності ПАТ «ТерА» на ньому;
- здійснено аналіз збутової політики ПАТ «ТерА»;

- розроблено стратегію вибору партнерів за каналами розподілу;
- запропоновано механізм управління каналами розподілу на підприємстві;
- запропоновано заходи щодо удосконалення системи управління каналами розподілу на ПАТ «ТерА»,
- проведено оцінку ефективності управління системою збуту на досліджуваному підприємстві.

*Об'єкт і предмет* дослідження співвідносяться між собою як загальне і часткове. В об'єкті виділяється та його частина, яка є предметом дослідження і саме на неї спрямована основна увага виконавця роботи, і саме вона визначає тему дослідження, що зазначена на титульній сторінці.

При визначенні *об'єкта, предмета і мети* дослідження необхідно зважати на те, що між ними і темою дипломної роботи є системні логічні зв'язки.

*Об'єктом дослідження* є процес або явище, що породжує проблемну ситуацію й обране для вивчення.

*Предмет дослідження* – це тільки ті суттєві зв'язки та відношення, які підлягають безпосередньому вивченню в даній роботі, є головними, визначальними для конкретного дослідження. Предмет міститься в межах об'єкта. Предмет дослідження визначає тему дипломної роботи. Таким чином, предмет дослідження є вузьчим, ніж об'єкт. Власне на розкриття предмету дослідження спрямовано зміст дипломної роботи.

Правильне визначення об'єкта дослідження – це не формальна, а суттєва, змістова наукова акція, зорієнтована на виявлення місця і значення предмета дослідження в більш цілісному і широкому понятті дослідження. Треба знати, що *об'єкт дослідження* – це частина об'єктивної реальності, яка на даному етапі стає предметом практичної і теоретичної діяльності людини як соціальної істоти (суб'єкта). *Предмет дослідження* є таким його елементом, який включає сукупність властивостей і відношень об'єкта, опосередкованих людиною (суб'єктом) у процесі дослідження з певною метою в конкретних умовах.

**Приклад.** *Об'єктом дослідження* є процес управління збутовою діяльністю ПАТ «ТерА».

**Предметом дослідження** є комплекс теоретичних та методичних аспектів розробки механізму управління збутом підприємства.

*Мета дослідження* пов'язана з об'єктом і предметом дослідження, а також з його кінцевим результатом і шляхом його досягнення. Кінцевий результат дослідження передбачає вирішення студентами проблемної ситуації, яка відображає суперечність між типовим станом об'єкта дослідження в реальній практиці і вимогами суспільства до його більш ефективного функціонування.

Наявність поставленої мети дослідження дозволяє визначити *завдання дослідження*, які повинні включати такі складові:

- вивчення (або поглиблення) та узагальнення теоретико-методичних засад з обраного напрямку дослідження;
- проведення всебічного аналізу ситуації на підприємстві та його ринку;
- закріплення практичних навиків щодо вирішення маркетингових проблем та можливостей, їх структуризації за рівнями управління та розробка альтернативних підходів;
- розвиток навичок самостійної роботи та оволодіння методикою досліджень, пов'язаних з метою конкретної дипломної роботи.

Таким чином, завдання дипломної роботи конкретизують її загальну мету і підпорядковані її досягненням.

**Огляд літератури з теми дослідження.** Включають найбільш цінні, актуальні роботи (10-15 джерел). В огляді наводяться ініціали та прізвище автора, а поруч у дужках можуть проставлятися порядкові номери бібліографічного запису цієї роботи в списку використаних джерел. Закінчити огляд треба коротким висновком про ступінь висвітленості в літературі основних аспектів теми.

**Приклад.** Теоретичним дослідженням організації та управління збутовою діяльністю, пошукам шляхів її удосконалення присвячено значну кількість робіт зарубіжних і вітчизняних учених, серед яких варто відзначити наукові праці Є.М. Азаряна, Л.В. Балабанової, А.В. Балабанець, О.Ю. Біленького, Г.Дж. Болта, В.Є. Демидова, П.Р. Діксона, Дж.Р. Еванса, Є.В. Крикавського, М.В. Макаренко, Г.О. Макаренко, В.К. Михайлець, В.Н. Наумова, Г.В. Прототопенко та інших.

Однак, беручи до уваги вагомі наукові здобутки науковців, зазначимо, що рівень теоретичної розробленості питань системного управління збутом на промислових підприємствах ще не достатній, а низка методичних аспектів залишається і надалі дискусійною. Невирішеність зазначених питань зумовила актуальність теми дипломної роботи магістра, її вибір, а також мету, завдання і основні напрямки дослідження.

Подається перелік використаних методів дослідження для досягнення поставленої мети коротко та змістовно визначаючи, що саме досліджено тим чи іншим методом. Стисло описуються теоретичні та практичні результати дослідження, їх значення. Якщо студент виступав за результатами дослідження на студентських наукових конференціях чи має відповідні публікації за досліджуваною тематикою, про це також повідомляється у вступі.

**Методи дослідження.** Правильно обрати методи дослідження є дуже важливим етапом наукової праці та необхідною умовою досягнення поставленої в роботі мети. Загальні методи наукових досліджень можна поділити на три групи:

- методи емпіричного дослідження;
- методи, використовувані для емпіричного та теоретичного досліджень;
- методи теоретичного дослідження.

Наявність усіх зазначених структурних частин у вступі дипломної роботи є обов'язковою.

**Основна частина** роботи складається з розділів та підрозділів. Основному текстові кожного розділу може передувати передмова з коротким описом вибраного напрямку та обґрунтуванням застосованих методів досліджень. Кожний розділ починається з нової сторінки. Зміст розділів дипломної роботи повинен відповідати їх назві. До кожного розділу дипломної роботи подаються стислі висновки.

**Розділ 1.** *Теоретичний розділ* структурно складається з 3-4 підрозділів. У даному розділі, який повинен мати теоретичний характер, слід викласти суть досліджуваної проблеми та ступінь її сучасної розробки, аналіз та узагальнення існуючих концепцій, визначити дискусійні аспекти та невирішені питання, проблеми, розглянути еволюцію підходів до їх вирішення, викласти теоретичні

основи обраної теми. Рекомендується саме в цю частину включити підрозділ, присвячений огляду наукової літератури з питань, що розглядаються.

У даному розділі наводиться аналітичний огляд вітчизняних та зарубіжних публікацій з обраної теми, викладаються теоретичні положення, які є важливими для розв'язання сформульованих завдань і досягнення поставленої мети. У теоретичному розділі розкривається ступінь розробки проблеми в сучасній науковій літературі, дається визначення використаним у роботі термінам і поняттям, узагальнюються підходи до розв'язання проблеми. Залежно від обраної теми дається огляд питання, зазначається, хто саме і під яким кутом зору розглядав досліджувану проблему.

Виклад матеріалу має бути чітким, послідовним і логічним (здебільшого за методом дедукції – від загального до окремого). Теоретичні положення мають ґрунтуватися на вивчених та проаналізованих даних достатньої кількості наукових джерел та підкріплюватися відповідними посиланнями.

При викладенні матеріалу рекомендується використовувати широкий спектр зв'язувальних текстових елементів (наприклад, вставних фраз безособового характеру), таких, як *Останнім часом дослідження з...; Згідно з даними...; Як показують новітні дослідження в галузі...; У контексті сучасної парадигми досліджень...; При вивченні... значну увагу науковці приділяли...; Подальший розвиток досліджень з...; Встановлено, що...; Відправною точкою... у визначенні... було...; Поділяючи точку зору... ми вважаємо...; Беручи до уваги...; Звернення до концепції...; Як стверджує...; У більшості праць...; Специфіка... полягає в... тощо. У разі синонімії наукової термінології, релевантної до досліджуваної теми, у дипломній роботі необхідно подати всі опрацьовані варіанти термінів з посиланням на джерело та обґрунтувати вибір терміна, який використовуватиметься в роботі (синонімія термінології не характерна для наукової роботи).*

Важливе місце в даному розділі посідає викладення методик аналізу визначених проблем, які будуть використовуватись у наступних розділах роботи. Автор має продемонструвати свою обізнаність з методами аналізу і на основі їх критичного огляду обґрунтувати вибір найбільш придатного для обраного напрямку

дослідження.

Перший розділ є основою для розробки прикладних аспектів обраної теми, які студент повинен викласти у другому розділі дипломної роботи.

У теоретичному розділі студент повинен також опрацювати довідкову інформацію, монографії, періодику, Інтернет джерела та іншу інформацію з досліджуваної проблематики.

**Розділ 2.** *Аналітико-дослідницький розділ.* Завдання, структура та зміст другого розділу залежать від специфіки теми дипломної роботи і особливостей об'єкта дослідження (специфіки діяльності підприємства). Питання другого розділу розробляються за матеріалами, які зібрані на досліджуваному підприємстві, використовуються також дані Держкомстату України, результати досліджень маркетингових консалтингових компаній.

Загальний аналіз основних техніко-економічних показників та оцінку діяльності підприємства виконують за прийнятою в теоретичному розділі системою показників.

**Розділ 2** включає: аналіз ринку, на якому працює підприємство; аналіз діючої практики і сучасного стану підприємства у сфері маркетингової діяльності, що стосується обраної теми дослідження. Головним у другому розділі є аналіз практичних і статистичних даних підприємств в динаміці. Тому слід уважно підійти до підбору фактичного матеріалу, який найкраще характеризує об'єкт дослідження. Для цього потрібно проаналізувати звітні дані підприємства, що характеризують його ринкову діяльність та відобразити їх в графічному матеріалі (таблицях, схемах, діаграмах). На основі аналізу досліджуваного матеріалу, особистих спостережень і критичної оцінки маркетингової діяльності підприємства у даному розділі уточнюються діючий стан і негативні сторони, розглядаються причини недоліків та вказуються можливості покращення діяльності підприємства, що розглядається.

При викладенні результатів дослідження в практичній частині можуть стати в нагоді такі кліше й звороти: *Таким чином, виконаний аналіз показників доводить, що..; Загалом проведене дослідження дає можливість стверджувати, що..; У ході дослідження були проаналізовані..; Результати роботи дають підстави вважати,*

*що..; У процесі дослідження виникла необхідність..; Як свідчать результати аналізу..; Застосування... методу (аналізу) дало змогу встановити..; Керуючись принципом... тощо.*

В аналітико-дослідницькому розділі необхідно надати коротку організаційно-економічну характеристику досліджуваного підприємства, умови господарювання, сучасні проблеми та перспективи розвитку. Проаналізувати ефективність організаційної структури підприємства, його місію, цільову орієнтацію, особливості маркетингової діяльності та охоплення нових ринків збуту, вплив маркетингової діяльності на окремі сторони виробничо-господарського процесу підприємства. При цьому використовують такі прийоми економічного аналізу: порівняння, зведення та групування, згладжування, абсолютні, відносні та середні величини, ряди динаміки, індексні методи, суцільне та вибіркоче спостереження, опитування тощо.

У цьому розділі роботи слід застосувати економіко-математичні методи аналізу: кореляційно-регресійний аналіз, теорія ігор, теорія масового обслуговування, динамічний аналіз тощо. Для комплексного розв'язання завдань, пов'язаних з підвищенням якості продукції і одночасної економії матеріальних і трудових ресурсів, доцільно використовувати метод функціонально-вартісного аналізу.

Методи соціології (анкетування, «панельні» дослідження) дають змогу досліджувати поширення інформації на ринку, виявляти ставлення споживачів до нововведень, вивчати розвиток різних форм ціннісних орієнтацій споживача.

Конкретні вибрані методи маркетингового та економіко-математичного аналізу узгоджують з керівником дипломної роботи.

Комплексний підхід дає змогу досліджувати ринкову ситуацію, розглядаючи її як об'єкт, який має різні прояви. Наприклад, проблематика ринку окремого товару може бути пов'язана із зміною попиту, товарної пропозиції або ціни, тобто з такими аспектами досліджуваного об'єкту, за допомогою яких можна визначити і прийняти стратегічні та тактичні рішення виходу із проблемної ситуації, що склалася.

Аналітико-дослідницький розділ повинен бути максимально насиченим фактичною інформацією (таблиці, графіки, діаграми, схеми), що відображають

відповідні результати діяльності підприємства за останніх 5 років.

Слід чітко розмежувати джерела походження використаної при аналізі інформації: що запозичене з літератури, що одержано з документів підприємства, а які дані здобуті шляхом власних спостережень, експериментів, розрахунків, соціологічних опитувань тощо.

Аналітичний матеріал повинен включати два напрями:

Перший – загальна виробнича, організаційна, економічна, фінансова, маркетингова та інші характеристики підприємства (фірми, організації).

Другий – поглиблений аналіз досліджуваної проблеми. Виконується аналіз ефективності виробництва, управління підприємством відповідно до теми дипломної роботи, класифікуються переваги, недоліки, пояснюється вплив на основні показники господарської діяльності підприємства.

Базовий аналітичний матеріал, проміжні розрахунки та отримані кількісні результати мають бути подані у вміщених в другий розділ основної частини (або у винесених в додатки) таблицях, рисунках, графіках, діаграмах, тощо.

Досить важливим є те, щоб узагальнення теоретичних концепцій та висновки, що сформульовані випускником на базі вивчення наукової літератури і викладені у першому розділі, були підтверджені конкретним практичним матеріалом. На основі і через призму теоретичних положень, опрацьованих в першому розділі, в наступних підрозділах другого розділу розглядаються фактичні економічні показники, конкретні господарські дії, комерційні ситуації, управлінські та організаційні явища та відповідні процеси, що реально мають місце на об'єкті досліджень.

При цьому суттєво характеристику фактичного стану справ на об'єкті досліджень здійснюють у відповідності до предмету досліджень і мети роботи. Аналіз обов'язково повинен містити причинно-наслідковий зв'язок між показниками, а не обмежуватися лише констатацією фактів.

Студент повинен розкрити зміст запропонованих заходів, що спрямовані на підвищення ефективності функціонування підприємства в цілому, обґрунтувати рекомендації щодо покращення окремих аспектів господарської діяльності, системи



управління нею тощо. Рекомендації та пропозиції повинні впливати з результатів аналізу фактичного матеріалу.

Виклад матеріалу підпорядковують одній провідній ідеї, конкретно і чітко визначеній автором.

За результати розрахунків та зроблених на цій основі висновків відповідальність несе студент – автор дипломної роботи.

Однією з ознак високої якості дипломної роботи є застосування економіко-математичних методів та комп'ютерних технологій як під час аналізу, так і при обґрунтуванні запропонованих заходів.

У кінці кожного розділу формулюють висновки із стислим викладенням наведених у розділах наукових і практичних результатів.

**Розділ 3** розглядає шляхи впровадження пропозицій - рекомендацій у маркетингову практику підприємства, обґрунтування економічної ефективності від їх використання. Висвітлюються проблеми і обґрунтовуються пропозиції-рекомендації щодо вдосконалення маркетингової діяльності підприємства, стабілізації його позицій на ринку (стосовно до теми дослідження); пропозиції щодо покращення конкретних напрямків маркетингової діяльності досліджуваного підприємства. У третьому розділі висвітлюється розвиток певної сфери маркетингової діяльності зарубіжних підприємств і перспективи впровадження їх досвіду у практику підприємств України.

**Третій проектно-рекомендаційний розділ** повинен містити основні раціональні шляхи і напрямки вдосконалення діяльності об'єкту дослідження. В цьому розділі наводяться обґрунтовані пропозиції студента, спрямовані на досягнення мети, поставленої у вступі. Структурно він складається із 2-3 підрозділів. Характер і зміст заходів, що пропонуються, повинні базуватися на аналізі, проведеному в другій частині дипломної роботи магістра, а також результатах аналітичних досліджень та виявлених маркетингових можливостей підприємства щодо зміцнення його ринкових позицій.

Залежно від специфіки теми, розроблені пропозиції та обґрунтовані заходи можуть мати вигляд організаційних, економічних, інноваційних, технологічних та

інших стратегічних заходів, розроблених розділів бізнес-плану.

Проектні розробки можуть стосуватися однієї складової комплексу маркетингу підприємства або охоплювати різні напрями маркетингової діяльності, мати стратегічний характер. Серед найпоширеніших проектних рішень можна визначити такі:

- формування корпоративної моделі стратегічного планування;
- використання результатів портфельного аналізу для прийняття рішень щодо подальшого розвитку стратегічних господарських підрозділів підприємства;
- визначення і вибір варіантів розвитку товару та ринку;
- розробка управлінських рішень щодо товарної політики: стратегії щодо формування асортименту; використання концепцій життєвого циклу товару; позиціонування торгової марки; стратегії розробки нових товарів;
- формування стратегії ціноутворення підприємства, інтеграція різних моделей ціноутворення, прийняття стратегічних і тактичних рішень щодо цінового рівня, застосування єдиних чи змінних цін, стратегії ціноутворення в межах товарного асортименту, системи знижок;
- розробка управлінських рішень щодо формування системи розподілу: вибір типу організації відділу збуту; вибір каналів розподілу, типів посередників; оцінка каналів і пошук партнерів; логістичні рішення;
- розробка управлінських рішень щодо маркетингових комунікацій: формування структури маркетингових комунікацій; вибір оптимальних засобів розповсюдження реклами; розробка програм стимулювання збуту; організація особистих продажів як засобу комунікації; розробка плану маркетингових комунікацій;
- стратегічне управління маркетинговою діяльністю підприємства: формування комплексного підходу до функціонування маркетингу на підприємстві; оптимізація та розвиток служби маркетингу на підприємстві (планування маркетингової діяльності відповідного функціонального підрозділу; формування системи фінансування маркетингу).
- побудова моделі інтегрованого управління конкурентоспроможністю

підприємства;

– вибір стратегії формування довгострокових конкурентних переваг підприємства.

Крім вищезазначених, проектні розробки можуть охоплювати й інші аспекти вдосконалення маркетингової діяльності промислових підприємств.

Таким чином, у третьому розділі викладають результати досліджень автора з висвітленням новизни, яку він вносить у розробку проблеми. Студент повинен дати оцінку повноти вирішення поставлених задач, достовірності одержаних результатів, їх порівняння з аналогічними результатами вітчизняних і зарубіжних авторів, обґрунтувати перспективи подальшої розробки проблеми, можливості запровадження у практику та напрями вдосконалення.

Слід пам'ятати, що виклад матеріалу підпорядковують одній провідній ідеї, чітко визначеної автором.

**Спеціальна частина** дипломної роботи носить назву «Нормативно-правова база маркетингової діяльності підприємства».

Основні засади ринкової економіки передбачають повну господарську самостійність суб'єктів господарювання, які функціонують в народному господарстві, вступаючи при цьому в різноманітні господарсько-виробничі, організаційно-господарські та внутрішньогосподарські відносини. Інтеграція України до світової економічної системи стимулює розвиток маркетингової діяльності, що повинна бути чітко регламентована законодавством.

Норми нормативно-правової бази маркетингової діяльності є різновидом загальних правових норм і характеризуються такими ознаками:

- встановлюються державою та забезпечуються державним примусом;
- покладають на суб'єктів господарських правовідносин певні права та обов'язки;
- встановлюють певні правила поведінки, приписи щодо їх використання та виконання суб'єктами господарських правовідносин;
- мають бути закріплені нормативним актом, законом, указом, постановою, інструкцією.

Нормативно-правова база маркетингової діяльності встановлюється і охороняється державою, держава уповноважує державні органи на прийняття тих чи інших рішень у відповідних сферах суспільних відносин, в тому числі в сфері здійснення маркетингової діяльності. Ці рішення об'єктивуються у вигляді обов'язкових до виконання нормативних актів, охорона яких забезпечується встановленням за їх невиконання юридичної відповідальності.

Створення нормативно-правової бази маркетингової діяльності необхідне, по-перше, з метою створення нормальних умов для розвитку конкуренції, без якої ринок не може повноцінно існувати. Саме на це спрямовані Закони України:

- *«Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності»;*
- *«Про Антимонопольний комітет України»;*
- *«Про захист від недобросовісної конкуренції».*

Створено нормативно-правову базу і для здійснення маркетингової діяльності у основних напрямках, що їх охоплює комплекс маркетингу.

Так, для правового забезпечення розроблення, виробництва і збуту високоякісних товарів прийнято *Декрет Кабінету Міністрів України «Про стандартизацію і сертифікацію»*. Згідно з цим Декретом в Україні створено *Державну систему сертифікації продукції УкрСЕПРО* і затверджено перелік товарів, які повинні проходити обов'язкову сертифікацію.

Важливе значення для успішного розв'язання проблеми якості товарів і послуг має Указ президента України *«Про заходи щодо підвищення якості вітчизняної продукції»*.

Для захисту прав виробників марочних товарів з метою недопущення їх підробки прийнято *Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг»*. З прийняттям цього закону Україна офіційно приєдналася до *Паризької конвенції* – міжнародної організації із сторічним стажем, яка охороняє права промислової власності підприємств, закріплені *товарними знаками*. Це дає можливість боротися з виробниками всіляких підробок під продукцію всесвітньо відомих фірм, яких багато потрапляє на вітчизняний ринок. Водночас і українські виробники марочних

товарів мають юридичний захист на зовнішніх ринках.

Законодавчі акти, що регламентують підприємницьку діяльність, безпосередньо торкнулися і другої складової маркетингу – *ціноутворення*. На більшість видів продукції ціни вивільнені. Але на товари монопольних виробників їх контролює держава, що закріплено, зокрема, в *Законі України «Про природні монополії»*.

Не залишились поза увагою і ціни на експортну продукцію. Прагнучи вийти на зовнішні насичені ринки, українські підприємці часом встановлювали занижені ціни, що трактується світовим співтовариством як різновид недобросовісної конкуренції. Проти порушників антидемпінгового законодавства в багатьох країнах вживають доволі суворі санкції.

В умовах ринкової економіки постала гостра потреба щодо реформування *системи матеріально-технічного забезпечення і збуту*. За часів адміністративно-командної економіки постачальницька система була побудована за вертикальним принципом, коли всі матеріальні ресурси розподілялись ланцюгом «уряд – міністерство – главк – територіальне управління». Її перебудову було здійснено за *Указом Президента України «Про реформування системи матеріально-технічного забезпечення народного господарства»*. Нові системи матеріально-технічного забезпечення і збуту формуються в Україні переважно за горизонтальним принципом і виконують інформаційно-комерційні функції. Підприємства, організації, оптові бази об'єднуються в інформаційно-комерційні мережі, учасники яких користуються безоплатним обміном інформацією між регіональними центрами, спеціальними банками даних. Впроваджуються нові форми організації збуту продукції, зокрема на основі *Закону України «Про лізинг»*.

Ще одним важливим елементом комплексу маркетингу, який потребує законодавчого регулювання, є маркетингові комунікації, передусім *реклама*. В Україні швидко розвивається ринок рекламних послуг, організуються численні рекламні агентства. Але якість значної частини вітчизняної рекламної продукції низька, що зумовлене і браком кваліфікованих фахівців, і слабкою матеріальною базою рекламних агентств, і браком коштів у рекламодавців. Велике значення для

регламентації рекламної діяльності має *Закон України «Про рекламу»*.

Нормативно-правова база маркетингової діяльності має ще один важливий напрям – захист прав споживачів, який закріплено у *Законі України «Про захист прав споживачів»*. Згідно із Законом, провідним державним органом із цих питань виступає Комітет України у справах захисту прав споживачів та його структури на місцях. З 1994 р. в Україні діє система споживчої експертизи та сертифікації. Функціонують незалежні лабораторії у різних регіонах країни.

Основними засобами регулюючого впливу держави на маркетингову діяльність суб'єктів господарювання є:

- державне замовлення, державне завдання;
- ліцензування, патентування і квотування;
- сертифікація та стандартизація;
- застосування нормативів та лімітів;
- регулювання цін та тарифів;
- надання інвестиційних, податкових та інших пільг;
- надання дотацій, компенсацій, цільових інновацій та субсидій.

У спеціальній частині дипломної роботи, що сформульована кафедрою як «Нормативно-правова база маркетингової діяльності підприємства» слід розглянути нормативно-правові акти, що мають прямий або опосередкований вплив на маркетингову діяльність підприємства (організації). Охарактеризувати значення і вплив визначених нормативно-правових актів на діяльність підприємства (з погляду обраної теми дослідження). Студент повинен розглянути нормативно-правові акти в розрізі окремих, найбільш важливих для діяльності підприємства (обраної теми), статей. Необхідно також розглянути діяльність підприємства з погляду антимонопольного законодавства, для цього потрібно визначити частку ринку підприємства, відносну частку ринку підприємства та місткість ринку. В роботі необхідно обов'язково здійснити огляд внутрішніх нормативно-правових актів, до яких належать: статут підприємства, накази, розпорядження та інструкції.

Наведений вище перелік нормативно-правових актів, що мають вплив на маркетингову діяльність підприємства є неповним, випускник повинен його

доповнити і розглянути в розрізі окремих статей (пунктів).

Спеціальна частина може містити один або декілька розділів, залежно від специфіки дипломних робіт відповідних спеціальностей. Консультантами зі спеціальної частини можуть бути призначені як керівники робіт, так і окремі фахівці.

**Розділ 5 «Обґрунтування економічної ефективності»** передбачає обґрунтування пропонуваного магістрантом заходів, тому тут має бути розрахунок їх економічної ефективності. Цей розділ повинен містити економічне і/або організаційне обґрунтування запропонуваного організаційно-економічних заходів проектно-рекомендаційного розділу.

**Розділ 6 «Охорона праці в галузі»** передбачає тісну прив'язку до підприємства, на базі якого здійснюється дипломна робота. Він може включати такі матеріали:

- заходи з охорони праці
- результати аналізу, досліджень і розрахунків, які, на думку виконавця і керівника, є необхідними до матеріалу, викладеного у відповідній частині дипломної роботи.

Матеріал для нього дипломник збирає під час переддипломної практики, а виконує розділ після неї використовуючи рекомендовану та спеціальну літературу (монографії, довідники, статті, нормативні документи по охороні праці).

Характеризуючи і оцінюючи організацію та умови охорони праці дипломник повинен запропонувати рекомендації по вдосконаленню стану охорони праці на підприємстві по якому виконується дипломна робота.

Першу консультацію дипломнику доцільно провести до виїзду на переддипломну практику. На ній він може ознайомитись з вимогами до написання розділу, ознайомитися з рекомендованим переліком літератури. На другій консультації, яку можна здійснити або по ходу практики, або після неї, дипломник показує консультанту матеріали до розділу та чернетку – перший варіант розділу. На третій консультації викладач підписує чернетку, якщо вона відповідає вимогам

та розписується на титульному листі дипломної роботи. Чернетка залишається у консультанта.

Консультантами з розділу «Охорона праці» можуть бути призначені лише викладачі дисципліни «Основи охорони праці», які пройшли навчання і перевірку знань у Головному навчально-методичному центрі Держгірпромнагляду України та мають відповідне посвідчення.

**Розділ 7 «Безпека в надзвичайних ситуаціях»** є завершальною частиною пояснювальної записки і тут потрібно в цілому охарактеризувати принципи забезпечення безпеки у надзвичайних ситуаціях, а також описати ефективність використання всіх засобів і способів, що послаблюють негативні впливи та збільшують безпеку населення.

Логічним завершенням дипломної роботи є **висновки**. Головна їх мета – підсумки проведеної роботи. У висновках коротко підводяться підсумки дослідження, по пунктах формуються основні результати, окремі лаконічні положення. Дуже важливо, щоб вони відповідали поставленим завданням. У **висновках** чітко і стисло викладаються основні результати виконаного дослідження за розділами роботи або групами розглянутих проблем. Висновок містить узагальнення по темі роботи, конкретні пропозиції і рекомендації з досліджуваних питань. Висновки є конкретизацією основних положень роботи. Тут не слід розміщувати нові положення чи розвивати ідеї, які не випливають зі змісту роботи.

Висновки є результатом теоретичного осмислення і практичної оцінки досліджуваної проблеми, із вказівкою як негативних, так і позитивних моментів. Вони є обґрунтуванням для визначення необхідності і доцільності проведення заходів, що рекомендуються автором.

Пропозиції і рекомендації повинні бути органічно пов'язані з висновками і спрямовані на поліпшення функціонування досліджуваного об'єкта. При розробці пропозицій і рекомендацій звертається увага на їхню обґрунтованість, реальність і практичну прийнятність.



Основна вимога до заключної частини – не повторювати (не копіювати) окремі абзаци, сторінки змісту вступу, основної частини роботи і висновків, зроблених у розділах.

У висновках підводять підсумки дослідження, формулюють та обґрунтовують пропозиції, визначаючи їх вагомість для удосконалення практики та розв'язання проблем, пов'язаних з маркетинговою діяльністю досліджуваного підприємства. Ознайомлення з текстом висновків повинно сформувати у читача уявлення про ступінь реалізації автором дипломної роботи поставленої мети і завдань.

Обсяг висновків 3-5 сторінок.

**Додатки.** Завершуючи написання дипломної роботи, необхідно систематизувати ілюстративний матеріал. Ілюстрації можна подавати у тексті (обсягом до 0,5 сторінки) або оформляти у вигляді додатків.

Додатки повинні містити допоміжний, але важливий в інформаційному плані матеріал дипломної роботи, який при включенні його до основного тексту міг би зруйнувати логічне викладення матеріалу. Для додатків характерний великий обсяг, що унеможлиблює їх розміщення в основній частині роботи.

До додатків доцільно включати відповідні розрахунки, таблиці, ілюстративний матеріал, тексти допоміжного характеру тощо.

Посилання на додатки є обов'язковими та відповідний коментар виконуються в основній частині роботи. Кожний додаток має починатися з нової сторінки, мати свій заголовок. Розташування додатків має відповідати порядку посилань на них у тексті дипломної роботи.

**Список використаних джерел** складається на основі робочої картотеки і відображає обсяг використаних джерел та ступінь вивченості досліджуваної теми. Список використаних джерел повинен містити бібліографічний опис літератури, використаної студентом під час роботи над темою. Укладаючи його, необхідно дотримуватися вимог державного стандарту. Кожний бібліографічний запис треба починати з нового рядка, літературу слід розташовувати в алфавітному порядку авторів та назв праць, спочатку видання українською та російською мовами, потім – іноземними та Інтернет-джерела. Бібліографічні записи в «Списку використаних

джерел» повинні мати порядкову нумерацію.

Перелік джерел укладають у такій послідовності:

- а) закони України;
- б) укази Президента, постанови уряду;
- в) директивні матеріали міністерств;
- г) монографії, брошури, підручники, статті у періодичних виданнях;
- д) інструктивні, нормативні та інші матеріали підприємств.

По кожному підрозділу списку джерела подаються в алфавітному порядку.

У тексті роботи слід давати у квадратних дужках посилання на номери в списку. Якщо необхідно вказати номер сторінки, її ставлять через кому після номера видання у «Списку використаних джерел».

У список використаних джерел включають законодавчі, нормативно-методичні, монографічні, статистичні матеріали, які використовувались при написанні роботи. На кожне джерело, яке є працею одного чи кількох авторів, вказуються прізвище та ініціали авторів, повна назва роботи, місце видання, видавництво, рік і кількість сторінок. При використанні статей періодичної преси вказують прізвище та ініціали автора, назву статті, назву видання, номер журналу (чи рік і дату випуску газети) і сторінки, на яких вміщена публікація.

Список використаних джерел повинен містити мінімум 80 позицій.

Слід пам'ятати, що кожна надрукована на папері (компакт-диску чи інших носіях) або у всевітній комп'ютерній мережі Internet думка має власника, а її несанкціоноване використання є крадіжкою чужої інтелектуальної власності. Тому необхідно бути надзвичайно уважним цитуючи українські публікації, викладаючи зміст чужоземних оригіналів, використовуючи інформацію з CD та Internet. Дипломна робота з ознаками плагіату рішенням Екзаменаційної комісії знімається з розгляду, виставляється незадовільна оцінка, а захист нової (написаної на іншу тему) роботи можливий не швидше, ніж через рік.

**Окремо, без підшивання на захист подають:**

- **АВТОРЕФЕРАТ** (див дод. Ц)
- внутрішню рецензію на дипломну роботу (див. дод. К);

- відгук наукового керівника (див. дод. Л);
- довідку про впровадження результатів дослідження дипломної роботи (приклад оформлення довідки про впровадження результатів роботи у діяльність підприємства наведено у додатку М) або довідку про апробацію результатів дипломної роботи на науково-практичних конференціях (довільної форми, але обов'язково з печаткою установи, де відбулась конференція);

Всі необхідні бланки до дипломної роботи (титульну сторінку, завдання, відгук, рецензію) розміщено на сайті кафедри промислового маркетингу за адресою <http://kaf-pm.tntu.edu.ua/>. Бланки роздруковуються студентами-випускниками самостійно. **Самовільна зміна бланків (форми, шрифтів і т.д.) категорично забороняється.**

## 5.2. Вимоги до написання вступу

Вступ доцільно писати після того, як написана основна частина дипломної роботи.

У вступі подають (див. дод. Ж):

- **Актуальність теми.** Шляхом критичного аналізу та порівняння з відомими розв'язаннями проблеми (наукової задачі) обґрунтовують актуальність і доцільність роботи для розвитку промислових підприємств України.

*Наприклад.* **Актуальність теми.** Сучасний стан ринку характеризується постійними змінами у зовнішньому середовищі, мінливістю купівельного попиту, наявністю великої кількості підприємств різних форм власності, підвищенням невизначеності та ризику. А отже, для того, щоб вижити, підприємству необхідно постійно відслідковувати і реагувати на всі зміни, що відбуваються в його конкурентному середовищі з метою збереження позицій на ринку і забезпечення конкурентних переваг.

Проте, досвід останніх років показує, що далеко не всі вітчизняні підприємства готові до здійснення конкурентної боротьби. Навіть наявність конкурентоспроможної продукції (що саме по собі дуже важливо) не дозволяє

багатьом з них ефективно реалізовувати цю перевагу через відсутність практики використання всього комплексу маркетингу: гнучкої асортиментної і цінової політики, адекватної організації каналів розподілу, ефективних методів стимулювання продажу та ін. Тому проблема управління конкурентоспроможністю підприємств набуває на сучасному етапі першорядного значення.

- **Огляд літератури з теми дослідження.** Включають найбільш цінні, актуальні роботи (10-15 джерел). В огляді наводяться ініціали та прізвище автора, а поруч у дужках можуть проставлятися порядкові номери бібліографічного запису цієї роботи в списку використаних джерел. Закінчити огляд треба коротким висновком про ступінь висвітленості в літературі основних аспектів теми.

*Наприклад.* Серед найбільш значних праць, які висвітлюють різні аспекти означеної проблематики, слід відзначити наукові розробки таких зарубіжних науковців, як: І. Ансофф, С. Брю, Дж. Кейнс, К. Макконелл, Ф. Найт, М. Портер, Д. Рікардо, П. Хайне, Ф. Хайєк, а також науковців пострадянських країн, зокрема російських та українських: В. Андріанов, Я. Базелюк, О. Білорус, М. Гельвановський, Б. Губський, Ю. Куренков, Д. Лукяненко, В. Монтієв, Р. Фатхутдінов та ін. Дослідження зазначених авторів дозволили підтвердити, що конкурентоспроможність підприємства є надзвичайно складним об'єктом оцінки, прогнозування та управління. Складність та багатогранність предмету дослідження вимагають більш чіткого визначення самого поняття конкурентоспроможності, як важливої ринкової категорії, а також вироблення системи методів її адекватної оцінки.

**Мета і зміст поставлених задач.** Формулюють основну мету роботи і задачі, які необхідно вирішити для досягнення поставленої мети.

*Наприклад.* **Метою** дипломної роботи є комплексне дослідження ринку діяльності ТОВ «Шредер» та аналіз факторів, що впливають на забезпечення конкурентоспроможності досліджуваного підприємства.

Виходячи з поставленої мети, у роботі сформульовано і вирішено наступні завдання:

- досліджено сутність і стан конкуренції та конкурентних сил ринку, їх значення й особливості прояву;
- визначено специфіку і проблеми формування конкурентоспроможності підприємств на сучасному етапі;
- здійснено моніторинг факторів конкурентного середовища досліджуваного підприємства;
- досліджено маркетингову конкурентну політику підприємства на ринку;
- запропоновано основні напрями підвищення конкурентоспроможності досліджуваного підприємства.

**Об'єкт і предмет дослідження.** Під об'єктом розуміють стан, процес або явище, на які спрямоване наукове дослідження з метою визначення сутності, закономірностей, тенденцій тощо або можливостей впливу, використання, поліпшення. Предмет дослідження – це такий елемент об'єкту, через який можна зрозуміти сутність об'єкту. Саме на нього спрямована основна увага студента (слухача), оскільки предмет дослідження визначає тему дипломної роботи, яка вказується на титульному аркуші як її назва. Тобто предмет вказує, який саме аспект об'єкта розглядається, які нові його властивості, відношення, функції. У межах одного об'єкта дослідження можуть бути сформовані різні предмети. Наприклад, якщо темою обрано тему «Державне регулювання сектору малого та середнього бізнесу», то об'єктом дослідження буде достатньо широка сфера взаємин підприємств малого та середнього бізнесу з органами державної влади. В його межах можуть бути сформульовані різні предмети наукового дослідження, оскільки існують різні проблеми державного регулювання сектору.

Слід пам'ятати, що предмет обов'язково має бути вужчим за об'єкт і стосуватися наукової проблеми, яка реально існує. Ні в якому разі об'єкт і предмет не можуть бути тотожними поняттями. Відзначимо, що предмет дослідження доволі часто визначений у темі дослідження.

Наприклад

**Об'єкт дослідження** – конкурентоспроможність підприємства «Шредер».

**Предметом дослідження** є теоретичні, методичні та практичні аспекти

визначення конкурентоспроможності підприємства.

Крім того, у вступі потрібно перерахувати методи наукового дослідження, які були використанні під час написання наукової роботи. Перераховувати їх треба не відірвано від змісту роботи, а коротко та змістовно визначаючи, що саме досліджувалось тим чи іншим методом. Це дасть змогу пересвідчитись в логічності та прийнятності вибору саме цих методів.

**Методи дослідження.** Подають перелік використаних методів дослідження для досягнення поставленої в роботі мети. Теоретико-методичну основу дипломної роботи становить сучасна економічна маркетингова теорія, критичний синтез класичних теорій і новітніх поглядів на поставлену проблему. Для оцінки маркетингової діяльності використовуються різноманітні методи, серед яких метод аналізу і синтезу, статистичні, економіко-математичні методи, порівняльний аналіз динаміки показників. Емпіричною основою дослідження є результати конкретних економічних досліджень, зарубіжний і вітчизняний досвід маркетингової діяльності.

Методологічна основа дослідження не є самостійним розділом наукової роботи, однак від її чіткого визначення значною мірою залежить досягнення мети і завдань наукового дослідження. Під методологічною основою дослідження слід розуміти основне, вихідне положення, на якому ґрунтується дослідження. Методологічні основи певної науки завжди існують поза її межами і не виходять з самого дослідження.

Методологія як вчення про систему наукових принципів, форм і способів дослідницької діяльності має чотирівневу структуру:

- методи наукового пізнання;
- загальнонаукові методи пізнання;
- наукові методи емпіричного дослідження;
- наукові методи теоретичного дослідження.

Загальних методів в історії пізнання - два: діалектичний і метафізичний. Це загально-філософські методи.

Діалектичний метод — це метод пізнання дійсності в її суперечливості, цілісності і розвитку. Метафізичний метод — метод, протилежний діалектичному, з

його допомогою розглядають явища поза їх взаємним зв'язком і розвитком.

До загально наукових методів належать:

- аналіз та синтез;
- абстрагування та узагальнення;
- порівняння;
- дедукція та індукція;
- моделювання та аналогія;
- класифікація;
- логічний та історичний методи.

Аналіз і синтез є найбільш елементарними і простими прийомами, які становлять фундамент людського мислення. Об'єктивною передумовою цих пізнавальних операцій є здібність окремих елементів об'єкту до перегруповування, об'єднання і розділення.

Аналіз - це розчленовування цілого предмету на складові частини (сторони, ознаки, властивості або відносини) з метою їх всебічного вивчення.

Синтез - це з'єднання раніше виділених частин предмету в єдине ціле.

Абстрагування (ідеалізація) - це особливий прийом мислення, який полягає у відволіканні від ряду властивостей і відносин явища, що вивчається, з одночасним виділенням тих властивостей і відношень, що цікавлять дослідника.

Узагальнення - це такий прийом мислення, в результаті якого встановлюють загальні властивості і ознаки об'єктів. Операція узагальнення здійснюється як перехід від часткового поняття або думки до загального поняття або думки.

Порівняння — це процес встановлення подібності або відмінностей предметів та явищ дійсності, а також знаходження загального, притаманного двом або кільком об'єктам. Метод порівняння досягає результату, якщо виконуються такі вимоги:

а) можуть порівнюватись такі явища, між якими можлива деяка об'єктивна спільність;

б) порівняння має здійснюватись за найбільш важливими, суттєвими (в плані конкретного завдання) рисами.

Різні об'єкти чи явища можуть порівнюватись безпосередньо або

опосередковано через їх порівняння з будь-яким іншим об'єктом (еталоном). У першому випадку зазвичай отримують якісні результати (більше-менше, вище-нижче). Порівняння ж об'єктів з еталоном надає можливість отримати кількісні характеристики. Такі порівняння називають вимірюванням.

Індукція – це процес виведення загального положення із спостереження ряду часткових одиничних фактів, тобто пізнання від часткового до загального на підставі міркування, в якому загальний висновок будується на основі часткових висновків.

Дедукція — це спосіб міркування, за допомогою якого із загальних висновків з необхідністю слідує висновок часткового характеру. Вона тісно пов'язана з узагальненням. Якщо початкові загальні положення є встановленою науковою істиною, то методом дедукції завжди буде отриманий істинний висновок.

Дедукція відрізняється від індукції прямо протилежним напрямком руху думки.

Аналогія - це такий прийом пізнання, при якому на підставі подібності об'єктів в одних ознаках роблять висновок про їх подібність в інших ознаках. Аналогія з простим дозволяє зрозуміти складніше.

Моделювання - це вивчення об'єкту (оригіналу) шляхом створення і дослідження його копії (моделі), яка заміщає оригінал в певних аспектах, що цікавлять дослідника.

Дослідження методом моделювання диктується необхідністю розкрити такі сторони об'єкту, які або неможливо пізнати шляхом безпосереднього вивчення, або невігідно вивчати їх таким чином з чисто економічних міркувань.

Класифікація - розподіл тих або інших об'єктів по групах (відділах, розрядах) залежно від їх загальних ознак з фіксацією закономірних зв'язків між класами об'єктів в єдиній системі конкретної галузі знань. Класифікація - це також процес впорядкування інформації. В процесі вивчення нових об'єктів відносно кожного такого об'єкту робиться висновок: чи належить він до вже встановлених класифікаційних груп. В деяких випадках при цьому виявляється необхідність перебудови системи класифікації. Існує спеціальна теорія класифікації - таксономія.



Вона розглядає принципи класифікації і систематизації складно-організованих областей дійсності, що мають звикло ієрархічну будову (органічний світ, об'єкти географії, геології і т.п.).

Історичний метод має за мету відтворення історії об'єкту, що вивчається, у всій своїй багатогранності, з урахуванням всіх деталей і випадковостей. Логічний метод - це, по суті, логічне відтворення історії об'єкту, що вивчається. При цьому ця історія звільняється від всього випадкового, неістотного, тобто це якби той самий історичний метод, але звільнений від його історичної форми.

В основі історичного методу лежить вивчення реальної історії в її конкретному різноманітті, виявлення історичних фактів, і на цій основі при розумовому відтворенні історичного процесу розкривається закономірність його розвитку.

Логічний метод виявляє цю закономірність іншим способом: він не вимагає безпосереднього розгляду ходу реальної історії, а розкриває її об'єктивну логіку шляхом вивчення історичного процесу на вищій стадії його розвитку. Об'єктивною основою такого способу дослідження є наступна особливість складних об'єктів, що розвиваються: на вищих стадіях розвитку вони відтворюють в своїй структурі і функціонуванні основні риси своєї історичної еволюції.

Історичний, і логічний методи виступають як прийоми побудови теоретичних знань. Помилково ототожнювати історичний метод з емпіричним описом, а статус теоретичного приписувати тільки логічному.

До наукових методів емпіричного дослідження відносять:

- спостереження;
- експеримент.

Спостереження - цілеспрямоване, організоване сприйняття предметів і явищ. Це один з найважливіших методів емпіричного дослідження. Спостереження використовується, як правило, там, де втручання в досліджуваний процес небажано або неможливо. Під спостереженням розуміється цілеспрямоване сприйняття явищ об'єктивної дійсності, в ході якого ми одержуємо знання про зовнішні сторони, властивості і відносини об'єктів, що вивчаються. Процес наукового спостереження

не є пасивним спогляданням світу, а особливим видом діяльності, куди включається не лише об'єкт спостереження, але і засоби спостереження (прилади, засоби зв'язку, інформації). Цілеспрямованість спостереження обумовлена наявністю попередніх ідей, гіпотез, які становлять задачі спостереження. Наукові спостереження здійснюються для збору фактів, що підтверджують або спростовують ту чи іншу гіпотезу і є основою для певних теоретичних узагальнень.

Експеримент — спосіб дослідження, відмінний від спостереження своїм активним характером. Це спостереження в спеціальних контрольованих умовах. Експеримент дозволяє, по-перше, ізолювати досліджуваний об'єкт від впливу побічних неістотних для нього явищ. По-друге, в ході експерименту багато разів відтворюється хід процесу. По-третє, експеримент дозволяє планомірно змінювати саме протікання процесу і стану об'єкту, що вивчається.

Науковими методами теоретичного дослідження є:

- формалізація;
- аксіоматичний метод;
- статистичні методи;
- сходження від абстрактного до конкретного.

Формалізація полягає в побудові абстрактно-математичних моделей, які розкривають сутність процесів дійсності, що вивчаються. При формалізації міркування про об'єкти переносяться в площину операцій із знаками (формулами). Відношення знаків замінюють собою висловлення про властивості предметів і їх зв'язки. Таким чином, створюється узагальнена знакова модель деякої наочної області, що дозволяє знайти структуру різних явищ і процесів при відволіканні від якісних характеристик останніх. Висновок одних формул з інших за строгими правилами математики представляє формальне дослідження явищ.

Специфічним методом побудови теорії є аксіоматичний метод. При аксіоматичній побудові теоретичного знання спочатку задається набір початкових тверджень, що не вимагають доказів. Ці твердження називаються аксіомами або постулатами. Потім з них за певними схемами правил виводу будуються тези. Сукупність початкових аксіом (тверджень, доказ істинності яких не вимагається) і

виведених на їх основі тез, утворює аксіоматично побудовану теорію.

Велике значення в сучасній науці мають статистичні методи, які дозволяють визначати середні значення, характеризуючи всю сукупність предметів, що вивчаються.

Для того, щоб створити уявлення про природу явища та процеси його розвитку, необхідно в думках відтворити об'єкт у всій повноті і складності його зв'язків і відносин. Такий прийом дослідження називається методом сходження від абстрактності до конкретного. Застосовуючи його, дослідник знаходить спочатку головний зв'язок (відношення) об'єкту, що вивчається, а потім, крок за кроком простежуючи як він видозмінюється в різних умовах, відкриває нові зв'язки, встановлює їх взаємодію і таким шляхом відображає у всій повноті сутність явища, що вивчається.

Всі методи пізнання в науковому дослідженні завжди працюють у взаємодії. Їх конкретна системна організація визначається особливостями предмету, що вивчається, а також специфікою того або іншого етапу дослідження.

Приклади використання методів з визначенням отриманих результатів наведено у додатку С.

Приклади формулювання методів дослідження:

*Приклад № 1. Методи дослідження* ґрунтуються на системному аналізі економічних явищ і синтезі їх результатів. При вирішенні поставлених задач застосовувались наступні методи й підходи: логічного моделювання та кореляційно-регресійного аналізу – для визначення впливу факторів маркетингового середовища на діяльність підприємства, визначення прямих і зворотних зв'язків при визначенні ставлення споживачів до діяльності підприємства та його продукції; узагальнення й систематизації; якісного, кількісного аналізу та порівняння; економіко-статистичні – при збиранні, групуванні та узагальненні статистичних даних; соціологічні методи – при дослідженні ставлення споживачів до продукції підприємства.

*Приклад № 2. Методи дослідження.* Теоретичною і методичною базою дипломного дослідження є фундаментальні концепції теорії і практики маркетингової діяльності. При виконанні досліджень залежно від конкретних цілей і

задач використано методи економічного аналізу та вивчення економічних процесів: монографічний, нормативно-розрахунковий, індексний, групувань, багатофакторного аналізу, експертних оцінок, балансовий, соціологічний, системно-структурний, економіко-математичного моделювання та інші.

Дослідження сучасного стану підприємства здійснено із використанням SWOT-аналізу та портфоліо-аналізу.

Дослідження товарного асортименту продукції проводилось на основі ABC-аналізу, GAP – аналізу та маржинального аналізу.

**Наукова новизна** показує теоретичне значення одержаних результатів, внесок автора у розв'язання наукової проблеми. Найважливіші результати дипломної роботи, які характеризують її новизну, розкривають особистий внесок автора у дослідження, надаються у формі переліку та розділяються на дві частини: *"вдосконалено"* та *"дістало подальшого розвитку"*.

Кожне наукове положення чітко формулюють, виокремлюючи його повну сутність і зосереджуючи особливу увагу на рівні досягнутої при цьому новизни. Сформульоване наукове положення повинно читатися і сприйматися легко і однозначно (без нагромодження дрібних і таких, що ускладнюють сприйняття його сутності, деталей та уточнень). У жодному випадку не можна вдаватися до викладу наукового положення у вигляді анотації, коли просто констатують, що в роботі зроблено те й те, а в сутності написаного новизни виявити неможливо.

При формулюванні пунктів наукової новизни рекомендується користуватись наступними виразами: "вперше досліджено...", "створено концепцію...", "визначено...", "вперше здійснено...", "розроблено...", "обґрунтовано...", "удосконалено...", "встановлено...", "зроблено оцінку...", "сформульовано...", "здійснено прогноз...", "створено...", "перевірено...".

Приклади формулювання наукової новизни:

**Наприклад.**

Наукова новизна отриманих результатів полягає у розробленні теоретико-методичних положень та пропозицій щодо формування механізму розвитку конкурентної стратегії на основі вдосконалення маркетингового інструментарію

оцінки діяльності видавничого підприємства. Основні положення дипломної роботи, що містять її наукову новизну та становлять особистий здобуток дисертанта і винесені на захист, полягають у наступному:

*вперше:*

– розроблено організаційно-економічний механізм розвитку конкурентної стратегії видавничого підприємства на основі маркетингових засад управління в умовах інтенсивних змін зовнішнього середовища і плинності кон'юнктури ринку видавничої продукції та з урахуванням впливу стратегічного управління, яке створює адекватну кон'юнктуру і конкурентну структуру маркетингових дій на ринку видавничої продукції;

*удосконалено:*

– матричний метод стратегічного аналізу General Electric/McKinsey (Мак-Кінсі), що дає змогу аналізувати портфель стратегічних господарських підрозділів (СГП) видавничих підприємств за критеріями їх привабливості та конкурентоспроможності з метою визначення стратегічних позицій СГП підприємств та відповідних стратегічних альтернатив, систему показників портфельного аналізу Мак-Кінсі при здійсненні стратегічного аналізу конкурентоспроможності із урахуванням специфіки видавничого підприємства, що відображають зміст факторів привабливості ринку і підвищення конкурентоспроможності підприємства;

– понятійний апарат стосовно категорій: „конкурентна стратегія” як результат комплексного аналізу сильних і слабких сторін підприємства, координація напрямків діяльності, зорієнтованих на цільовий ринок, ринковий попит та дії конкурентів; „видавниче підприємство” як об'єкт підприємницької діяльності, метою функціонування котрого є отримання прибутку від операційної діяльності, починаючи з пошуку авторів, редакційної роботи з інтелектуальною працею автора і закінчуючи збутом виданої продукції на ринку;

***(Формулювання наукової новизни у дипломній роботі є обов'язковим, але значно підвищує рейтинг роботи)***

**Практичне значення.** Вказуються, які конкретно одержані у дипломній роботі

результати можуть мати практичне застосування у маркетинговій діяльності підприємства.

### **Приклад 1.**

**Практичне значення** дипломної роботи полягає в здійсненні комплексного маркетингового дослідження ефективності конкурентної позиції підприємства «Шредер». Практичне значення мають такі розробки, як: методика визначення конкурентних позицій підприємства; методика дослідження маркетингової конкурентної політики підприємств, методика оцінки ефективності управління життєвим циклом товарів, методика SNW-аналізу внутрішнього потенціалу підприємств-конкурентів.

### **Приклад 2.**

**Практичне значення отриманих результатів.** Основні положення роботи використані у практичній діяльності суб'єктів при вдосконаленні стратегічного управління конкурентною стратегією підприємства „Мандрівець” (довідка про впровадження № 07/01 від 15. 01. 2010 р.).

**Апробація результатів дослідження.** Результати наукових досліджень і основні положення ДР студентка доповідала та вони були обговорені на наукових і науково-практичних конференціях, зокрема на: Дванадцятій науковій конференції Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя (Тернопіль, 2015 р.), VII міжнародній науково-теоретичній конференції „Соціально-економічні, політичні та культурні оцінки і прогнози на рубежі двох тисячоліть” (Тернопіль, 2016 р.), Всеукраїнській науковій конференції Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя (Тернопіль, 2016 р.).

**Публікації.** За темою дослідження опубліковано \_\_\_ наукових праць загальним обсягом \_\_\_ друк. арк.

**Структура дипломної роботи** передбачає перелік її структурних елементів і обґрунтування послідовності їх розміщення. Вступ має закінчуватись *переліком структурних частин*, вказівкою про обсяг тексту роботи, кількість таблиць і рисунків, кількість використаних джерел та додатків.

**Наприклад. Структура дипломної роботи.** Дипломна робота складається із

вступу, п'яти розділів, висновків, додатків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи складає 85 сторінок комп'ютерного тексту, у тому числі 9 таблиць, 11 рисунків, список використаних джерел містить 65 найменувань, 8 додатків на 13 сторінках.

### **5.3. Вимоги до написання Автореферату**

#### **Загальні вимоги до автореферату**

Призначення автореферату – ознайомлення з основними ідеями та висновками роботи, внеском здобувача у розробку та вирішення наукової проблеми (завдання), з результатами досліджень та структурою дослідження. Автореферат має ґрунтовно розкривати зміст роботи, в ньому не повинно бути надмірних подробиць, а також інформації, якої немає у роботі.

#### **Структура автореферату**

Структурно автореферат складається із

- загальної характеристики роботи;
- основного змісту роботи;
- висновків,
- списку опублікованих праць за темою дипломної роботи;
- анотацій.

**Загальна характеристика роботи** повинна містити елементи вступу, а також інформацію щодо структури роботи (наявність вступу, певної кількості розділів, додатків), повного обсягу роботи в сторінках, а також обсягу, що займають ілюстрації, таблиці, додатки (із зазначенням їх кількості), список використаних джерел (із зазначенням кількості найменувань)).

**Основний зміст** автореферату повинен містити стисло викладений зміст роботи за розділами.

Основний зміст повинен відображати:

- огляд літератури за темою і вибір напрямів досліджень;
- виклад загальної методики й основних методів досліджень;

- експериментальну частину і методику досліджень;
- відомості про проведені теоретичні і (або) експериментальні дослідження;
- аналіз і узагальнення результатів досліджень.

*В огляді літератури* окреслюють основні етапи розвитку наукової думки за своєю проблемою. Стисло, критично висвітлюючи роботи попередників, потрібно назвати ті питання, що залишились невирішеними і, отже, визначити своє місце у розв'язанні проблеми.

*У другому розділі*, як правило, обґрунтовують вибір напряму досліджень, наводять методи вирішення завдань і їх порівняльні оцінки. В теоретичних роботах розкривають методи розрахунків, гіпотези, що розглядають, в експериментальних – принципи дії і характеристики розробленої апаратури, оцінки похибок вимірювання.

*У наступних розділах* з вичерпною повнотою викладають результати власних досліджень автора з висвітленням того нового, що він вносить у розроблення проблеми. Потрібно давати оцінку повноти вирішення поставлених завдань, оцінку достовірності одержаних результатів (характеристик, параметрів), їх порівняння з аналогічними результатами вітчизняних і зарубіжних праць, обґрунтування потреби додаткових досліджень, негативні результати, які обумовлюють необхідність припинення подальших досліджень.

Виклад матеріалу підпорядковують одній провідній ідеї, чітко визначеній автором.

**Висновки** повинні збігатись із загальними висновками роботи.

Висновки складає стисла інформація про підсумки виконаної роботи. Вони починаються з формулювання наукової проблеми.

Сформульоване наукове завдання або проблема вельми тісно пов'язується з назвою роботи, метою роботи й основними науковими положеннями, що захищаються. Це ніби наукова “формула”, згусток отриманої наукової новизни. Зазвичай формулювання починається так: “У роботі наведене теоретичне узагальнення і нове вирішення наукової проблеми, що виявляються в...”. Далі треба вказати, якою саме є наукова проблема, як вона вирішена і для чого в кінцевому розумінні (прикладному плані) вона призначена.



Після формулювання вирішеної наукової проблеми у висновках викладають головні наукові та практичні результати роботи. Вони тісно пов'язані з науковими і прикладними положеннями, викладеними в загальній характеристиці роботи.

Кожен науковий і прикладний висновок роботи треба формулювати чітко і конкретно (однозначно). Формулювання віддзеркалює суть і новизну зробленого. Але тут не можна доходити до рівня анотації. Наукові висновки подають звичайно ширше, ніж формулювання наукових положень, які захищають.

Прикладні (практичні) висновки повинні містити принцип або основу використання того чи іншого результату.

У висновках викладають найважливіші наукові та практичні результати, одержані в роботі, які повинні містити формулювання розв'язаної наукової проблеми, її значення для науки і практики. Далі формулюють висновки та рекомендації щодо наукового та практичного використання здобутих результатів. У першому пункті висновків коротко оцінюють стан питання. Далі у висновках розкривають методи вирішення поставленої у роботі наукової проблеми, їх практичний аналіз, порівняння з відомими розв'язаннями.

У висновках необхідно наголосити на якісних і кількісних показниках здобутих результатів, обґрунтувати достовірність результатів, викласти рекомендації щодо їх використання).

### **Список опублікованих праць за темою роботи**

Список опублікованих праць за темою роботи подається відповідно до вимог державного стандарту з обов'язковим наведенням прізвищ усіх співавторів. Праці розташовуються у такому порядку:

- наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати роботи;
- опубліковані праці апробаційного характеру;
- опубліковані праці, які додатково відображають наукові результати роботи.

### **Анотації**

Анотація українською, російською й англійською мовами повинна містити інформацію про зміст та результати магістерської роботи. Викладення матеріалу в анотації повинно бути стислим і точним. Належить використовувати синтаксичні

конструкції, притаманні мові ділових документів. Необхідно використовувати стандартизовану термінологію, уникати маловідомих термінів і символів.

При підготовці анотації вказуються: прізвище та ініціали студента; тема дипломної роботи; вид дипломної роботи (на правах рукопису, монографія).

Наприкінці кожної анотації наводяться **ключові слова** відповідною мовою. Сукупність ключових слів повинна відображати поза контекстом основний зміст наукової праці. Кількість ключових слів становить від п'яти до п'ятнадцяти. Ключові слова подають у називному відмінку, друкують в рядок, через кому.

На вибір студента анотація англійською чи російською мовою повинна бути розгорнутою інформацією, обсягом 2 сторінки машинописного тексту (*до п'яти тисяч друкованих знаків*), про зміст і результати роботи, а дві інші – обсягом до 0,5 сторінки машинописного тексту (*до 1200 друкованих знаків*) – ідентичного змісту інформація про основні ідеї та висновки дипломної роботи).

### **Правила оформлення автореферату дипломної роботи**

Автореферат оформляється відповідно до державних стандартів України.

За обсягом автореферат (без обкладинки й анотацій) повинен складати 6–8 сторінок формату А4. Автореферат виготовляють у кількості 5–7 примірників. Рекомендується використовувати шрифт Times New Roman Суг текстового редактора Word розміру 12 пунктів з одинарним міжрядковим інтервалом, з полями таких розмірів: з краю – 25 мм, з середини – 10 мм, верхнє та нижнє – 20 мм.

На лицьовій стороні обкладинки автореферату подаються: назва навчального закладу; прізвище, ім'я, по батькові магістра; назва магістерської роботи; шифр і найменування спеціальності; підзаголовок "Автореферат магістерської роботи"; ім'я, по батькові керівника роботи від випускаючої кафедри; місто, рік. Нумери сторінок проставляються в центрі верхнього поля сторінки. Нумерація починається з цифри 1 на першій сторінці, де міститься загальна характеристика роботи. Структурні частини автореферату не нумерують, їх назви друкують великими літерами симетрично тексту. Структурні частини автореферату не нумеруються, їх назви друкують великими літерами.

Сторінки автореферату нумеруються, починаючи з першої сторінки, де міститься загальна характеристика роботи. Номери сторінок проставляються арабськими цифрами у центрі верхнього поля.

На сторінці 3 обкладинки автореферату повинні бути вказані вихідні відомості відповідно до державних стандартів з бібліотечної та видавничої справи.

Текст друкується на обох сторінках аркуша формату А 5 (148x210 мм).

## РОЗДІЛ 6

### ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

#### 6.1. Загальні вимоги

Дипломна робота повинна бути оформлена належним чином. Текст дипломної роботи друкується на комп'ютері з одного боку стандартного аркуша одностороннього білого паперу формату А4 (210×297 мм), дотримуючись таких вимог:

- текстовий редактор – Word for WINDOWS;
- шрифт – Times New Roman;
- розмір шрифту – 14 пунктів;
- інтервал – 1,5 (28-30 рядків на одній сторінці, в кожному рядку 57-60 знаків);
- розташування – книжне.

Загальний обсяг дипломної роботи повинен становити 100-120 друкованих сторінок.

Зазначений вище обсяг дипломних робіт включає сторінки комп'ютерного набору на папері формату А4, без врахування додатків та списку використаних джерел.

Текст дипломної роботи необхідно друкувати, залишаючи поля таких розмірів:

- ліве – 30 мм;
- праве – 10 мм;
- верхнє – 20 мм;
- нижнє – 20 мм.

Вписувати в текст дипломної роботи окремі іншомовні слова, формули, умовні знаки можна чорнилом, пастою тільки чорного кольору, при цьому щільність вписаного тексту повинна бути наближеною до щільності основного тексту.

Рекомендовані параметри відступів та інтервалів наведено на рис. 6.1.

Шрифт друку повинен бути чітким, щільність тексту однаковою. Використання напівжирного, курсивного та підкресленого стилю шрифту в

основному тексті, таблицях та рисунках заборонено.

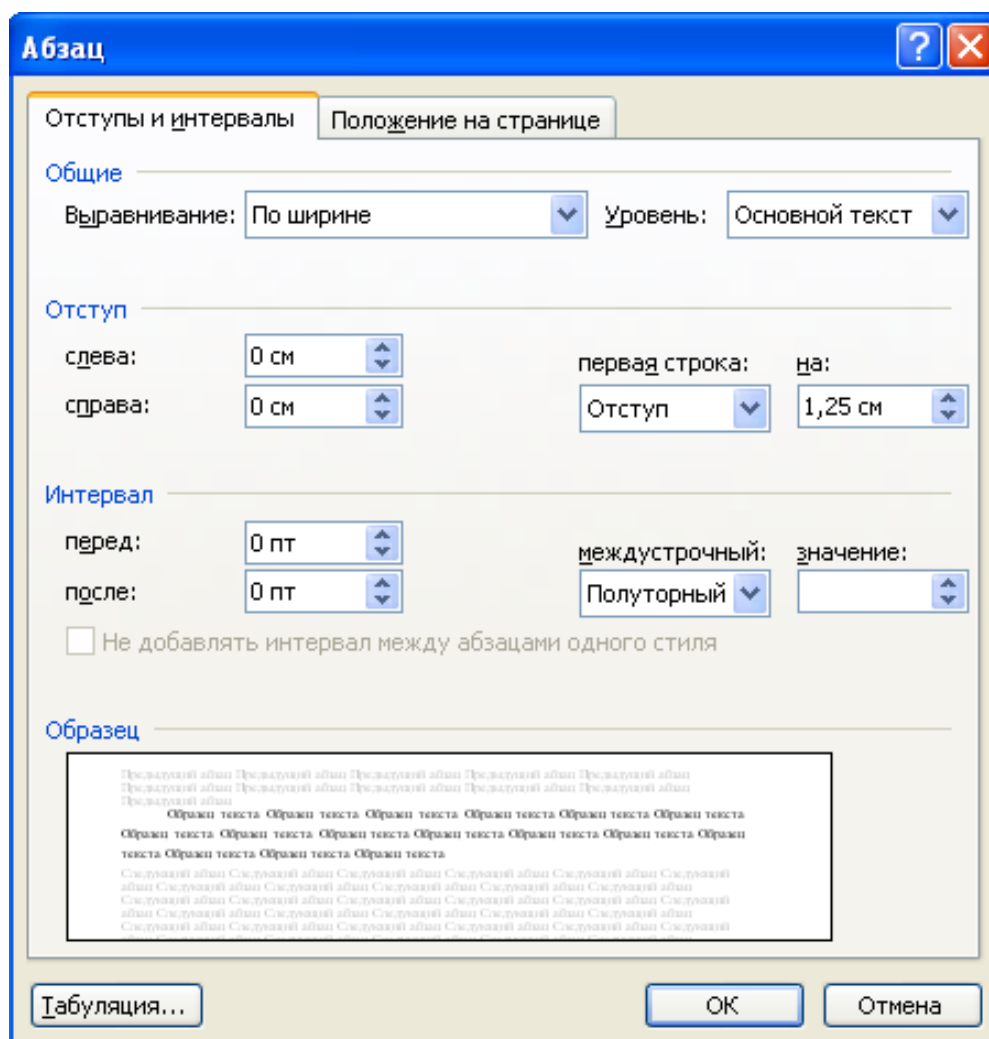


Рис. 6.1. Відступи та інтервали

Друкарські помилки, описки і графічні неточності, які виявилися в процесі написання роботи, можна виправляти (не більше одного виправлення на одній сторінці) за допомогою коректора та пасти виключно чорного кольору, нанесенням на тому ж місці або між рядками виправленого тексту (фрагменту рисунка) машинописним способом, при цьому щільність вписаного тексту повинна відповідати щільності основного тексту.

Заголовки структурних частин дипломної роботи «АНОТАЦІЯ», «ЗМІСТ», «ВСТУП», «РОЗДІЛ», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ», «ДОДАТКИ» друкують великими літерами симетрично до тексту. Заголовки

підрозділів друкують маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу. Крапку в кінці заголовка не ставлять. Якщо заголовок складається з двох і більше речень, їх розділяють крапкою. Заголовки пунктів друкують маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу.

Кожну основну структурну частину дипломної роботи «АНОТАЦІЯ», «ЗМІСТ», «ВСТУП», «РОЗДІЛ», «ВИСНОВКИ», «ДОДАТКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ», треба починати з нової сторінки. Підрозділи в межах розділу (наприклад, підрозділи 1.2., 1.3., 2.2., 2.3.) друкуються послідовно, один за одним – не з нової сторінки.

## **6.2. Нумерація та оформлення ілюстрацій**

Нумерацію сторінок, розділів, підрозділів, пунктів, рисунків, таблиць, формул подають арабськими цифрами без знака №.

Першою сторінкою дипломної роботи є титульний аркуш, який включають до загальної нумерації сторінок дипломної роботи. Титульний аркуш дипломної роботи має єдину форму і реквізити (див. дод. А).

За титульним аркушем розміщують завдання на дипломну роботу, а за ним анотацію та зміст дипломної роботи, перелік умовних скорочень та аббревіатур.

На титульному аркуші, завданні, анотації та змісті номер сторінки не ставлять, на наступних сторінках номер проставляють у правому верхньому куті сторінки без крапки в кінці.

Безпосереднє викладення тексту роботи (вступ) починається з п'ятої або шостої сторінки.

Такі структурні частини дипломної роботи, як анотація, зміст, вступ, висновки, додатки, список використаних джерел не мають порядкового номера. Номер розділу ставлять після слова «РОЗДІЛ», після номера крапку не ставлять, потім з нового рядка друкують заголовок розділу. Підрозділи нумерують у межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, між якими ставлять крапку. В кінці номера підрозділу повинна стояти крапка,

наприклад: «1.2.» (другий підрозділ першого розділу). Далі у тому ж рядку йде заголовок підрозділу.

Приклад оформлення:

## **РОЗДІЛ 1**

### **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА (14 ж, всі прописні)**

(пропуск рядка – шрифт 14)

#### **1.1. Конкурентоспроможність як основний мотиваційний фактор розвитку підприємства (14 ж)**

(пропуск рядка – шрифт 14)

Далі текст

Забезпеченню наочності та підвищенню рівня сприйняття складних класифікацій, взаємозв'язків між категоріями та результатів аналітичних досліджень сприяє введення у текст роботи різноманітних ілюстрацій, передовсім малюнків та таблиць.

**Ілюстрації** (схеми, графіки, рисунки, діаграми) і таблиці розмішуються відразу ж після посилань на них у тексті або на наступній сторінці. Кожна ілюстрація має відповідати тексту. Не варто оформляти посилання на ілюстрації як самостійні фрази, в яких лише повторюється те, що міститься у підписі. У тому місці, де викладається тема, пов'язана з ілюстрацією розміщують посилання у вигляді виразу в круглих дужках (рис. 2.1) або звороту типу: «... як це видно з рис. 2.1» або «... як це показано на рис. 2.1».

Усі ілюстрації (крім таблиць) позначають словом «Рис.» і нумерують послідовно (за винятком ілюстрацій, поданих у додатках) в межах розділу. Номер ілюстрації повинен складатися з номера розділу і порядкового номера ілюстрації, між якими ставиться крапка (наприклад: Рис. 2.1. Назва рисунка (перший рисунок другого розділу)). Номер ілюстрації, її назва і пояснювальні підписи розміщують послідовно під ілюстрацією.

Будь-який графічний матеріал повинен бути читабельним і мати інформаційну цінність, наприклад, якщо подається аналіз статистичних показників, то в діаграмі необхідно відобразити і цифровий матеріал (наприклад, рис. 2.1, рис. 2.10).

Нижче наведено приклади оформлення ілюстрацій:

Ринок фірми	Товари і технології	
	Відомі	Нові
Відомий	Концентрація	Технологічний ризик
Новий	Комерційний ризик	Диверсифікація

Рис.1.1. Класифікаційні ознаки сучасних стратегій диверсифікації

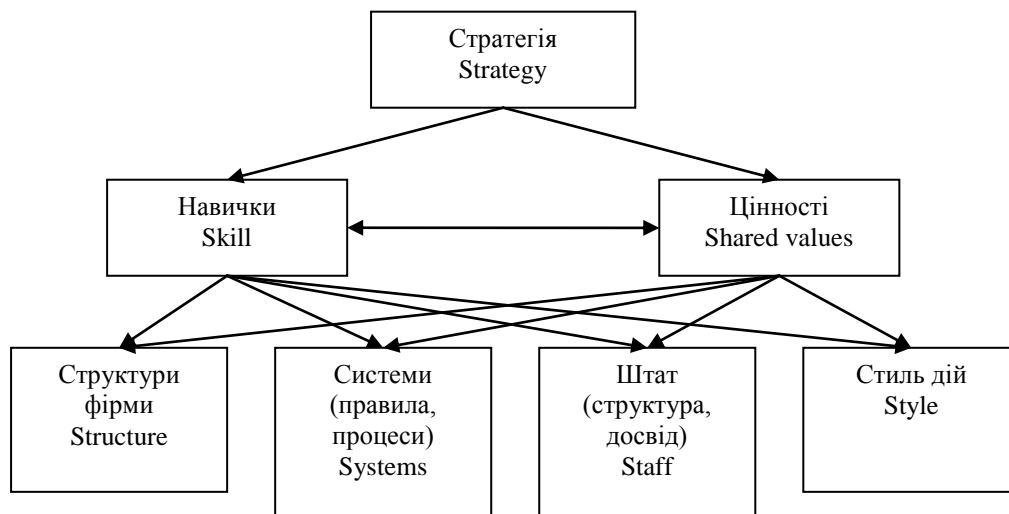


Рис. 1.5. Фактори, що впливають на розвиток фірми за моделлю «Мак-Кінзі» [12, с. 332]



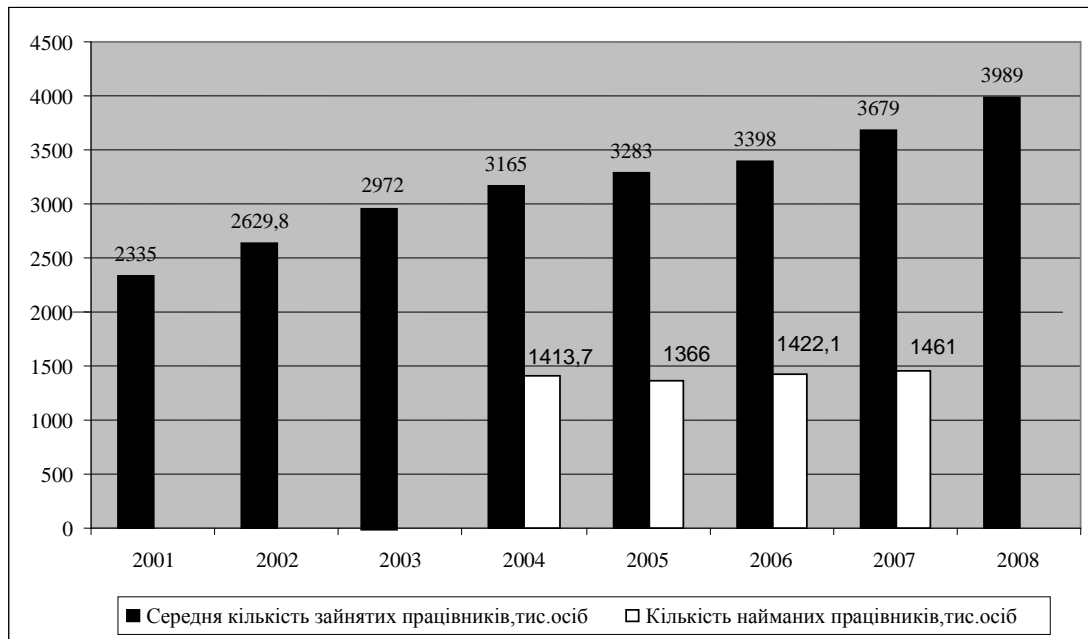


Рис. 2.5. Середньорічна кількість працюючих на суб'єктів малого підприємництва – фізичних осіб в період з 2001 по 2008 рік [112, с.3]

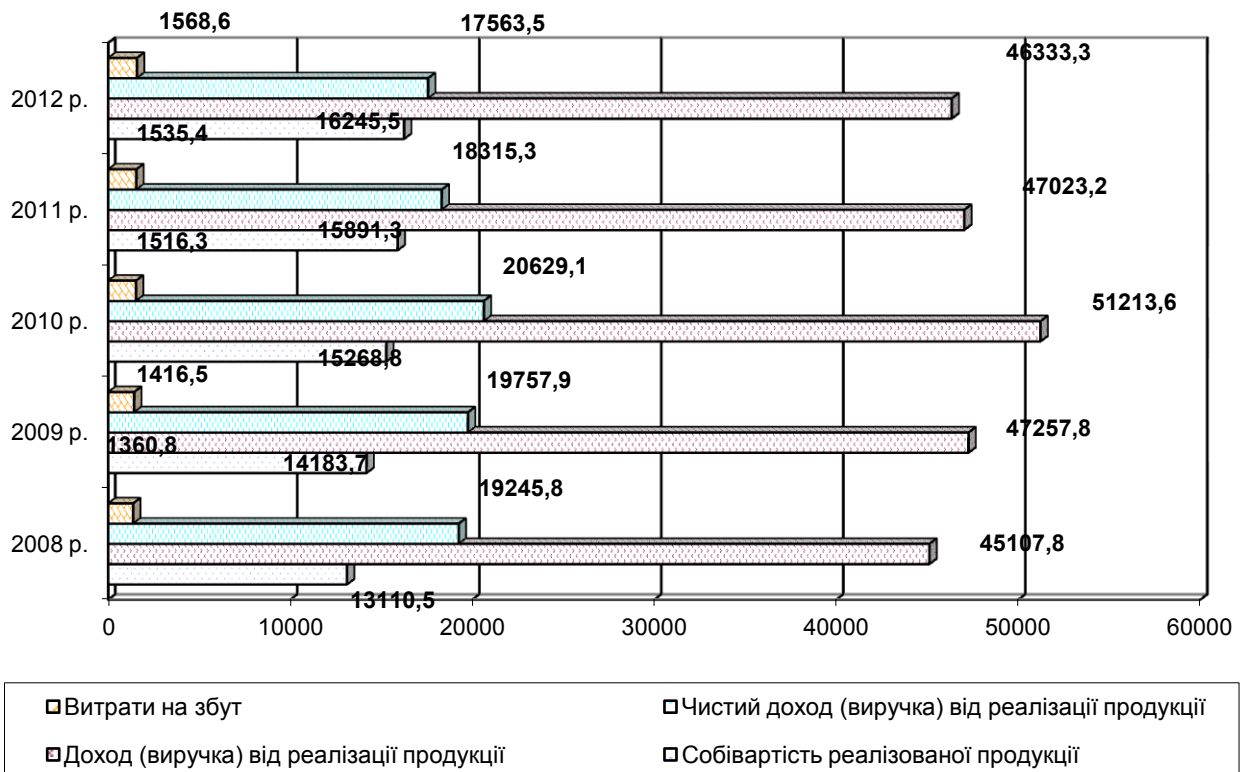


Рис. 2.10. Динаміка реалізації продукції підприємством, тис. грн. [54]

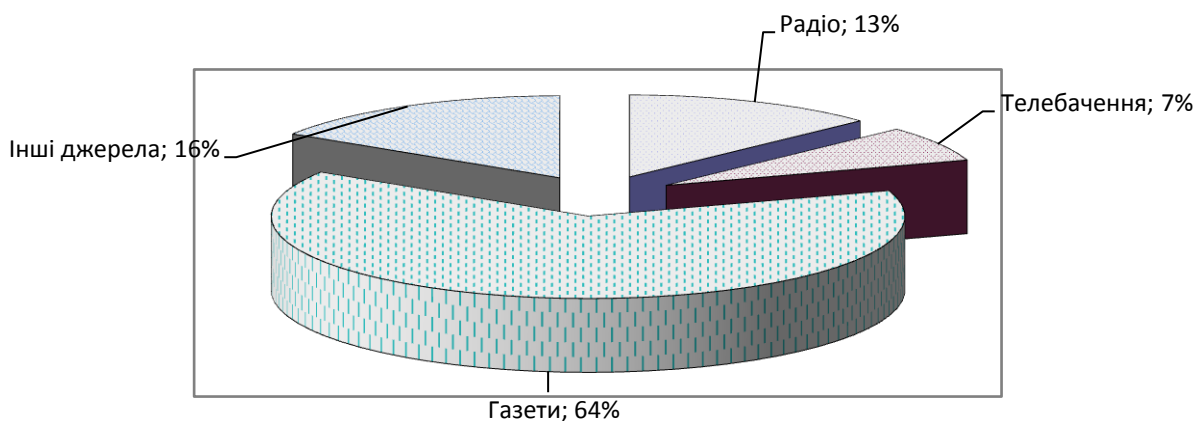


Рис. 4.1. Розподіл опитуваних за джерелами інформації

Кількість ілюстрацій в роботі визначається її змістом і повинна бути достатньою для того, щоб надати тексту дипломної роботи ясності й конкретності.

### 6.3. Таблиці

При наявності в роботі великого цифрового матеріалу його варто подавати у вигляді таблиці. Таблиці нумерують послідовно в межах розділу, за винятком таблиць, поданих у додатках. Слово «Таблиця» та її номер пишуться над правим верхнім кутом таблиці, а під ним – заголовок, який повинна мати таблиця, друкують симетрично до тексту. Номер таблиці повинен складатися з номера розділу і порядкового номера таблиці, між якими ставиться крапка, наприклад: «Таблиця 2.1» (перша таблиця другого розділу).

Кожна таблиця повинна розмішуватися на одній сторінці.

При переносі таблиці в правому кутку наступної сторінки слід писати «Продовження табл. \_\_» (вказати номер таблиці), наприклад: «Продовження табл. 2.1».

Кожна таблиця повинна мати посилання на джерело цифрових даних, з яких вона складена. Таке посилання може бути подане в одному з двох видів:

- 1) у вигляді зноски безпосередньо під самою таблицею;
- 2) у вигляді квадратних дужок після заголовку таблиці із зазначенням

бібліографічного номера джерела та сторінки.

Загальною схемою побудови таблиці є наступна:

Таблиця (номер)

Назва таблиці	
Шапка	Заголовки колонок
	Підзаголовки колонок
Рядки	
Заголовки рядків (боковик)	Колонки (графи)

Прикладами побудови таблиць у дипломній роботі є наступні:

Приклад № 1.

Таблиця 1.1

Таблиця переведення друкованих аркушів різних стандартних форматів в умовні друковані аркуші [24, с. 15]

Формат паперу, см	Площа друкованого аркуша, см <sup>2</sup>	Коефіцієнт переведення в облікові одиниці
60x90	5 400	1,00
60x84	5 040	0,93
70x90	6 300	1,17

Приклад №2.

## Економічні характеристики сегментів ринку електро побутових приладів\*

Показник	Ринкові сегменти		
	Організації	Підприємства та установи	Домашні господарства
Можливі обсяги продажу, шт.	155 000	225 000	445 000
Ціна реалізації, грн.	174	156	123
Витрати на створення каналів збуту, тис. грн.	—	17,9	44,7
Витрати на рекламу, грн. / на один виріб	8,7	6,3	5,9
Витрати на розвиток мережі сервісного обслуговування, тис. грн..	—	13,6	48,9
Заходи «паблік рилейшнз», тис. грн.	12,3	28,6	68,8

\* Джерело: Осін О. Економічні характеристики сегментів ринку електро побутових приладів //Галицькі контракти. – 2008. – №4. – С.8.

Після таблиці обов'язково має бути вказано джерело (так само як і у випадку з ілюстрацією). Між ілюстрацією або таблицею і продовженням наукової роботи повинен бути 1 інтервал.

Оформлення посилань має бути однаковим у всій роботі.

#### 6.4. Формули

При використанні формул необхідно дотримуватися певних техніко-орфографічних правил. Громіздкі формули, котрі мають у складі знаки суми, добутку, розміщують на окремих рядках. Це стосується також і всіх нумерованих формул.

Пояснення значень символів і числових коефіцієнтів треба подавати безпосередньо під формулою в тій послідовності, в якій вони дані у формулі. Значення кожного символу і числового коефіцієнта треба подавати з нового рядка. Перший рядок пояснення починають зі слова «де» без двокрапки.

Формули треба виділяти з тексту вільними рядками. Вище і нижче кожної формули потрібно залишити не менше одного вільного рядка. Якщо формула не

вміщується в один рядок, її слід перенести після знаків рівності (=), плюс (+), мінус (–), множення (×) або ділення (÷).

Формули у дипломній роботі (якщо їх більше однієї) нумерують в межах розділу. Номер формули складається з номера розділу і порядкового номера формули в розділі, між якими ставлять крапку. Номер формули потрібно брати в дужки і розташовувати на полях справа від формули, наприклад: (2.3) (третя формула другого розділу).

Приклади написання формул:

Приклад № 1.

$$K_T = I_{Tn1} \div I_{Tn2} \geq 1; \quad (2.3)$$

де  $K_m$  – показник конкурентоспроможності за технічними параметрами;

$I_{mn1}$ ,  $I_{mn2}$  – відповідно, групові показники конкурентоспроможності за технічними параметрами виробів, що порівнюються.

Приклад №2.

$$I_{n.p.} = \prod_{i=1}^n q_i \quad (3.4)$$

де  $I_{n.p.}$  – груповий показник нормативних параметрів;

$q_i$  – одиничний показник  $i$ -го параметра;

$n$  – кількість нормативних параметрів, що підлягає оцінюванню.

Формула входить до речення як його рівноправний елемент. Тому відповідно до правил пунктуації в кінці формул і в тексті перед ними ставлять розділові знаки. Так, перед формулою ставлять двокрапку, якщо у тексті перед формулою є узагальнююче слово, або цього вимагає побудова тексту, що передує формулі.

## 6.5. Загальні правила цитування та посилання на використані джерела

При написанні дипломної роботи студент повинен давати посилання на джерела цифрових даних, відомості, матеріали отримані з монографій, посібників, оглядових статей у фахових виданнях та інших джерел. Посилання на джерела слід виділяти двома квадратними дужками, в яких вказується порядковий номер літератури, назва якої наведена у списку використаних джерел, а також відповідна сторінка.

Наприклад: [35, с. 105],

де 35 – номер джерела, на яке дано посилання у дипломній роботі, за списком використаних джерел;

с. 105 – сторінка даного джерела.

На всі ілюстрації (схеми, графіки, рисунки, діаграми), таблиці і додатки дипломної роботи повинні бути посилання в тексті. Посилання на ілюстрації, таблиці і додатки дипломної роботи вказують порядковим номером ілюстрації, таблиці і додатку, при цьому слова «рисунок», «таблиця» і «додаток» в тексті пишуть скорочено, наприклад, (рис. 2.1), (табл. 2.3), (дод. А).

У повторних посиланнях на ілюстрації, таблиці і додатки треба вказувати слово «дивись», наприклад: (див. рис. 2.1), (див. табл. 2.2), (див. дод. А).

Обов'язково треба давати посилання на цитати.

Загальні вимоги до цитування такі:

- текст цитати починається і закінчується лапками і наводиться мовою оригіналу або точним перекладом на українську мову;
- цитування повинно бути повним, без довільного скорочення авторського тексту і без перекручень думок автора. Пропуск слів, речень, абзаців позначається трьома крапками;
- при непрямому цитуванні слід бути гранично точним у викладенні думок автора і давати відповідні посилання на джерело.

У дипломній роботі не рекомендується вести виклад від першої особи: «Я вважаю», «На мою думку». Доцільно писати: «На нашу думку», «На наш погляд»,

«З нашої точки зору» тощо.

Наприклад: На нашу думку, у наведеному визначенні автор правильно акцентує на тому, що ціна – це економічна категорія.

При згадуванні в тексті прізвищ (учених-дослідників, економістів) ініціали, як правило, ставляться перед прізвищем (В. Я. Кардаш, а не Кардаш В. Я., як це прийнято в списках використаних джерел).

*Наприклад:* На думку В. Я. Кардаша, функціонально-вартісний аналіз є методом комплексного техніко-економічного дослідження товару з метою розвитку його корисних функцій [37, с. 128].

## **6.6. Переліки та умовні позначення**

У тексті пунктів або підпунктів можуть бути переліки. Перед кожною позицією переліку слід ставити дефіс або (за необхідності послатися в тексті на один із переліків) малу літеру, після якої ставлять дужку. Для подальшої деталізації переліку необхідно використовувати арабські цифри, після яких ставлять дужку.

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

### Приклад оформлення переліку

*Отже, в Україні перешкодами на шляху переходу малого підприємства в категорію середнього є три групи причин:*

#### *а) економічні:*

- *відсутність власних ресурсів для інвестицій;*
- *обмежений доступ/висока вартість кредитного ресурсу;*

#### *б) правові:*

- *втрата податкових переваг;*
- *вищі вимоги до ведення бухгалтерської звітності;*
- *необхідність отримувати додаткові ліцензії;*

#### *в) психологічні:*

- *очікування зростання собівартості або погіршення якості продукції.*

Якщо в роботі студент використовує більше трьох разів певний вираз, то він має повне правило застосувати умовне скорочення. Створене скорочення зазначається в дужках після першого згадування конкретного виразу. Наприклад, *досвід розвинених країн показує, що сектор малого та середнього бізнесу (СМСБ) має великий потенціал впливу на розвиток економіки, що.....*

## **6.7. Оформлення додатків**

Додатки оформляють як продовження дипломної роботи на наступних її сторінках. Кожний додаток повинен починатися з наступної сторінки. Додаток повинен мати заголовок, надрукований вгорі малими літерами з першої великої симетрично тексту і сторінки. Посередині рядка над заголовком малими літерами з першої великої букви друкується слово «Додаток» і велика літера, що позначає додаток: наприклад, Додаток А.

Додатки слід позначати послідовно великими літерами української абетки, починаючи з А, Б...Я, за винятком літер Г, Ґ, Є, І, Ї, И, Й, О, Ч, Ь. За необхідності (при наявності значної кількості додатків) додатки нумерують у межах підрозділу або досліджуваної проблеми: наприклад, Додаток А 1, Додаток А 2, Додаток Б 1, Додаток Б 2, Додаток Б 3.

## **6.8. Порядок оформлення списку використаних джерел**

Джерела можна розміщувати одним із таких способів: у порядку появи посилань у тексті (найбільш зручний для користування і рекомендований при написанні наукових робіт), в алфавітному порядку прізвищ перших авторів або заголовків, у хронологічному порядку. Відомості про джерела, включені до списку, необхідно давати відповідно до вимог міжнародних і державного стандартів з обов'язковим наведенням назв праць.

Список використаних джерел слід розміщувати в наступній послідовності:



1. закони України;
2. укази Президента України;
3. нормативні акти Кабінету міністрів України;
4. постанови Національного банку України;
5. нормативні документи установ;
6. всі інші джерела в алфавітному порядку прізвищ перших авторів або заголовків.

Приклад оформлення списку використаних джерел наведений у додатку Ф.

**Дипломну роботу на здобуття кваліфікації магістра подають у в твердому переплетенні.**

## 7. ПІДГОТОВКА І ЗАХИСТ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

### 7.1. Загальний порядок надання матеріалу перед захистом

До захисту у ЕК можуть бути допущені ДР, теми яких затверджені наказом ректора університету, а структура, зміст та оформлення відповідають вимогам методичних рекомендацій (вказівок) випускових кафедр, п. 4.9 «Положення про інституційний репозитарій Тернопільського національного технічного університету ім. І. Пулюя (ELARTU)» і цього Положення, підписані керівником та консультантами, при наявності відгуку керівника.

Робота повинна містити наступні супровідні документи:

- завдання на дипломну роботу;
- відгук наукового керівника;
- внутрішню рецензію на дипломну роботу;
- довідку про впровадження (дод. М) або довідку про апробацію результатів дипломної роботи у науково-практичних конференціях (довільної форми, але обов'язково з печаткою установи, де відбувалась конференція);
- анотацію дипломної роботи на українській мові.

Завершена і підписана студентом і консультантом дипломна робота подається керівникові **не пізніше, ніж за три тижні до початку роботи Екзаменаційної комісії**. Керівник роботи у 10-денний строк після одержання перевіряє виконану роботу, підписує її і разом з письмовим відзивом подає завідувачу кафедрою.

Допуск до захисту ДР здійснюється завідувачем випускової кафедри після ознайомлення спеціальною комісією кафедри зі змістом, оформленням дипломної роботи, відгуком наукового керівника, внутрішньою рецензією та за умови їх позитивного висновку. Завідувач випускової кафедри приймає позитивне рішення на підставі підсумків попереднього захисту проекту (роботи) на кафедрі, що підтверджується його підписом на титульному аркуші. Після цього заповнюється зворотня частина форми «Подання голові ЕК щодо захисту ДР» і передається в деканат.

У випадку негативного відгуку керівника з висновком про неможливість допуску ДР до захисту, питання врегулюється відповідно до п. 3 «Положення про державну атестацію студентів Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя». У випадку, коли завідувач кафедрою не вважає за можливе допустити роботу до захисту, це питання розглядається на засіданні кафедри, за участю керівника і автора дипломної роботи. Протокол засідання кафедри подається декану факультету. У випадку, коли дипломна робота не підготовлена в установленій строк або за рішенням кафедри не може бути допущена до захисту, протокол такого засідання кафедри, затверджений деканом факультету, є підставою для відрахування випускника із числа студентів. За таким студентом залишається право доопрацювати дипломну роботу і захищати її у наступний термін роботи ЕК. До захисту дипломних робіт студенти допускаються згідно наказу ректора за поданням випускаючих кафедр та декана факультету.

На попередній захист дипломник з'являється з чистовим варіантом дипломної роботи, відзивом керівника на дипломну роботу, текстом підготовленої доповіді, тривалість якої має бути в межах 10 хвилин. Практика показала, що для доповіді достатньо 4-6 сторінок машинописного тексту.

В доповіді треба чітко сформулювати основні положення дипломної роботи, навести лише основні цифрові показники. Результати досліджень необхідно підтверджувати демонструванням ілюстративного матеріалу – таблиць, діаграм, графіків тощо. дипломник доповідає у присутності керівника та членів кафедри, занотовує зауваження та побажання, висловлені викладачами кафедри.

При обговоренні попереднього захисту роботи на кафедрі вказуються недоліки, допущені в доповіді студента, даються запитання, поради: як відповідати на запитання, вести себе під час захисту тощо.

Після успішного захисту (за необхідності – внесення змін чи доповнень) студент подає дипломну роботу завідувачу кафедрою для запису рішення кафедри про допуск до захисту.

Дипломна робота, допущена до захисту у ЕК, направляється завідувачем кафедри на рецензування за 10-15 днів до захисту. Рецензент у 5-денний термін знайомиться з роботою і дає на неї письмову рецензію.

Склад рецензентів визначається кафедрою і затверджується наказом по університету.

У рецензіях вказується:

- відповідність змісту дипломної роботи вибраній темі, її актуальність;
- найбільш суттєві висновки та пропозиції;
- наявність самостійних розробок і досліджень автора;
- практична цінність розроблених питань теми;
- загальні висновки і рекомендації щодо допуску до захисту і присвоєння кваліфікації магістра зі спеціальності «Маркетинг».

Студент знайомиться з рецензією і готує відповіді на зауваження рецензента. Доповнення та зміни вносити у дипломну роботу після рецензування не дозволяється. Негативна оцінка роботи рецензентом не позбавляє студента права захищати його на засіданні ЕК.

## **7.2. Відгук керівника дипломної роботи**

У письмовому відзиві керівника (*додаток Л*) відзначається актуальність теми, вказується практичне значення роботи, ступінь самостійності студента при виконанні дипломної роботи, характеризуються його позитивні якості, схильність до наукових досліджень, уміння узагальнювати і робити аргументовані пропозиції, участь студента в роботі наукових студентських семінарів і конференцій. Якщо дипломна робота на думку наукового керівника відповідає існуючим вимогам, в кінці відзиву він рекомендує до захисту перед Екзаменаційною комісією (ЕК).

Відзив повинен включати:

- відомість про актуальність теми дипломної роботи;
- відповідність роботи завданню й іншим вимогам;

теоретичний і практичний рівень підготовки студента, його самостійність при виконанні дослідження;

практичну цінність дипломної роботи;

уміння студента працювати з джерелами інформації і здатність ясно і чітко викладати матеріал;

дотримання правил і якості оформлення матеріалів;

переваги і недоліки роботи;

можливість допуску роботи до захисту.

Відгук друкується на стандартних аркушах формату А4. Обсяг відгуку – до 2 сторінок.

Студент повинний бути ознайомлений з відгуком не менш чим за 2 тижні до захисту дипломної роботи.

### **7.3. Рецензії**

В рецензії дається всебічна характеристика дипломної роботи та рівня її оформлення з обов'язковими конкретними зауваженнями (*додаток К*).

Рецензент повинний відбити в рецензії:

загальну характеристику дипломної роботи в цілому й окремих її розділах;

актуальність теми, новизну запропонованих методів рішення задач;

оцінку рівня професійної теоретичної і практичної підготовки випускника, його уміння самостійно використовувати отримані знання при вирішенні конкретних задач;

відповідність дипломної роботи завданню;

повноту і детальність розробки окремих питань;

логічну послідовність і ясність викладу матеріалу, обґрунтованість прийнятих рішень;

практичну цінність роботи і можливість її використання;

якість оформлення роботи;

позитивні сторони і недоліки в роботі;

□ оцінку виконаної дипломної роботи (відмінно, добре, задовільно, незадовільно) і власну думку про можливість присвоєння випускнику кваліфікації «магістр» за спеціальністю 075 “Маркетинг” (для магістрів, що захищаються у 2016 р. – 8.03050701 “Маркетинг”).

У рецензії повинні бути зазначені не менш двох зауважень.

Рецензія друкується на стандартних аркушах А4. Обсяг рецензії – до 2 сторінок. Рецензія оформлюється або на бланку установи, де працює рецензент, або завіряється печаткою.

Студент повинний бути ознайомлений з рецензією не менш чим за тиждень до захисту дипломної роботи.

#### **Рецензент дипломної роботи:**

- на підставі направлення за підписом завідувача випускової кафедри, отримує від дипломника роботу для рецензування;

- докладно знайомиться зі змістом пояснювальної записки ДР та графічним матеріалом (за його наявності), приділяє увагу науково-технічному рівню розробки, сучасності та раціональності прийнятих рішень, правильності розрахунків, використанню новітніх технологій, дотриманню вимог державних стандартів тощо. За необхідності запрошує дипломника на бесіду для отримання його пояснень з питань дипломної роботи;

- до дати, яка зазначена у направленні, готує рецензію у письмовому або друкованому вигляді за встановленою формою.

Рецензія не повинна дублювати відгук керівника.

Підписи рецензентів, які не є співробітниками університету повинні бути завірені у встановленому порядку.

Без відгуку наукового керівника і внутрішньої рецензії дипломна робота не допускається до захисту.

Основні недоліки при написанні дипломних робіт:

- основна частина роботи не відповідає змісту чи не розкриває тему дослідження;
- у роботі мало посилань на першоджерела або немає відповідності зі списком

використаних джерел;

- оформлення роботи не відповідає вимогам вищої школи;
- у роботі використано застарілий літературний, інструктивний, статистичний матеріал, відсутні цифрові дані;
- робота має описовий характер.

Негативна оцінка роботи, яка може бути висловлена в рецензії, не позбавляє права її захисту у ЕК.

Підписана автором та науковим керівником дипломна робота, яка оформлена належним чином, подається на випускаючу кафедру для попереднього захисту перед спеціальною комісією у складі провідних викладачів у терміни, визначені графіком, затвердженим на засіданні кафедри (*див. дод. П*). Попередній захист відбувається не пізніше як за 10 днів до основного захисту.

Після цього робота повинна бути зброшурована у тверду палітурку, для чого рекомендується скористатися послугами палітурного цеху. Відгук наукового керівника, внутрішня рецензія на дипломну роботу та довідка про впровадження не підшиваються, а розміщуються на внутрішній стороні палітурки у спеціально підклеєному конверті.

Автор роботи зобов'язаний ознайомитись із зауваженнями у відгуку і рецензії та підготувати відповіді на них, які він доповідатиме на захисті перед Екзаменаційною комісією (ЕК).

#### **7.4. Доповідь та роздатковий матеріал**

Одночасно з оформленням дипломної роботи студент готує доповідь (*додаток X*), роздатковий матеріал, які погоджує з керівником. Попередньо доповідь студента заслуховується на кафедрі відповідно до графіку, де створюються умови, наближені до дійсного захисту.

Рекомендується в якості ілюстрації до доповіді використовувати роздатковий матеріал і слайди для проекцій.

Роздатковий матеріал необхідний для роботи Екзаменаційної комісії під час захисту дипломної роботи. У роздатковий матеріал повинні входити:

- основні висновки і пропозиції автора;
- узагальнені результати дослідження;
- таблиці, схеми, графіки ілюструючи доповідь студента під час його захисту.

Роздатковий матеріал оформляється на аркушах формату А4 і брошурується. Кількість екземплярів визначається числом членів Екзаменаційної комісії (5-6 комплектів). Використання зазначеного роздаткового матеріалу є обов'язковим.

### **7.5. Перелік документів що подаються до захисту**

Перелік документів які подаються на захист в ЕК:

- завдання на дипломну роботу (*Додаток \_\_\_\_\_ Б*);
- дипломна робота (титульний лист – *Додаток А*, анотація *Додаток В*);
- відзив керівника дипломної роботи (*Додаток Л*);
- рецензії на дипломну роботу – внутрішня та зовнішня (*Додаток К*);
- доповідь (*Додаток Х*).
- договір на створення продукції чи акт про впровадження (за необхідністю, *Додаток М*).

Дипломна робота повина буде зшита друкарським чином. Порядок розміщення документів: титульний лист, завдання, анотація, зміст, вступ, основні розділи, додатки. Відгук керівника, рецензії, договір про створення науково-технічної продукції та акт про впровадження результатів дослідження вкладаються в конверт, який розміщується (приклеєно) до твердої обкладинки дипломної роботи.

До захисту дипломної роботи на засіданні ЕК студент повинен досконало опанувати наукову проблему, що охоплює ширше коло економічних явищ, ніж передбачені обраною темою. Доцільно ще раз самостійно переглянути і повторити питання, які пов'язані із змістом дипломної роботи і вивчалися професійно орієнтованими, фундаментальними та гуманітарними дисциплінами. Особливу увагу слід звернути на понятійний апарат теми, нормативні величини та досягнутий



у країні рівень показників, які використовуються в роботі чи певною мірою пов'язані з використаними.

Студенти, які у встановлений строк не представили дипломні роботи або одержали рішення про їх невідповідність вимогам, до захисту не допускаються.

## **7.6. Організація захисту дипломної роботи**

Захист дипломної роботи є формою перевірки рівня випускника та фактичної підготовленості його до роботи за фахом.

Захист дипломної роботи проводиться на відкритому засіданні Екзаменаційної комісії за участю не менше половини її складу. Персональний склад членів ЕК затверджується ректором не пізніше як за місяць до початку роботи комісії. До її складу можуть входити ректор або проректор з навчальної чи наукової роботи, декан факультету або його заступник, завідувачі кафедр, професори, доценти (викладачі) профілюючих кафедр, провідні спеціалісти виробництва та працівники науково-дослідних установ.

Захист дипломних робіт проводиться в університеті, або на підприємствах, в установах та організаціях, для яких тематика проектів, поданих для захисту, має науково-теоретичне або практичне значення.

**На захисті дипломної роботи обов'язкова присутність наукового керівника.**

### **Порядок захисту такий:**

- голова ЕК запрошує студента до захисту;
- оголошується тема дипломної роботи, прізвище керівника;
- студент готує демонстраційний матеріал;
- оголошення рецензії, відгуку наукового керівника і рішення про допуск роботи до захисту;
- декан факультету або один із членів ЕК повідомляє про виконання студентом навчального плану та середній бал його успішності за час навчання в університеті;

□ голова ЕК надає слово для доповіді дипломнику, студент робить коротке повідомлення про основні результати дослідження (тривалість до 10 хв);

□ члени ЕК задають запитання студенту-дипломнику, голова це робить останнім;

□ студент повинен зрозуміти суть запитання і дати коротку, конкретну, чітку, змістовну та етичну відповідь;

□ всі бажаючі з присутніх також можуть задати запитання студенту та висловити зауваження, на які він зобов'язаний дати відповідь. Кількість запитань дипломнику під час захисту не обмежується;

□ один з членів ЕК, що під час засідання ознайомився з дипломною роботою, інформує присутніх із змістом відгуку керівника, рецензії і висловлює свою думку про студента, дипломну роботу і її захист;

□ присутній на захисті керівник, за бажанням, може виступити особисто, характеризуючи дипломника, а не дипломну роботу;

□ завершується захист дипломної роботи заключним словом дипломника, в якому він дає відповідь на зауваження, що мають місце у рецензії та виступах членів ЕК, присутніх. Студент коротко висловлюється по суті зауважень, погоджується з ними, вказуючи шляхи усунення недоліків або аргументовано відхиляє їх, відстоюючи власну точку зору.

Тривалість захисту дипломної роботи не повинна перевищувати 30 хвилин. Тривалість одного засідання ЕК не повинна перевищувати шість академічних годин на день.

Тези доповіді і презентаційний матеріал випускник готує заздалегідь. Не слід переказувати вступ та зміст всіх розділів роботи, зупинятися на технічній стороні розрахунків. Необхідно стисло визначити мету та завдання роботи, обґрунтувати актуальність теми, охарактеризувати об'єкт дослідження, проаналізувати його і зробити висновки. Друга частина доповіді присвячується викладенню суті запропонованих заходів та обґрунтуванню їх ефективності. Під час доповіді необхідно звертати увагу членів ЕК на презентаційний матеріал (схеми, графіки, діаграми, таблиці), коротко пояснюючи його зміст.

Екзаменаційна комісія оцінює захист дипломної роботи, враховуючи при цьому рівень теоретичної та практичної підготовки студента, зміст і якість оформлення роботи, проявлену ініціативність і самостійність при виконанні досліджень, якість доповіді, змістовність, правильність і повноту відповідей на запитання, що були задані в процесі захисту, змістовність та якість демонстраційного матеріалу, рівень загальної ерудиції студента і оцінку роботи рецензентом.

За результатами захисту дипломної роботи виставляються оцінки: “відмінно”, “добре”, “задовільно”, “незадовільно”, які оголошуються в день захисту після оформлення протоколів засідання комісії, що складаються за встановленою формою і підписуються головою та членами ЕК. Оцінка захисту дипломної роботи записується в залікову книжку студента. Крім того, Екзаменаційною комісією, за результатами захисту дипломної роботи, може прийматися рішення про рекомендацію використання наукових розробок на підприємствах, у науково-дослідних установах, а студента – до навчання в аспірантурі.

Рішення ЕК про оцінку знань, виявлених під час захисту роботи, а також про присвоєння випускникам відповідного освітнього рівня та видачу дипломів приймають на закритому засіданні ЕК відкритим голосуванням звичайною кількістю голосів членів комісії, які брали участь у її засіданні. У разі однакової кількості голосів голос голови комісії є вирішальним. Під час цього засідання члени ЕК підписують протоколи засідань.

Студентам, які успішно склали державні екзамени та захистили дипломні роботи, рішенням ЕК присвоюється кваліфікація відповідно до отриманої спеціальності та видається диплом встановленого зразка.

Студент, який отримав оцінки “відмінно” не менше ніж із 75% усіх дисциплін навчального плану, а з решти – “добре”, склав державний екзамен і захистив дипломну роботу з оцінкою “відмінно”, а також проявив себе у науковій (творчій) роботі, що підтверджується рекомендацією кафедри, видається диплом з відзнакою, про що записується у протоколі засідання комісії.

У тих випадках, коли ЕК приймає рішення про те, що студент не захистив дипломну роботу, тобто отримав незадовільну оцінку, відповідну інформацію

заносять у протокол засідання комісії, а потім обговорюють на засіданні кафедри. Студент, який одержав незадовільну оцінку при захисті дипломної роботи, відраховується з університету з видачею академічної довідки встановленого зразка.

*Якщо студент не з'явився на захист, то у протоколі ЕК відзначається, що він є не атестованим через відсутність на засіданні комісії.*

Студенти, не атестовані у встановлені терміни, мають право на повторний захист в наступний період роботи ЕК відповідно до чинного законодавства. ЕК надає дозвіл також на повторний захист того самого проекту з доопрацюванням або рекомендує кафедрі затвердити нову тему. Студентам, які під час повторного захисту дипломних робіт отримали незадовільну оцінку, видається академічна довідка встановленого зразка.

Повторний захист дипломної роботи з метою підвищення оцінки не допускається.

Повторний захист дипломної роботи дозволяється впродовж трьох років після закінчення терміну навчання в університеті за умови подання позитивної характеристики з місця роботи, що відповідає профілю підготовки спеціаліста.

Для студентів, які не захищали дипломної роботи з поважних причин, підтверджених документально, ректором університету може бути продовжено термін до наступного періоду роботи ЕК, але не більше, ніж на один рік.

За підсумками діяльності Екзаменаційної комісії складається звіт, який затверджується на її заключному засіданні.

Підсумки роботи ЕК обговорюються на засіданні Вченої ради факультету і засіданнях випускаючих кафедр, де приймаються відповідні рішення по удосконаленню організації дипломного проектування та процедури підготовки захисту дипломних робіт.

Після захисту робіт рішення ЕК про надання студентам, які їх захистили, відповідної кваліфікації оголошується наказом, і ректор університету та декан факультету в урочистій обстановці вручають дипломи про закінчення університету.

## **7.7. Організація захисту дипломної роботи магістра**

Згідно з регламентом магістр зобов'язаний подавати дипломну роботу керівнику на перевірку у встановлені строки. При підготовці до захисту необхідно усунути всі зауваження.

Перед захистом дипломна робота магістра проходить нормоконтроль, не пізніше ніж за тиждень до дати захисту, на який необхідно представити:

- дипломну роботу підписану магістром, керівником та консультантом;
- електронний варіант дипломної роботи;
- ілюстративний матеріал;
- презентацію до дипломної роботи в електронному варіанті.

До захисту не допускаються магістри, які не виконали навчальний план і на момент подання до захисту дипломної роботи мають академічну заборгованість. Питання про не допуск дипломної роботи магістра до захисту розглядається на засіданні випускаючої кафедри та деканом факультету.

Екзаменаційній комісії можуть бути надані також інші матеріали, що характеризують наукову та практичну цінність виконаної дипломної роботи, – друковані статті за темою роботи, документи, що вказують на практичне її застосування тощо.

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

- короткого повідомлення автора (визначається мета, зміст, наукова та практична цінність роботи; питання, що винесені на захист, та результати дипломної роботи). Рекомендована тривалість доповіді студента – 10-15 хвилин;
- відповідей на запитання членів Екзаменаційної комісії та присутніх на захисті;
- відповідей на зауваження наукового керівника та рецензентів;
- підведення підсумків захисту дипломної роботи (дається оцінка дипломній роботі кожного студента).

Оцінка дипломної роботи магістра проводиться за п'ятибальною шкалою на підставі відгуку керівника, результатів захисту роботи. Екзаменаційна комісія приймає мотивоване рішення по кожному магістру про присвоєння кваліфікації магістра.

Етапи формування рейтингової оцінки випускної кваліфікаційної роботи:

- На першому етапі науковий керівник дипломної роботи визначає кількість балів за 10 критеріями, підсумовування яких дозволяє сформувати оцінку змісту дипломної роботи та дотримання графіку її виконання .
- На другому етапі формується оцінка захисту дипломної роботи, яка враховує форму презентації результатів дипломного дослідження і відповіді членів ЕК.
- На третьому (заключному) етапі формується загальна оцінка виконання і захисту дипломної роботи.

Приоритет надається змісту дипломної роботи. Враховується роль і захист випускної кваліфікаційної роботи.

Захист дипломної роботи магістра розпочинається з доповіді, в якій необхідно розкрити:

актуальність теми

об'єкт та предмет дослідження;

мету та завдання;

основні положення роботи;

висновки.

Після відповідей на запитання зачитується рецензія на дипломну роботу магістра.

Під час захисту ведеться протокол засідання ЕК. Окремо відзначається думка членів ЕК про практичну цінність і рекомендації щодо використання пропозицій автора.

Загальний час захисту не повинен перевищувати 30 хвилин у середньому на одного магістра.

Результати захисту дипломних робіт оголошуються у цей же день після оформлення протоколів засідання Екзаменаційної комісії. Студенти, роботи яких містять значний обсяг наукової новизни, можуть бути рекомендовані Екзаменаційною комісією для вступу до аспірантури.

## 7.8. Критерії оцінювання дипломної роботи

Дипломна робота оцінюється за 5-бальною системою. У процесі визначення оцінки дипломного дослідження враховуються наступні показники якості роботи (Додаток П):

### Змістовні аспекти дипломної роботи магістра:

- актуальність обраної теми дослідження;
- спрямованість роботи на розробку реальних практичних рекомендацій;
- відповідність побудови роботи поставленим цілям і завданням;
- рівень наукової новизни роботи;
- рівень обґрунтування запропонованих рішень;
- застосування стандартних програмних продуктів (технологій);
- ступінь самостійності проведення дослідження;
- рівень викладення роботи та її оформлення.

### Якість захисту дипломної роботи магістра:

- уміння стисло, послідовно, чітко викласти сутність і результати;
- здатність аргументовано захищати викладені пропозиції;
- загальний рівень підготовки студента;
- володіння культурою презентації дипломної роботи магістра.

### Основні умови одержання оцінки такі:

Відмінно. Дипломна робота є бездоганною, містить елементи наукової новизни і має практичне значення, доповідь логічна і лаконічна, проголошена вільно, відгук і рецензія без зауважень, відповіді на запитання членів ЕК правильні, стислі.

Добре. Тема дипломної роботи розкрита, але мають місце недоліки непринципового характеру. В теоретичній частині поверхнево зроблений аналіз літературних джерел, недостатньо використані інформаційні матеріали підприємств, мають місце окремі зауваження у відгуку та рецензії, доповідь логічна, проголошена вільно, відповіді на запитання членів ЕК, в основному, правильні, оформлення роботи

виконано в межах вимог.

Задовільно. Тема дипломної роботи в основному розкрита, але мають місце недоліки змістовного характеру. Нечітко сформульована мета роботи, теоретичний розділ має виражений описовий характер, добір інформаційних матеріалів не завжди обґрунтований, заходи і пропозиції, що містяться у другому розділі, непереконливо обґрунтовані, відгуки містять окремі зауваження, доповідь прочитана за текстом, не всі відповіді на запитання членів ЕК правильні або повні. Є зауваження щодо оформлення роботи.

Незадовільно. Нечітко сформульована мета дипломної роботи. Розділи погано пов'язані між собою. Відсутній критичний огляд сучасних літературних джерел. Аналіз виконаний поверхово, запропоновані заходи випадкові і не мають системи, економічне обґрунтування неповне. Оформлення роботи не відповідає вимогам. Відповіді на запитання членів ЕК неточні або неправильні.

Дипломна робота до захисту не допускається. Робота подана керівникові на перевірку або на будь-який подальший етап проходження з порушеннями термінів, що встановлені регламентом, написана на тему, що своєчасно не була затверджена наказом по університету, виконана не самостійно, структура не відповідає вимогам, недбало оформлена.



## РОЗДІЛ 8

### ФУНКЦІЇ СТРУКТУРНИХ ПІДРОЗДІЛІВ ТА ПОСАДОВИХ ОСІБ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТУВАННЯ

#### **Випускова кафедра:**

- розробляє методичні рекомендації (вказівки) до дипломного проектування, які визначають вимоги до змісту, структури, оформлення ДР, порядку контролю виконання ДР, підготовки до захисту тощо з урахуванням специфіки напрямів та спеціальностей, за якими здійснюється підготовка фахівців на кафедрі;
- готує необхідну документацію для проходження студентами переддипломної практики (програму практики, методичні вказівки з проведення практики, індивідуальні завдання, вимоги щодо оформлення звіту про практику, порядок захисту звітів тощо);
- вносить пропозиції до деканату щодо баз переддипломної практики, здійснюють контроль за її проходженням, організують захист звітів протягом тижня після закінчення практики;
- розробляє теми дипломних робіт, заздалегідь ознайомлюють із ними студентів-випускників;
- визначає кандидатури керівників і консультантів ДР з числа досвідчених НПП, а також висококваліфікованих спеціалістів відповідної галузі з підприємств, установ, науково-дослідних інститутів тощо за їх згодою;
- вносить пропозиції для формування проектів наказів про призначення керівників, затвердження тем ДР, та зміни тем або керівників ДР;
- подає пропозиції декану факультету про недопущення до захисту ДР студентів, які не виконали календарний план виконання проекту (роботи) і не надали у встановлений термін підготовлений до захисту ДР;
- складає розклад консультацій керівників і консультантів ДР відповідно до календарного плану виконання проекту (роботи) визначеного завданням, проводять попередні захисти ДР;

- визначає рецензентів дипломних робіт кафедри, а також співробітників кафедри, які мають здійснювати рецензування ДР на інших кафедрах;

- обговорює на своїх засіданнях питання щодо організації та ходу дипломного проектування.

**Декан факультету:**

- за пропозиціями випускової кафедри вносить подання до відділу працевлаштування та практичної підготовки університету щодо баз переддипломної практики студентів факультету;

- за поданням випускової кафедри вносить проект наказу про проведення переддипломної практики студентами факультету;

- за поданням випускової кафедри вносить проект наказу про затвердження студентам факультету тем ДР і призначення керівників та консультантів;

- за поданням випускової кафедри вносить проект наказу про зміни тем або керівників ДР;

- за поданням випускової кафедри вносить проект наказу про призначення рецензентів ДР;

- за поданням випускової кафедри вносить проекти наказів про відрахування студентів за недотримання студентом календарного плану виконання або непредставлення ДР до захисту;

- здійснює контроль за організацією дипломного проектування на випускових кафедрах;

- своєчасно забезпечує подання у ЕК ДР, відгуку, рецензії та заповненого «Подання голові ЕК щодо захисту ДР» за встановленою формою;

- виносить на розгляд вченої ради та методичної комісії факультету питання щодо стану дипломного проектування та шляхів підвищення його якості;

- спільно з навчальним відділом організовує роботу персоналу деканату щодо підготовки необхідної документації для оформлення та отримання у встановленому порядку документів про освіту державного зразка.

### **Навчальний відділ:**

- розробляє нормативну документацію із забезпечення дипломного проектування та проведення державної атестації випускників університету;

- забезпечує випускові кафедри бланками за встановленими формами (титульні листи пояснювальних записок, бланки завдань на ДР, відгуків керівника та рецензій) або надає їх електронні версії;

- аналізує результати та якість дипломного проектування і розробляє пропозиції та заходи, спрямовані на підвищення якості освіти випускників, та спільно з деканами факультетів впроваджує їх у навчальний процес;

- контролює організацію дипломного проектування на факультетах та випускових кафедрах у межах своєї компетенції;

- спільно з деканом факультету готує необхідну документацію для оформлення та отримання у встановленому порядку дипломів певного освітнього рівня

- спільно з деканом факультету готує необхідну інформацію та виносить на розгляд Вченої та науково-методичної рад університету питання, що стосуються дипломного проектування.

Відділ працевлаштування та практичної підготовки разом з випусковою кафедрою та деканом факультету проводить роботу з визначення баз (місць) переддипломної практики та укладання угод на її проведення.

## РОЗДІЛ 9

### ПРАВА ТА ОBOB'ЯЗКИ СТУДЕНТІВ-ДИПЛОМНИКІВ

#### **Студент-дипломник має право:**

- вибирати тему дипломної роботи з числа запропонованих випусковою кафедрою або пропонувати власну тему з обґрунтуванням доцільності її розробки і можливості виконання. У разі необхідності може ініціювати питання щодо зміни теми ДР, у терміни встановлені цим Положенням. У всіх випадках він звертається з відповідною заявою на ім'я завідувача випускової кафедри;

- використовувати під час виконання дипломної роботи аудиторії університету у відведений для цього час;

- користуватися лабораторною та інформаційною базою кафедри, приладами, вимірювальною технікою тощо для проведення натурального експерименту, математичного моделювання або наукових досліджень за темою дипломної роботи;

- отримувати консультації керівника та консультантів роботи;

- самостійно вибирати варіанти рішення завдань дипломного проектування;

- попереднього (на кафедрі), першого або повторного (у ЕК) захисту дипломної роботи;

- ознайомитися зі змістом відгуку керівника та рецензії на ДР, готувати (у разі необхідності) аргументовані відповіді на їх зауваження до захисту ДР у ЕК.

#### **Студент зобов'язаний:**

- своєчасно вибрати тему дипломної роботи та отримати завдання на збір та опрацювання матеріалів, необхідних для дипломного проектування під час переддипломної практики;

- при проходженні переддипломної практики ознайомитися з практичною реалізацією питань організації та управління виробництвом (підприємством, фірмою тощо), охороною праці, вирішенням питань екології, безпеки життєдіяльності, техніко-економічних і спеціальних питань за темою ДР;

- після захисту звіту з переддипломної практики отримати у керівника ДР завдання на дипломне проектування;

- скласти та узгодити з керівником проекту календарний план виконання ДР;
- інформувати керівника про стан виконання роботи відповідно до календарного плану, надавати на його вимогу необхідні матеріали для перевірки;
- самостійно виконувати роботу або індивідуальну частину комплексної роботи;
- при розробці питань враховувати сучасні досягнення науки і техніки, використовувати передові методики наукових та експериментальних досліджень, приймати обґрунтовані рішення із застосуванням системного підходу;
- при проектуванні, проведенні різного роду розрахунків та моделюванні процесів використовувати сучасні комп'ютерні технології;
- відповідати за правильність прийнятих рішень, обґрунтувань, розрахунків, якість оформлення пояснювальної записки та графічного матеріалу, їх відповідність методичним рекомендаціям (вказівкам) з дипломного проектування випускової кафедри, існуючим нормативним документам та державним стандартам;
- дотримуватися календарного плану виконання ДР, встановлених правил поведінки в лабораторіях і аудиторіях кафедри, своєчасно та адекватно реагувати на зауваження та рекомендації керівника і консультантів ДР;
- у встановлений термін подати роботу для перевірки керівнику та консультантам і, після усунення їх зауважень, повернути керівнику для підготовки відгуку. Вносити будь-які зміни або виправлення в ДР після отримання відгуку керівника забороняється;
- надати керівнику електронну версію ДР для її перевірки на оригінальність, та розмістити реферований матеріал кваліфікаційної роботи в електронному репозитарії згідно вимог п. 4.9 «Положення про інституційний репозитарій Тернопільського національного технічного університету ім. І. Пулюя (ELARTU)»;
- отримати всі необхідні підписи у завданні, розділах та кресленнях, а також резолюцію завідувача випускової кафедри про допуск до захисту;
- особисто подати допущену до захисту ДР рецензенту, на його вимогу надати необхідні пояснення щодо ДР;
- за два дні до захисту передати оформлені ДР, відгук і рецензію у деканат;

- своєчасно прибути на захист ДР або попередити завідувача випускової кафедри та голову ЕК (через секретаря ЕК) про неможливість присутності на захисті із зазначенням причин та наступним наданням у деканат документів, які засвідчують їх поважність.

## **РОЗДІЛ 10**

### **РЕКОМЕНДОВАНА ТЕМАТИКА ДИПЛОМНИХ РОБІТ**

Тематика дипломних робіт розробляється випускаючою кафедрою у відповідності до затверджених програм вивчення нормативних та вибіркових дисциплін.

Тематика дипломних робіт щорічно переглядається та оновлюється.

Разом із вибором теми визначається об'єкт, за матеріалами якого буде виконуватися робота, це повинно бути підприємство будь-якої форми власності, яке є юридичною особою і має самостійну звітність. Діяльність цього підприємства повинна створювати можливість інформаційного забезпечення дослідження обраної теми. Якщо немає пропозицій студента щодо досліджуваного об'єкта, то кафедра призначає підприємство, з яким університет має відповідну угоду. Бажаним є виконання теми на замовлення керівництва об'єкта дослідження. Таке замовлення оформляється листом.

Кожен студент випускного курсу у заяві на ім'я завідувача кафедри промислового маркетингу, яка є підставою для призначення наукового керівника, зазначає формулювання теми і повну юридичну назву об'єкта дослідження (див. дод. Р).

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

### **ТЕМАТИКА ДИПЛОМНИХ РОБІТ**

1. Вдосконалення маркетингового підходу до управління підприємством в умовах Євроринку (на прикладі ....);
2. Вдосконалення ефективності управління маркетинговою діяльністю на підприємстві на прикладі....;
3. Вдосконалення планування та розвитку маркетингової діяльності компанії (на прикладі підприємства ....);

4. Вдосконалення маркетингової діяльності в мережі Інтернет (на прикладі підприємства....);
5. Вдосконалення Інтернет-технологій як маркетингового інструменту в діяльності фірми (на прикладі підприємства....);
6. Вдосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємства сфери послуг (на прикладі ...);
7. Вдосконалення організації маркетингової діяльності підприємства ..... на зовнішньому ринку;
8. Вдосконалення бізнес-планування маркетингової діяльності підприємства..... на зовнішньому ринку;
9. Вдосконалення використання логістики у системі маркетингової діяльності підприємства (на прикладі....);
10. Вдосконалення маркетингової діяльності на промисловому підприємстві на прикладі....;
11. Вдосконалення управління маркетинговою діяльністю банку (на прикладі....);
12. Формування ефективного маркетингового комплексу підприємства із використанням мотиваційних досліджень поведінки споживача (на прикладі....);
13. Вдосконалення комплексу маркетингу підприємства на прикладі....;
14. Розробка ефективного механізму адаптації маркетингового комплексу підприємства до мінливого зовнішнього середовища (на прикладі....);
15. Дослідження бізнес-середовища як детермінанти розробки маркетингової стратегії (на прикладі підприємства....);
16. Розробка та обґрунтування використання інформаційної системи маркетингу (на прикладі підприємства....);
17. Розробка Web-сайту як бізнес-системи, його використання на підприємствах (на прикладі ....);
18. Вдосконалення планування маркетингу інформаційних послуг (на прикладі підприємства ....);
19. Вдосконалення організації маркетингових досліджень на підприємстві на прикладі....;
20. Аналіз споживчих мотивацій у короткостроковому періоді на ринку м. Тернополя” з метою розробки (вдосконалення) \_\_\_\_\_ (на прикладі підприємства....);
21. Дослідження рівня попиту та споживчих мотивацій на продукцію підприємства на ринку з метою розробки (вдосконалення) \_\_\_\_\_ (на прикладі підприємства....);
22. Вивчення рівня короткострокового попиту та споживчих мотивацій підприємства.... на ринку рекламних послуг м.Тернополя з метою розробки (вдосконалення) \_\_\_\_\_;
23. Формування (розробка) системи мотивування працівників малого підприємства (на прикладі .....);
24. Аналіз процесу сегментації та позиціонування товарів промислового призначення з метою розробки (вдосконалення) \_\_\_\_\_ (на прикладі підприємства....);



25. Розробка (вдосконалення) ринково-продуктової стратегії підприємства (на прикладі....);
26. Вдосконалення маркетингової товарної політики (на прикладі підприємства....);
27. Вдосконалення маркетингової товарної політики фірми в Інтернет (на прикладі підприємства....);
28. Вдосконалення асортиментної політики підприємства....;
29. Вдосконалення управління товарним асортиментом підприємства (на прикладі....);
30. Вдосконалення управління товарною номенклатурою та асортиментом продукції на підприємстві (на прикладі ....);
31. Розробка ефективної товарної політики підприємства (на прикладі....);
32. Вдосконалення системи управління якістю продукції на підприємстві: (на прикладі....);
33. Вдосконалення маркетингової цінової політики фірми в Інтернет (на прикладі підприємства....);
34. Вдосконалення цінової політики на сервісні послуги підприємства (на прикладі....);
35. Вдосконалення стратегії і тактики ціноутворення в системі маркетингу підприємства (на прикладі ....);
36. Розробка маркетингової стратегії проникнення підприємства на ринок (на прикладі підприємства....);
37. Вдосконалення маркетингових методів забезпечення конкурентоспроможності підприємства на прикладі....;
38. Аналіз конкурентоспроможності промислового підприємства..... з метою вдосконалення \_\_\_\_\_;
39. Розробка заходів по підвищенню стратегічної конкурентної позиції підприємства (на прикладі ....) ;
40. Розробка заходів по підвищенню конкурентоспроможності підприємства (на прикладі підприємства....);
41. Ідентифікація та діагностика конкурентоспроможності підприємства в сучасній парадигмі управління з метою підвищення його конкурентної позиції (на прикладі підприємства ....);
42. Розробка заходів по підвищенню ефективності використання інформаційних технологій у збутовій політиці підприємства (на прикладі....);
43. Вивчення попиту і прогнозування збуту продукції підприємства з метою вдосконалення (розробки) \_\_\_\_\_(на прикладі....);
44. Розробка заходів по підвищенню ефективності збутових програм підприємства (на прикладі....);
45. Вдосконалення управління каналами руху товарів (на прикладі підприємства ....);
46. Вдосконалення маркетингової логістики в міжнародних каналах розподілу (на прикладі підприємства....);
47. Розробка (вдосконалення) логістичної системи промислового підприємства (на прикладі...);

48. Вдосконалення системи маркетингової логістики як інструменту підвищення конкурентоспроможності організації на Євроринку (на прикладі ....);
49. Вдосконалення логістичного підходу до функціонування складської системи (на прикладі підприємства ....);
50. Розробка (вдосконалення) системи маркетингових комунікацій (на прикладі .....);
51. Розробка (вдосконалення) комплексу просування з метою підвищення рівня попиту на продукцію (на прикладі підприємства.....);
52. Аналіз стану та розроблення заходів щодо удосконалення маркетингових комунікацій підприємства.....;
53. Розробка (вдосконалення) заходів по організації процесу просування товарів підприємства.....;
54. Розробка (вдосконалення) маркетингової стратегії компанії при просуванні товару на Євроринок (на прикладі ....);
55. Розробка (вдосконалення) інтерактивних маркетингових комунікацій (на прикладі підприємства.....);
56. Розробка (вдосконалення) заходів та маркетингове обґрунтування використання можливостей електронної торгівлі (на прикладі підприємства.....);
57. Розробка (вдосконалення) системи інтегрованих маркетингових комунікацій на ринку товарів промислового призначення (на прикладі підприємства.....);
58. Вдосконалення організації збутової мережі й засобів стимулювання продаж (на прикладі підприємства ....);
59. Вдосконалення системи стимулювання збуту продукції підприємства.....;
60. Розробка (вдосконалення) шляхів використання Інтернет ресурсу як засобу просування товарів підприємства (на прикладі.....);
61. Вдосконалення використання синтетичних засобів маркетингових комунікацій (на прикладі .....);
62. Дослідження маркетингових аспектів формування іміджу підприємства та розробка заходів щодо його підвищення (на прикладі ....);
63. Вдосконалення використання комунікаційних заходів на промисловому ринку (на прикладі підприємства.....);
64. Дослідження поведінки споживачів і розроблення заходів комплексу стимулювання на цій основі (на прикладі підприємства.....);
65. Вдосконалення комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій (на прикладі підприємства.....);
66. Розробка (вдосконалення) мерчандайзингових підходів до формування та управління асортиментом товарів (на прикладі підприємства ....);
67. Вдосконалення викладки товарів на основі технологій мерчандайзингу роздрібного підприємства (на прикладі ....);
68. Розробка (вдосконалення) заходів по використанню мерчандайзингу товарів продовольчої групи роздрібного підприємства (на прикладі ....);
69. Розробка (вдосконалення) заходів по використанню мерчандайзингу товарів непродовольчої групи роздрібного підприємства (на прикладі ....);
70. Розробка (вдосконалення) заходів по використанню мерчандайзингу у сфері послуг (на прикладі підприємства ....);

71. Розробка (вдосконалення) системи мерчандайзингу роздрібного підприємства (на прикладі ....);
72. Розробка заходів із підвищення ефективності використання медіа каналів в рекламній діяльності підприємства (на прикладі ....);
73. Вдосконалення рекламної діяльності в мережі Інтернет (на прикладі підприємства....);
74. Вдосконалення засобів інтерактивного маркетингу з метою підвищення ефективності роботи підприємства (на прикладі ....);
75. Вдосконалення процесу планування і регулювання запасів підприємства (на прикладі....);
76. Розробка заходів підвищення ефективності використання потенціалу підприємства ...: маркетинговий аспект;
77. Вдосконалення системи маркетингового менеджменту підприємства (на прикладі підприємства ....);
78. Вдосконалення маркетингових засад стратегічного розвитку підприємства (на прикладі ....);
79. Вдосконалення маркетингового планування підприємства (на прикладі ....);
80. Вдосконалення процесу стратегічного планування діяльності промислового підприємства (на прикладі підприємства....);
81. Вдосконалення маркетингової корпоративної стратегії підприємства (на прикладі ....);
82. Вдосконалення процесу тактичного планування діяльності промислового підприємства (на прикладі підприємства....);
83. Аналіз секторів бізнесу підприємства за моделлю BCG (на прикладі ....) та розробка заходів по підвищенню ефективності управління портфелем бізнесу підприємства;
84. Вдосконалення системи маркетингового планування (на прикладі підприємства....);
85. Вдосконалення програми маркетингу промислового підприємства на Євроринку (на прикладі ....);
86. Вдосконалення технології маркетингу з метою забезпечення стійкого розвитку підприємницької структури на Євроринку (на прикладі ....);
87. Вектори розвитку маркетингової цінової політики підприємства в контексті євроінтеграційної перспективи (на прикладі....);
88. Вектори розвитку маркетингової комунікаційної політики підприємства в контексті євроінтеграційної перспективи (на прикладі....);
89. Вектори розвитку маркетингової збутової політики підприємства в контексті євроінтеграційної перспективи (на прикладі....)
90. Вектори розвитку маркетингової товарної політики підприємства в контексті євроінтеграційної перспективи (на прикладі....);
91. Вдосконалення використання аудит-маркетингу (на прикладі підприємства....);
92. Розроблення і обґрунтування системи заходів, орієнтованих на посилення ринкових позицій підприємства (на прикладі підприємства....);
93. Розроблення стратегії стимулювання збуту (на прикладі підприємства....);

94. Формування товарної інноваційної політики підприємства (на прикладі...);
95. Розроблення конкурентної стратегії підприємства (на прикладі...);
96. Розроблення стратегії маркетингової діяльності підприємства на зовнішньому ринку (на прикладі...);
97. Розроблення стратегії виведення і просування продукції на ринку (на прикладі підприємства...);
98. Удосконалення організаційно-економічного забезпечення підвищення якості маркетингового менеджменту промислового підприємства (на прикладі...)
99. Удосконалення товарно-інноваційної діяльності в системі забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємства.....;
100. Моделювання тактики фірми на різних стадіях життєвого циклу продукту (на прикладі підприємства...);
101. Вдосконалення системи управління якістю продукції на підприємстві: (на прикладі...);
102. Шляхи удосконалення маркетингової товарної політики підприємства за допомогою Інтернету (на прикладі підприємства...);
103. Обґрунтування напрямів удосконалення маркетингової товарно-збутової політики підприємства
104. Розроблення механізму управління логістичною діяльністю підприємства
105. Вдосконалення системи управління маркетинговою діяльністю на підприємстві
106. Управління розробкою нового товару і стратегія його просування на ринку.
107. Розробка маркетингових методів підвищення конкурентоздатності продукції підприємства
108. Розробка комплексної системи стимулювання продажів підприємства
109. Розробка рекламної програми підприємства
110. Розробка і реалізація процесу управління комплексом маркетингу на підприємстві
111. Розробка маркетингової програми розвитку підприємства
112. Розробка кампанії просування продукції підприємства та оцінка її ефективності.
113. Організація ефективних структур маркетингу і логістики на підприємстві
114. Удосконалення організації маркетингової збутової діяльності на підприємстві
115. Підвищення ефективності логістичного сервісу підприємства
116. Розробка і реалізація процесу управління комплексом маркетингу підприємства
117. Вдосконалення управління маркетинговою діяльністю торгового підприємства.
118. Організація системи маркетингової діяльності торгового підприємства
119. Вдосконалення управління маркетинговою діяльністю на промисловому підприємстві із використанням бенчмаркінгу.
120. Впровадження комплексної системи управління комерційною діяльністю на засадах маркетингу.
121. Управління економічним потенціалом підприємства на засадах маркетингу.

122.Розробка (вдосконалення) стратегічного маркетингового планування у менеджменті підприємства.

123.Система програмування (планування) підвищення ефективності маркетингового менеджменту промислового підприємства.

124.Реінжиніринг бізнес-процесів промислового підприємства.

125.Розробка ефективної маркетингової організаційної структури промислового (торгового) підприємства.

**РОЗДІЛ 11**  
**ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ДЛЯ НАПИСАННЯ**  
**ДИПЛОМНИХ РОБІТ**

1. Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України [прийнято ВР 07.06.96р.] // Урядовий кур'єр. –1996. – 29 червня.

2. Про захист економічної конкуренції: закон України [прийнято ВР 11.01.2001 р.] // Голос України. –2001. – 27лютого.

3. Про стандартизацію: Закон України № 2408-III [прийнято ВР 17.05.2001р.] // Голос України. – 2001. –№ 108. –20 червня.

1. НПАОП 0.00-4.03-04 «Положення про Державний реєстр нормативно-правових актів з питань охорони праці» // Наказ Держнаглядохоронпраці від 08.06.2004 р. – № 151.

2. НПАОП 0.00-4.09-07 «Типове положення про комісію з питань охорони праці підприємства» // Наказ Держгірпромнагляду від 21.03.2007 р. – № 55.

3. НПАОП 0.00-4.11-07 «Типове положення про діяльність уповноважених найманими працівниками осіб з питань охорони праці» // Наказ Держгірпромнагляду від 21.03.2007 р. – № 56.

4. НПАОП 0.00-4.12-05 «Типове положення про порядок проведення навчання і перевірки знань з питань охорони праці» //Наказ Держнаглядохоронпраці від 26.01.2005 р. – № 15.

5. НПАОП 0.00-4.15-98 «Положення про розробку інструкцій з охорони праці» // Наказ Держнаглядохоронпраці від 29.01.1998 р. – № 9.

6. НПАОП 0.00-4.21-04 «Типове положення про службу охорони праці» // Наказ Держнаглядохоронпраці від 15.11.2004 р. – № 255.

7. НПАОП 0.00-4.33-99 «Положення щодо розробки планів локалізації та ліквідації аварійних ситуацій і аварій» // Наказ Держнаглядохоронпраці від 17.06.1999 р. – № 112.

8. НПАОП 0.00-6.03-93 «Порядок опрацювання та затвердження власником нормативних актів про охорону праці, що діють на підприємстві» // Наказ Держнаглядохоронпраці від 21.12.1993 р. – № 132.

9. НПАОП 0.00-6.13-05 «Порядок організації державного нагляду за охороною праці та гірничого нагляду в системі Держнаглядохоронпраці України» // Наказ Держнаглядохоронпраці від 30.03.2004 р. – № 92.

10.«Деякі питання розслідування та ведення обліку нещасних випадків, професійних захворювань і аварій на виробництві» // Постанова Кабінету Міністрів України від 25.08.2004 р. – № 1112.

11.Рекомендації щодо організації роботи кабінету промислової безпеки та охорони праці // Затверджено Головою Держгірпромнагляду 16.01.2008 р.

12.Рекомендації щодо побудови, впровадження та удосконалення системи управління охороною праці // Затверджено Головою Держгірпромнагляду 07.02.2008 р.

13. Армстронг Г. Маркетинг: Загальний курс: Навчальний посібник. /пер. з англ. / Г Армстронг, Ф. Котлер. – М.: Видавничий дім «Вільямс», 2001. – 608 с.

14. Багиев Г. Л., Моисеева Н. К., Никифорова С.В. Международный маркетинг/ Г. Л. Багиев, Н. К. Моисеева. – Спб: Питер, 2001. – 512 с.

15. Багиев Г. Л. Конкурентные преимущества в системе маркетинга как фактор экономической конъюнктуры [Електронний ресурс] / Г. Л. Багиев. – Режим доступу до документу: [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru).

16. Багиев Г. Л. Маркетинг - статистика, учебное пособие [Електронний ресурс] / Г. Л. Багиев, Е. Л. Богданова. – Режим доступу до документу: <http://www.marketing.spb.ru>.

17. Багиев Г. Л. Маркетинг: Учеб. для вузов / Г. Л.Багиев, В. М.Тарасевич, Х.Анн; Под общ. ред. Г.Л.Багиева. – 2–е изд., перераб. и доп. – М.: Экономика, 2001. – 718 с.

18. Багиев Г. Л. Маркетинг /Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн. – СПб.: Питер, 2005. – 733 с.

19. Блайт Дж. Основы маркетинга /Дж. Блайт. – К.: Знання-Прес, 2003. – 493 с.

20. Балабанов И. Т. Инновационный менеджмент / И. Т. Балабанов. – С.Пб: Питер, 2000. – 208 с.
21. Балабанова Л. В. Стратегическое маркетинговое планирование в современных торговых предприятиях / Л. В. Балабанова, В. В. Слипенький // «Управління підприємствами: проблеми та шляхи їх вирішення»: Матеріали міжнар.наук.–практ. конф. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2003.–Т.2.– С.89–92.
22. Балабанова Л. В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: навч. посіб. / Л. В. Балабанова, В. В. Холод. – К.: ВД «Професіонал», 2006. – 448 с.
23. Барашков С. В. Территориальный и отраслевой аспекты управления конкурентоспособностью продукции [Электронный ресурс] / С. В. Барашков. – Режим доступа до документу: <http://www.marketing.spb.ru>.
24. Бережная Е. В. Математические методы моделирования экономических систем : учеб. пособие / Е. В. Бережная, В. И. Бережной. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 432 с.
25. Березин И. Практика исследования рынков / И. Березин. – М.: Бератор-Пресс, 2003.– 376 с.
26. Березин И. С. Маркетинговый анализ. Принципы и практика. Российский опыт / И. С. Березин.– М.: Изд-во Эксмо, 2002.– 400с.
27. Березюк О. Охорона праці в галузі радіотехніки: Навч. Посібник / О. В. Березюк, М. С.Лемешев. – Вінниця: ВНТУ, 2009. – 159 с.
28. Благова С. О. Монополия и конкуренция в условиях рынка [Электронный ресурс] / С. О. Благова. – Режим доступа до документу: <http://www.marketing.spb.ru>.
29. Большой экономический словарь / [Сост.: А. Б. Борисов]. – Издание 2-е перераб. и доп. – М.: Книжный мир, 2007. – 860 с.
30. Бондар І. Ю. Планування виробничої програми підприємства та її ресурсне обґрунтування / І. Ю. Бондар, І. Ю. Чаюн.– К.: КТДЕУ, – 2000. – 65 с.
31. Борисов И. В. Использование и критерии эффективности фокусного интервью в маркетинговых исследованиях [Электронный ресурс] / И. В. Борисов. – Режим доступа до документу: <http://www.marketing.spb.ru>



32. Борисова Т. М. Маркетингове забезпечення антиризикових заходів промислових підприємств: монографія / Т. М. Борисова. — Т.: Навч. кн.-Богдан, 2009. — 188с.
33. Бугайчук Т. В. Маркетингові дослідження: Навч. посібник / Т. В. Бугайчук, В. А. Устименко. — Харків.: Торнадо, 2008. — 280 с.
34. Валітов С. С. Конкурентне право України [Текст]: навчальний посібник / С. С. Валітов. — К.: Юрінком Інтер, 2006. — 432 с.
35. Вачевський М. В. Інтелектуальна власність: теорія і практика інноваційної діяльності: підручник / М. В. Вачевський, В. Г. Кремень, В. М. Мадзігон [та ін.]. — К.: ВД «Професіонал», 2005. — 448 с.
36. Владимирская А. Е. Как заработать на рекламе / А. Е. Владимирская, П. А. Владимирский — К. : А.С.К., 2006. — 336с.
37. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент / А.В. Войчак. — К.: КНЕУ, 2002. — 268 с.
38. Гайдаенко Т.А. Маркетинговое управление. Полный курс МВА. Принципы управленческих решений и российская практика / Т.А.Гайдаенко. — М.: Изд-во Эксмо, 2005. — 480 с.
39. Гетьман О. О. Економічна діагностика: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / О. О. Гетьман, В. М. Шаповал.— К.: ЦУЛ, 2007.—307с.
40. Гіл, Чарлз В. Л. Міжнародний бізнес: конкуренція на глобальному ринку / Пер. з англ. А. Олійник, Р. Ткачук.—К.: Основи», — 2001. — 856 с.
41. Гогіташвілі Г. Г. Управління охороною праці та ризиком за міжнародними стандартами: Навч. посіб. / Г. Г.Гогіташвілі, Є.Т. Карчевські, В. М. Лапін. — К.: Знання, 2007. — 367 с.
42. Горшкова А. И. Глобализация стратегии конкуренция. Мировой опыт и Россия : (Краткий очерк) / А. И. Горшкова. — М. : Компания Спутник, 2006. — 54 с.
43. Гринчуцький В. І. Основи конкуренції: навч. посіб. для самост. вивч. дисц. / В.І Гринчуцький, Н.М. Голда. — Тернопіль: ТДТУ, 2005. — 138 с.
44. Дегтярев А. Р. Изобразительные средства рекламы. Слово, композиция, стиль. цвет. / А. Р. Дегтярев — М. : ГРАНД, 2006. — 256с.

45. Джефкінс Ф. Реклама: практ. посібник: пер. з 4-го англ. вид. / Ф. Джефкінс, Д. Ядін (доп. і ред.) — 2-ге укр. вид., випр. і доп. — К. : Знання, 2008. — 565с.
46. Дослідження і прогнозування економічної кон'юнктури: конспект лекцій / І. А. Серова, Т. С. Мирна; Харк. нац. екон. ун-т. — Х., 2008. — 91 с.
47. Дюпюи А. И. Диагностика интенсивности конкурентной борьбы на рынке [Электронный ресурс] / А. И. Дюпюи, С. М. Котов. – Режим доступа до документу: <http://www.marketing.spb.ru>.
48. Єжова Л. Ф. Інформаційний маркетинг: Навчальний посібник / Л. Ф. Єжова — К.: КНЕУ, 2002.— 560 с.
49. Завгородняя А. В. Маркетинговое планирование / А. В. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. – СПб.: Питер, 2002. –352 с.
50. Зінь Е. А. Планування діяльності підприємства: Підручник / Е. А. Зінь, М. О. Турченко. – К.: ВД «Професіонал», 2004.— 320 с.
51. Ілляшенко С. М. Маркетингова товарна політика промислового підприємства: управління стратегіями диверсифікації: монографія / С. М. Ілляшенко. — Суми: Унів. книга, 2009. — 328 с.
52. Инновационный менеджмент: Учеб. для вузов / С. Д. Ильенкова, Л. М. Гохберг, С. Ю. Ягудин и др.; Под ред. С. Д. Ильенковой. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 327 с.
53. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие / Под ред. Л. Н. Оголевой. – М.: ИНФРА–М, 2001. – 238 с.
54. Информационное обеспечение управления конкурентоспособностью [Электронный ресурс] / [под ред. Светунькова С. Г.]. – Режим доступа до документу: <http://www.marketing.spb.ru>.
55. Інформаційні системи і технології в економіці: Нав. посібник./ за ред. Пономоренко В. С. — К.: Академія, 2002. —542 с.
56. Инфраструктура товарного рынка: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. В. Прокопенко, В. Ю. Школа, О. О. Дегтяренко, С. М. Махнуша. — К.: Центр учб. л-ри, 2007. — 296 с.

57. Інфраструктура товарного ринку: Навч. посібник / Під ред. І. В. Сороки. – К.: НМЦВО МОН України, НВФ «Студцентр», 2002. – 608 с.
58. Касперский В. П. Анализ и прогнозирование деятельности фирм-конкурентов в условиях политического и экономического кризиса для российских предприятий [Электронный ресурс] / В. П. Касперский. – Режим доступа до документу: <http://www.marketing.spb.ru>.
59. Кеворков В. В. Политика и практика маркетинга на предприятии [Электронный ресурс] / В. В. Кеворков, С. В. Леонтьев. – Режим доступа до документу: <http://www.marketing.spb.ru>.
60. Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент: Навч. посіб / Г. І. Кіндрацька. – К.: Знання, 2006. – 366 с.
61. Комерційна діяльність організацій: Навч. посібник / Г. М. Старожилова, В. В. Озима, Т. Б. Стайоха; М-во аграр. політики України. — К., 2007. — 359 с.
62. Конкурентная диагностика фирмы: концепция, содержание, методы: монография / Л. С. Шевченко, В. И. Торкатюк, Н. А. Кизим, А. Л. Шутенко; НИЦ индустр. пробл. развития, Харьк. нац. акад. гор. х-ва НАН Украины. — Х.: ИНЖЭК, 2008. — 240 с.
63. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток: монографія / Ю. Б. Иванов, П. А. Орлов, О. Ю. Иванова; НДЦ індустріал. пробл. розв. НАН України. — Х.: ИНЖЕК, 2008. — 352 с.
64. Конкурентоспроможність та інноваційний розвиток України: проблеми науки та практики: тези доп. міжнар. наук.-практ. конф., 23 - 24 жовт. 2007 р., Харків / Харк. нац. екон. ун-т МОН України, НДЦ індустріал. пробл. розв. НАН України. — Х.: ИНЖЕК, 2007. — 144 с.
65. Красько Н. Зміна корпоративної культури – коли і як починати? / Н. Красько //Білоруський економічний журнал. – № 5. – 2004. – С. 63–72.
66. Крикавський Є. Логістичне управління. Підручник / Є. В. Крикавський – Львів: Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2005. – 684 с.
67. Крикавський Є. Промисловий маркетинг: Підручник. 2 – ге вид./ Є. Крикавський, Н. Чухрай – Львів: Вид-во Національного університету «Львівська

політехніка», 2004. – 472 с.

68. Крикавський Є. В. Логістика. Основи теорії: Підручник / Є. В. Крикавський – Львів: Інтелект–Захід, 2006 – 456 с.

69. Криппендорф К. 36 стратегий для победы в эпоху конкуренции / К. Криппендорф: Пер. с англ.. – СПб. : Питер, 2005. – 256 с.

70. Кристофер М. Логистика и управление цепочками поставок / Под общ. ред. В.С. Ликинского. – СПб.: Питер, 2004. – 316 с.

71. Крупка Ю. М. Правові основи підприємницької діяльності: навчальний посібник /Ю. М. Крупка. – К.: Юрінком Інтер, 2008. – 480 с.

72. Кузнецов А.В. Конкурентные стратегии международного бизнеса: Краткий курс лекций / А. В. Кузнецов. – Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси; Международный ин-т трудовых и социальных отношений. – Минск : Асобны Дах, 2004. – 79 с.

73. Кузьмін О. Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації): Навч. посібник для студ. спец. «Міжнародна економіка» / О. Є. Кузьмін, Н. І. Горбаль. — Л.: Вид-тво Національного ун-ту «Львівська політехніка», 2004. — 188с.

74. Кундышева Е.С. Математическое моделирование в экономике: учеб. пособие / Е. С. Кундышева. – М. : Дашков и К, 2007. - 352 с.

75. Логістика: компендіум і практикум: навч. посіб. / Є.В. Крикавський, Н.І. Чухрай, Н.В. Чернописька. — К.: Кондор, 2009. — 340 с.

76. Логістика: конспект лекцій / С. О. Огієнко, І. П. Дзьобко; Харк. нац. екон. ун-т. — Х., 2009. — 95 с.

77. Логістика: навч. посіб. / А. Л. Бержанір, В. І. Рибчак, Н. П. Слободяник; Уман. держ. аграр. ун-т. — Умань: Уман. видавн.-полігр. п-во, 2009. — 347 с.

78. Логістика: навч.-метод. посіб. / В. В. Смиричинський. - Терноп. нац. екон. ун-т. Ф-т економіки і упр. — Т., 2009. — 263 с

79. Логістика: навч.-метод. посіб. / Л. І. Антошкіна, В. І. Амелькін. — Донецьк: Юго-Восток, 2009. — 301 с.

80. Логістична підтримка інноваційної діяльності: конспект лекцій / Т. О. Колодізева; Харк. нац. екон. ун-т. — Х., 2009. — 98 с.
81. Логістичні системи: навч. посіб. / Є. В. Крикавський, Н. В. Чернописька; Нац. ун-т «Львів. Політехніка». — Л., 2009. — 263 с.
82. Макаревич Л. М. Управление предпринимательскими рисками / Л. М. Макаревич. — М.: Дело и Сервис, 2006. — 448 с.
83. Мак-Дональд М. Стратегическое планирование маркетинга / М. Мак-Дональд. — С.Пб., 2000.— 267с.
84. Маркетинг ХХІ століття. Тенденції концептуального розвитку / Л. О. Стрій. — О.: Фенікс, 2009. — 64 с.
85. Маркетинг в банку: навч. посіб. / О. Д. Вовчак, О. І. Завійська, Ю. О. Самура; Укоопспілка, Львів. комерц. акад. — 2-ге вид., доповн. — Л., 2009. — 380 с.
86. Маркетинг відносин в системі управління підприємством: монографія / Л. В. Балабанова, С. В. Чернишева; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. — Донецьк, 2009. — 280 с.
87. Маркетинг і логістика у вищому навчальному закладі: монографія / Н. І. Чухрай, Р. А. Патора, А. М. Лялюк; Волин. нац. ун-т ім. Л.Українки. — Луцьк: Вежа, 2008. — 324 с.
88. Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу: зб. тез та доп. Третьої міжнар. наук.-практ. конф., 1 - 3 жовт. 2009 р., Суми / Ред.: С. М. Ілляшенко; Сум. держ. ун-т, каф. маркетингу, Сум. регіон. центр інтелект. розв., Укр. асоц. маркетингу. — Суми: Мрія-1, 2009. — 292 с.
89. Маркетинг інновацій: навч. посіб. / Д. В. Табачник, Ю. В. Каракай, А. М. Гуржій; Держ. закл. «Луган. нац. ун-т ім. Т.Шевченка». — Луганськ, 2009. — 288 с.
90. Маркетинг менеджмент: новые решения: моногр. / А. А. Шубин, И. Г. Бритченко, Г. И. Бритченко, А. А. Ворошилова, Д. В. Махносов; Донец. нац. ун-т економіки и торговли им. М.Туган-Барановского. — Донецк, 2007. — 326с.

91. Маркетинг у сферах і галузях економіки регіону: матеріали II Міжнар. (VI Всеукр.) наук.-практ. конф. для молодих вчен., асп., студ., 13 - 14 квіт. 2007 р., Чернівці / Ред.: І. М. Буднікевич; Чернів. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. — Чернівці: Рута, 2007. — 416 с.
92. Маркетинг: від теорії до практики: навч. посіб. / В. Н. Парсяк. — К.: Наук. думка, 2007. — 256 с.
93. Маркетинг: навч. посіб. / Н. В. Васюткіна; Європ. ун-т. — К., 2007. — 227 с.
94. Маркетинг: навч. посіб. / Н. І. Волкова, Т. О. Окландер, Е. М. Забарна, О. М. Козакова, О. Б. Мішина, С. І. Рассадникова, Н. О. Черепанова; Одес. нац. політехн. ун-т. — О.: Наука і техніка, 2009. — 160 с.
95. Маркетинг: навч. посіб. / О. С. Іванілов, М. В. Чорна, Т. Б. Кушнір, Л. М. Філіпішина, Ю.А. Сімах. — 2-е вид., доповн. і переробл. — Донецьк: Схід. вид. дім, 2009. — 236с.
96. Маркетинг: Навч. посіб. / С. М. Гончаров. - Нац. ун-т вод. госп-ва та природокористування. — Рівне, 2007. — 364 с.
97. Маркетинг: навч. посіб. / Т. І. Бортник, В. І. Рибчак, А. О. Харенко; Уман. держ. аграр. ун-т. — Умань: УВПП, 2008. — 312 с.
98. Маркетинг: навч. посіб. / Т. О. Примак; Міжрегіон. акад. упр. персоналом. — 2-ге вид., виправл. та доповн. — К., 2007. — 228 с.
99. Маркетинг: навч. посіб. / Ю. Є. Петруня. — К.: Знання, 2007. — 325 с.
100. Маркетинг: навч. посіб. для студ. / І. Д. Падерін, К. В. Комарова, К. О. Сорока, С. А. Шмельова; Дніпропетр. держ. фін. акад. — Д., 2007. — 200 с.
101. Маркетинг: підручник / А. О. Старостіна, Н. П. Гончарова, Є. В. Крикавський, В. Я. Заруба, О. Л. Каніщенко. — К.: Знання, 2009. — 1071 с.
102. Маркетинг: підручник / А. Ф. Павленко, І. Л. Решетнікова, А. В. Войчак, Н. В. Куденко, О. О. Беляєв, Т. Є. Оболенська; ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В.Гетьмана». — К., 2008. — 600 с.
103. Маркетинг: підручник / Н. В. Бутенко. — К.: Атіка, 2008. — 300 с.

104. Маркетинг: теорія і практика: зб. наук. пр. N 14 / Ред.: Т. С. Максимова; Східноукр. нац. ун-т ім. В.Даля. — Луганськ, 2008. — 252 с.
105. Маркетинг: теорія і практика: зб. наук. пр. N 15 / Ред.: Т. С. Максимова; Східноукр. нац. ун-т ім. В.Даля. — Луганськ, 2009. — 446 с.
106. Маркетинг: учеб. пособие / Б. И. Сергеев, Г. Я. Харичева, Д. В. Чудаков, А. А. Анфалов, Е. Н. Бобарыкина; Крым. экон. ин-т ГВУЗ «Киев. нац. экон. ун-т им. В.Гетьмана». — Симф.: Феникс, 2008. — 480 с.
107. Маркетинг-логістична концепція управління територіями: монографія / Р. Р. Ларіна, В. Л. Пілюшенко; Донец. держ. ун-т упр. — Донецьк: Вебер, Донец. філ., 2007. — 275 с.
108. Маркетингова інноваційна політика: навч. посіб. / Н. С. Палій; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського, каф. економіки і упр. інновац. діяльністю. — Донецьк, 2008. — 130 с.
109. Маркетингова інформація: навч. посіб. / Л. О. Шелюк, Є. В. Крикавський, І. О. Дейнега, О. В. Дейнега, Р. Патора; Рівнен. ін-т слов'янознавства Київ. славіст. ун-ту. — Рівне: Вид. О.Зень, 2008. — 447 с.
110. Маркетингова політика в системі управління конкурентоспроможністю промислової продукції: монографія / Ю. В. Макогон, М. В. Корж; Донбас. держ. машинобуд. акад. — Краматорськ, 2009. — 244 с.
111. Маркетингова політика комунікацій: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Ч. 1. Теоретичні основи та приклади застосування комунікаційних технологій / Г.В. Афенченко, О.В. Богоявленський, В.С. Верлока, М.Д. Жердев, О.Е. Наумова; Укр. держ. акад. залізн. трансп. — Х., 2007. — 332 с.
112. Маркетингова політика розподілу: конспект лекцій / С. Є. Петропавловська, В. Є. Командровська, О. В. Хмельницька; Нац. авіац. ун-т. — К., 2008. — 48 с.
113. Маркетингова політика розподілу: навч. посіб. / В. А. Герцик, Ю. К. Федорова; Східноукр. нац. ун-т ім. В.Даля. — Луганськ, 2007. — 148 с.
114. Маркетингова політика розподілу: навч. посіб. / Є. В. Крикавський, Н. С. Косар, А. Чубала; Нац. ун-т «Львів. Політехніка». — Л., 2009. — 232 с.

115. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. / Л. Ф. Романенко; Відкритий міжнар. ун-т розв. людини «Україна». — К., 2008. — 106 с.
116. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. / С. Ю. Хамініч; Дніпропетр. нац. ун-т ім. О.Гончара. — Д.: Наука і освіта, 2008. — 200 с.
117. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Є. Крикавський, І. Дейнега, О. Дейнега, Р. Патора; НТУ «Львів. Політехніка». — 2-ге вид. — Л., 2008. — 276 с.
118. Маркетингова товарна політика: підруч. / С. І. Чеботар, С. М. Боняр, Р. І. Буряк, Я. С. Ларіна, Т. М. Левшукова. — К.: Преса України, 2007. — 262 с.
119. Маркетингова товарна політика: підручник / В. Я. Кардаш, О. К. Шафалюк, М. Ю. Антонченко; Київ. нац. екон. ун-т ім. В.Гетьмана. — 2-ге вид., переробл. — К., 2009. — 419 с.
120. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. / І. Р. Лошенко, А. М. Гуменюк, Ю. Б. Чаплінський. — К.: Дакор: КНТ, 2008. — 184 с.
121. Маркетингова цінова політика: Навч. посіб. / Л. Г. Мельник, О. І. Карінцева, Л. В. Старченко. — Суми: Унів. кн., 2007. — 240 с.
122. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. / С. Ю. Хамініч, С. Я. Касян, М. М. Зайцева; Дніпропетр. нац. ун-т ім. О.Гончара. — Д.: Наука і освіта, 2008. — 264 с.
123. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. / Я. В. Литвиненко; Міжрегіон. акад. упр. персоналом. — К.: Персонал, 2008. — 244 с.
124. Маркетинговий аналіз: навч. посіб. / В. В. Липчук, І. Г. Яців, Б. М. Гошко, О. Й. Гошко. — К.: Академвидав, 2008. — 216 с.
125. Маркетинговий менеджмент у сучасній світовій практиці. Проект «Синергія» - фаховий аналіз іноземною мовою: навч. посіб. / Ю. Є. Петруня, С. П. Кожушко, Г. І. М'ясоїд; Дніпропетр. ун-т економіки та права. — Д., 2008. — 272с.
126. Маркетинговий менеджмент: конспект лекцій / Р. Х. Иванова; Харьк. нац. екон. ун-т. — Х.: ИНЖЭК, 2007. — 120 с.
127. Маркетинговий менеджмент: конспект лекцій / О. П. Третьяк, К. В. Ларіна; Харьк. нац. екон. ун-т. — Х., 2008. — 80 с.



128. Маркетингові дослідження в Україні: Тези доп. III Міжнар. наук.-практ. конф., 22 - 23 трав. 2008 р., м.Луганськ / Ред.: Т. С. Максимова; Східноукр. нац. ун-т ім. В.Даля. Ф-т упр. економікою. — Луганськ, 2008. — 316с.
129. Маркетингові дослідження: навч. посіб. / А. І. Федорчук; Укоопспілка, Львів. комерц. акад. — Л., 2008. — 367 с.
130. Маркетингові дослідження: Навч. посіб. / І. В. Кошкалда; Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В.Докучаєва. — Х., 2007. — 158 с.
131. Маркетингові дослідження: підруч. / А. В. Войчак, А. В. Федорченко. Держ. вищ. навч. закл. «Київ. нац. екон. ун-т ім. В.Гетьмана». — К., 2007. — 402с.
132. Маркетингові дослідження: підручник / В. В. Ортинська, О. М. Мельникович; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. — К., 2007. — 376 с.
133. Маркетинговые исследования в сфере B2B. Анализ и оценка рынков товаров для бизнеса / Р. Макнейл. — Д.: Баланс Бизнес Букс, 2007. — 432 с.
134. Маркетинговые исследования: теория, методология, статистика: учеб. пособие / А. В. Зозулев, С. А. Солнцев. — К.: Знання; М.: Рыбари, 2008. — 643 с.
135. Маркетинговые показатели: Более 50 показателей, которые важно знать каждому руководителю = Marketing metrics: 50+ Metrics Every Executive Should Master / П. У. Фэррис, Н. Т. Бендл, Ф. И. Пфайфер, Д. Дж. Рейбштейн. — Д.: Баланс Бизнес Букс, 2009. — 480 с.
136. Маркетинговый механизм в условиях глобализации: теория и практика: монография / М. В. Корж; Донбас. гос. машиностроит. акад. — Краматорск, 2008. — 340 с.
137. Мартынов А.В. Разработка стратегии предприятия [Электронный ресурс] / А. В. Мартынов. – Режим доступа до документу: [http://www. client@autsorsing.ru](http://www.client@autsorsing.ru).
138. Математичні моделі та інформаційні технології управління рекламною діяльністю: монографія / В. К. Галіцин, О. П. Суслов, В. В. Дем'яненко, С. Д. Потапенко; Галиц. Акад. — Івано-Франківськ, 2009. — 144 с.
139. Менеджмент і маркетинг: Навч. посіб. / В. Б. Яковенко; Європ. ун-т. — К., 2007. — 144 с.

140. Менеджмент і маркетинг: навч. посіб. / В.І. Перебийніс, Л.М. Бойко, В.В. Писаренко, Є.О. Адоньєв, С.М. Бранінець; Полтав. держ. аграр. акад. — Полтава: ФОП Говоров С.В., 2007. — 344 с.

141. Менеджмент і маркетинг: навч. посіб.: у 2 ч. Ч. 1 / Г. В. Лагутін, В. О. Поколенко, В. Б. Яковенко, А. В. Шпаков, Г. М. Рижаківа; Київ. нац. ун-т буд-ва і архіт. — К., 2009. — 68 с.

142. Мерчандайзинг: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В. В. Божкова, Т. О. Башук. — Суми: Унів. кн., 2007. — 124 с.

143. Міжнародний маркетинг (на світовому ринку паливно-енергетичних ресурсів): навч. посіб. / О. І. Дікареєв; Міжнар. акад. упр. персоналом. — К.: Видав. дім «Персонал», 2009. — 254 с.

144. Міжнародний маркетинг: конспект лекцій / Т. О. Гаврилко, А. В. Гавриленко, В. О. Кустов, А.П. Науменко; Нац. авіац. ун-т. — К., 2008. — 64 с.

145. Млоток Е. Принципы маркетингового исследования конкуренции на рынке [Електронний ресурс] / Е. Млоток. — Режим доступу до документу: <http://www.marketing.spb.ru>.

146. Моделирование логистических систем / Ред.: Ю. Г. Лысенко; Донец. нац. ун-т. — Донецк, 2008. — 131 с.

147. Муратов И. М. Методика прогнозирования объёма сбыта продукции на потребительском рынке на основе маркетинговых исследований [Електронний ресурс] / И. М. Муратов, И. А. Шведова. — Режим доступу до документу: <http://www.marketing.spb.ru>.

148. Науково-практичний коментар Господарського кодексу України / Г. Л. Знаменський, В. В. Хахулін, В. С. Щербина; за заг. ред. В. К. Мамутова. — К.: Юрінком Інтер, 2009. — 688 с.

149. О'Шонесси Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход / Дж. О'Шонесси / Пер. с англ. под ред. Д. О. Ямпольской. — С.Пб: Питер, 2001. — 964 с.

150. Оксанич А. П. Інформаційні системи і технології маркетингу: Навч. посіб. / А. П. Оксанич, В. Р. Петренко, О. П. Костенко. — К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2008. — 320с.

151. Олехнович Г.И. Конкурентные стратегии на мировых рынках : Курс лекций / Г. И. Олехнович . – М. : Изд-во деловой и учеб. лит., 2005. – 256 с.
152. Опришко В. Ф. Міжнародне економічне право: підручник /В. Ф. Опришко. – К.: КНЕУ, 2003. – 311 с.
153. Основи охорони праці: Підручник / За ред. проф. В. В.Березуцького – Х.: Факт, 2005. – 480 с.
154. Основні чинні кодекси і закони України /укладач Ю. П. Єлісовенкою – К.: Махаон, 2010. – 976 с.
155. Охорона праці в будівництві: Навч. посіб. посібник / за ред. Б. М. Коржика, В. М. Іванова. – Харків: Форт, 2010. – 388 с.
156. Охорона праці. Курс лекцій. Практикум: Навч. посіб. / Л. А. Катренко, Ю. В. Кіт, І. П. Пістун. – Суми: Університетська книга, 2009. – 540 с.
157. Панов А.И. Стратегический менеджмент / А. И Панов, И. О. Коробейников.- М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2004. – 284 с.
158. Пасічник В. Г. Конкурентоспроможність фірми: Навчальний посібник / В. Г.Пасічник, О. В.Акіліна.– Київ: ЦУЛ, 2005. – 112 с.
159. Петренко В. Р. Інформаційні системи і технології маркетингу: Лабораторний практикум: Навч. посіб. / В. Р. Петренко, І. Г. Кротюк, О. П. Костенко. – К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2008. – 464с.
160. Піддубний І. О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Навч. посіб. / І. О. Піддубний, А. І. Піддубна. - Харківський держ. економічний ун-т. –Х. : ВД «ІНЖЕК» , 2004. –264 с.
161. Підприємницьке право: навчальний посібник /за ред. О. В. Старцева. – К.: Істина, 2006. – 208 с.
162. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер, [2-е изд.].– М.: АльпинаБизнесБукс, 2006. – 454 с.
163. Портер М. Конкуренция / М. Портер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 495с.
164. Психология дизайна и рекламы. Секреты PR-технологии / С. А. Сидоров (сост.). — Минск : Современная школа, 2007. — 254с.

165. Рубин Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции: учебник / Ю. Б. Рубин. – 4-е изд. – М.: Маркет ДС, 2006. – 712 с.
166. Румянцева Е. Е. Новая экономическая энциклопедия / Е. Е. Румянцева. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 810 с.
167. Русаловський А. В. Правові та організаційні питання охорони праці: Навч. посіб. – 4-те вид., допов. і перероб. / А. В. Русаловський. – К.: Університет «Україна», 2009. – 295 с.
168. Светуньков С. Г. Маркетинговые исследования: вопросы прогнозирования жизненного цикла товаров [Электронный ресурс] / С. Г. Светуньков, А. В. Волков. – Режим доступа до документу: <http://www.marketing.spb.ru>.
169. Ситник В. Ф. Системи підтримки прийняття рішень./ В. Ф. Ситник - К.: Техніка, 2000. – 158 с.
170. Смиринський В. В. Логістичний менеджмент державних закупівель. Теоретично – правовий та методологічний аспект: / В. В. Смиринський. - Наукове видання. – Тернопіль: Карт-бланш, 2004. – 390с.
171. Статистичний щорічник України за 2010 рік / Держкомстат України; За ред. О. Г. Осауленка – К.: Консультант, 2011. – 664с.
172. Тангейт Марк. Построение бренда в сфере моды: от Armani до Zara / Zimaletto / А. Лисицына (пер.с англ.). — 2-е изд. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. — 291с
173. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: Монографія / За заг. ред. д-ра екон наук, професора Іванова Ю.Б., д-ра екон наук, професора Тищенко О.М. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 384 с.
174. Третьяков О. В., Зацарний В. В., Безсонний В. Л. Охорона праці: Навчальний посібник з тестовим комплексом на CD / За ред. К. Н. Ткачука. – К.: Знання, 2010. – 167 с. + компакт-диск.
175. Хершген Х. Маркетинг: Основы профессионального успеха: Учебник для вузов: / Х. Хершген. - Пер. с нем. . – М.: ИНФРА, 2000. – 334с.
176. Хруцкий В. Е. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка /В. Е. Хруцкий, И. В. Корнеева. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 559 с.

177. Черчилль Гилберт А. Маркетинговые исследования / А. Черчилль Гилберт – С.Пб: Питер, 2000. – 752 с.

178. Чудаков А. Д. Логистика / А. Д.Чудаков. - Учебник. – М.: Издательство РДЛ, 2003. – 480 с.

179. Чухрай Н., Патора Р. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві: Підручник / Н. Чухрай, Р. Патора – К.:КОНДОР, 2006. – 308 с.

180. Щербина В. С. Господарське право: Підручник /В. С. Щербина. – К.: Юрінком Інтер, 2006. – 656 с.

## **ДОДАТКИ**

## Додаток А

### Приклад оформлення титульного аркуша дипломної роботи

Міністерство освіти і науки України  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
\_\_\_\_\_  
(повне найменування вищого навчального закладу)

\_\_\_\_\_  
(назва факультету )

\_\_\_\_\_  
(повна назва кафедри)

### ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА до дипломної роботи

\_\_\_\_\_  
(освітній рівень)

на тему: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Виконав: студент (ка) \_\_\_\_\_ курсу, групи \_\_\_\_\_  
напряму підготовки (спеціальності)

\_\_\_\_\_  
(шифр і назва напряму підготовки, спеціальності)

\_\_\_\_\_  
(прізвище та ініціали)

Керівник \_\_\_\_\_  
(прізвище та ініціали)

Рецензент \_\_\_\_\_  
(прізвище та ініціали)

м. Тернопіль – 201\_

**Додаток Б**  
**Бланк завдання на дипломну роботу**

Міністерство освіти і науки України  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
\_\_\_\_\_ (повне найменування вищого навчального закладу)

Факультет \_\_\_\_\_

Кафедра \_\_\_\_\_

Освітній рівень \_\_\_\_\_

Напрямок підготовки \_\_\_\_\_  
(шифр і назва)

Спеціальність \_\_\_\_\_  
(шифр і назва)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 201\_\_ р.

**ЗАВДАННЯ**  
**НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

\_\_\_\_\_ (прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Керівник роботи \_\_\_\_\_

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

Затвержені наказом по університету від « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 201\_\_ року № \_\_\_\_\_

2. Термін 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, слайдів)

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_





**Додаток В**  
**Зразок анотації до дипломною роботи**  
**АНОТАЦІЯ**

*Мигаль О. Удосконалення комплексу маркетингу підприємства (на прикладі РСТ Гусятин ). – Рукопис.*

Дослідження на здобуття освітнього рівня магістра за спеціальністю<sup>1</sup> 075 “Маркетинг” – Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя. – Тернопіль, 2015.

Проаналізований комплекс маркетингу підприємства РСТ Гусятин та фактори, що впливають на його маркетингову діяльність. Виявлено сильні та слабкі сторони досліджуваного підприємства на ринку роздрібної торгівлі. Досліджені споживчі мотивації РСТ Гусятин, запропоновано та обґрунтовано напрями покращення маркетингової діяльності підприємства.

**Ключові поняття:** маркетинг, комплекс маркетингу, товар, ціна, реклама, розподіл, просування, споживач, ЖЦТ, роздрібна торгівля.

**SUMMARY**

*Mygal O. Improving of marketing mix of the enterprise (on example of DCS Gusyatin). - Manuscript.*

Research on receiving of Master Degree on a speciality<sup>1</sup> 075 “Marketing”. Ternopil National Technical University named after Ivan Pul'uj. - Ternopil, 2015.

A marketing mix of the enterprise DCS Gusyatin and the factors influencing its marketing activities were analyzed. The strong and weak aspects of the enterprise market retailers were revealed. We researched the consumer motivation of the DCS Gusyatin and directions of improving the marketing of the company were suggested and substantiated.

Key concepts: marketing, marketing mix, product, price, advertising, distribution, promotion, consumer, product life cycle, retail.

<sup>1</sup>для магістрів, що захищаються у 2016 р. – 8.03050701

**Додаток Д**  
**Зразок оформлення змісту дипломної роботи**  
**ЗМІСТ**

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ ТА АБРЕВІАТУР.....	5
ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. Теоретико-методичні аспекти маркетингових комунікацій.....	10
1.1. Суть та складові маркетингових комунікацій .....	10
1.2. Класифікація інструментів та каналів маркетингових комунікацій..	21
1.3. Методи визначення ефективності маркетингових комунікацій.....	34
Висновки до розділу 1	43
РОЗДІЛ 2. Аналіз маркетингових комунікацій ПП «САМОГОНна	44
ресторація» та їх ефективність.....	
2.1. Характеристика діяльності ПП «САМОГОНна ресторація».....	44
2.2. Дослідження маркетингової комунікаційної політики ПП	
«САМОГОНна ресторація».....	63
2.3. Розрахунок ефективності та шляхи вдосконалення маркетингових	
комунікацій на ПП «САМОГОНна ресторація».....	76
Висновки до розділу 2	81
РОЗДІЛ 3. Вдосконалення управління маркетинговими комунікаціями	
підприємства.....	82
Висновки до розділу 3	94
РОЗДІЛ 4. Нормативно-правове забезпечення маркетингової діяльності	
підприємства.....	96
Висновки до розділу 4	104
РОЗДІЛ 5. Організаційна регламентація та оцінка ефективності	
запропонованих заходів на підприємстві.....	105
Висновки до розділу 5	115
РОЗДІЛ 6. Охорона праці в галузі.....	116
6.1. Конституційні засади охорони праці в Україні.....	116

6.2. Охорона праці у ПП «САМОГОНна ресторація».....	123
Висновки до розділу 6	129
РОЗДІЛ 7. Безпека в надзвичайних ситуаціях.....	130
Висновки до розділу 7	132
ВИСНОВКИ.....	133
ДОДАТКИ.....	139
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	153

## Додаток Е

### Приклад оформлення переліку умовних скорочень та аббревіатур

#### ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ ТА АБРЕВІАТУР

АРМ – автоматизоване робоче місце.

ВВП – валовий внутрішній продукт.

ВНП - валовий національний продукт.

НД – валовий дохід.

НБУ – Національний банк України.

4 Р – комплекс маркетингу.

ІСМ – інформаційна система маркетингу.

СУКП – система управління конкурентними перевагами.

СДУК – система діагностики управління конкурентоспроможністю.

СМКС - система моніторингу конкурентного середовища.

КС УКПМ – комплексна система управління конкурентоспроможністю промислового підприємства.

ТПП – торгово-промислова палата.

## Додаток Ж

### Зразок вступу до дипломної роботи

#### ВСТУП

**Актуальність теми.** Торгівля, будучи однією з базових форм прояву суспільних та економічних відносин, сприяє підвищенню матеріального і духовного потенціалу суспільства, створює сприятливий ґрунт для практичної реалізації здібностей і талантів кожного індивіда. Торгівля життєво необхідна для нормального функціонування, забезпечуючи стабільність економіки країни.

Методологічну і теоретичну основу даної роботи склали праці вчених в області маркетингу, таких як У. Уеллс, Дж. Бернет, С. Моріарті, Дж. Р. Россітер, Л. Персі, Ф.Котлер, Петер Друкер, Ернст Енгель. Дж. М. Пенроуз, Г. Л. Багієв, В. М. Тарасевич, Х. Анн, Д. Доті, Є. Голубкова. Зокрема дослідженню питань комплексу маркетингу в сфері торгівлі присвячено праці: й таких українських науковців, як А. Войчака, Т. Лук`янця, Г. Почепцова, Є. Ромата, В. Сахарова, Т. Примак.

Створення в Україні широкої і розгалуженої мережі торгових підприємств є необхідною умовою формування економічного середовища, яке сприяє створенню умов конкуренції для торгових компаній. Формування мережі гуртових підприємств забезпечує не тільки розвиток конкуренції, але й освіту гнучких коопераційних зв'язків, сприяє насичення ринку товарами та послугами з урахуванням індивідуальних потреб і швидко мінливого попиту, прискореного впровадження технічних нововведень купівельного попиту. Гуртові торгові підприємства створюють необхідні техніко-економічні та організаційні умови інтенсифікації суспільного виробництва і підвищення його ефективності шляхом правильної організації гуртової торгівлі.

Багато підприємств орієнтовані на реалізацію продукції вітчизняних товаровиробників. Тенденція росту підприємств за галузями економіки свідчить про те, що з розвитком ринкових відносин відбувається стійке зростання всіх підприємств.

Іншою тенденцією розвитку є зростання чисельності працівників, зайнятих у сфері обігу. Це обумовлено зростанням інфраструктурних галузей і підприємництва, який змушує освоювати нові форми відносин між виробниками і споживачами.

Здатність вчитися на досвіді дає можливість підприємству правильно скоригувати свої комерційні зусилля та підвищити професіоналізм в області гуртової торгівлі. Чималу роль у сфері торгівлі відіграє розумний відбір постачальників продовольчих товарів.

Актуальність теми обумовлена необхідністю вирішення завдань, пов'язаних з удосконаленням комплексу маркетингу підприємства торгівлі.

**Мета і задачі дослідження.** Метою дипломної роботи є дослідження та удосконалення маркетингового комплексу Гусятинського РСТ. Для досягнення мети, поставленої в рамках дипломного проектування необхідно вирішити наступні завдання:

- охарактеризувати сутність, форми і значення торгівлі;
- охарактеризувати маркетингову діяльність підприємств споживспілки;
- дати характеристику комплексу маркетингу ;
- розглянути маркетингову діяльність РСТ.

Сучасна торгівля, будучи однією з форм прояву суспільних та економічних відносин, сприяє підвищенню матеріального і духовного потенціалу суспільства. Вона життєво необхідна для нормального функціонування, забезпечуючи стабільність економіки кожної країни. Гуртова торгівля - один з ключових механізмів торгівлі.

Широка і розгалужена мережа торгових підприємств є необхідною умовою формування економічного середовища, яке сприяє створенню умов конкуренції для торгових компаній, забезпечуючи не тільки розвиток конкуренції, але сприяє насичення ринку товарами та послугами з урахуванням індивідуальних потреб і швидко мінливого попиту, прискореного впровадження технічних нововведень купівельного попиту.

Торгові підприємства створюють необхідні техніко-економічні та організаційні умови інтенсифікації суспільного виробництва і підвищення його ефективності шляхом правильної організації торгівлі.

Досліджувана в даній дипломній роботі Спілка споживчих товариств Тернопільської області , зокрема, Гусятинське РСТ - одне з найбільших підприємств на території України, основним видом діяльності якого є гуртова і роздрібна торгівля

продовольчими, непродовольчими і будівельними матеріалами, обладнанням, матеріалами, нерухомістю. РСТ приділяє особливу увагу поліпшенню якості обслуговування своїх клієнтів.

**Об'єктом дослідження** в даній дипломній роботі є Гусятинське РСТ.

**Предметом дослідження** є комплекс маркетингу Гусятинського РСТ та фактори, що впливають на вдосконалення маркетингової діяльності на ринку надання послуг з гуртової та роздрібною реалізації товарів.

**Методи дослідження.** Для досягнення поставленої в рамках дипломного проектування мети застосовані такі методи дослідження, які послужили інструментом для зборів теоретичного і фактичного матеріалу: наукове узагальнення, економічний аналіз, методи аналогій, а також структурний і системний підходи.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає в обґрунтуванні та розробці комплексу теоретичних, методичних, і практичних рішень щодо вдосконалення маркетингової діяльності підприємства роздрібною торгівлі.

**Практичне значення отриманих результатів** при проведенні даного прикладного дослідження з'явилася можливість дати рекомендації керівництву РСТ щодо подальшого вдосконалення діяльності компанії в рамках маркетингу.

**Апробація результатів дипломної роботи.** Основні положення дослідження доповідались й обговорювались на IV регіональній науково-практичній конференції молодих вчених та студентів «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі» (м. Тернопіль, ТНТУ ім. Пулюя, 2014 р.) та V регіональній науково-практичній конференції молодих вчених та студентів «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі» (м. Тернопіль, ТНТУ ім. Пулюя, 2015 р.).



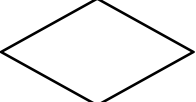
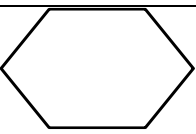
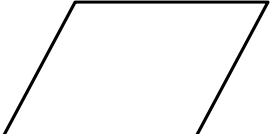

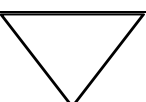
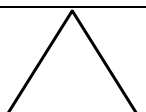
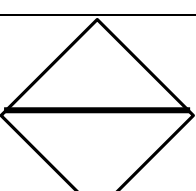

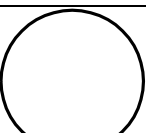
**Публікації.** За результатами дослідження було опубліковано 2 публікацію загальним обсягом 0, 38 др. арк.

**Структура роботи.** Дипломна робота складається з вступу, 7 - ми розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи складає 145 сторінок основного тексту, у тому числі 10 таблиць і 15 рисунків, список використаних джерел із 69 найменувань, 10 додатків на 13 сторінках.



### Додаток 3

#### Основні символи для конструювання блок-схем алгоритмів

Вигляд символу	Скорочена назва	Основна функція
	Початок - кінець	Початок або кінець процесу обробки даних або процесу виконання програми.
	Операція	Блок, результатом якого є зміна значення, форми, місця розташування інформації.
	Перехід (розгалуження)	Вибір напрямку виконання програми залежно від деяких умов.
	Модифікація програми	Блок, що міняє режим або послідовність обробки інформації (переадресація, запуск підпрограм, перемикач і т. п.).
	Ввід-вивід	Блок, у результаті здійснення якого інформація стає доступною для обробки на ЕОМ (ввід) або реєструються результати обробки (вивід).
	Підпрограма	Деякий наперед визначений процес, детальний зміст і назва якого подані окремо.
	Злиття	Блок об'єднання кількох множин в одну.
	Розбиття	Блок виділення за заданими ознаками однієї або кількох множин з даної.
	Сортування	Блок упорядкування деякої множини за даними ознаками.
	Табуляграма	Блок виводу даних (носій-табуляграма).
	Магнітна стрічка	Блок запису – відтворення даних (магнітний диск).

## Додаток К

### Бланк рецензії на дипломну роботу

Міністерство освіти і науки України  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

---

---

#### РЕЦЕНЗІЯ на дипломну роботу за освітнім рівнем «магістр»

Студента \_\_\_\_\_

На тему: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Напрямок підготовки і група \_\_\_\_\_

Обсяг дипломної роботи: графічного (ілюстративного) матеріалу – \_\_\_\_ аркушів формату А1 (слайдів); кількість сторінок пояснювальної записки – \_\_\_\_ аркушів формату А4; кількість сторінок додатків – \_\_\_\_ аркушів формату А4.

Короткий зміст дипломної роботи та прийнятих рішень: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Висновок про відповідність дипломної роботи завданню: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Короткий критичний огляд змісту кожного розділу роботи з виділенням найбільш важливих і значущих моментів, ступінь використання дипломником прогресивних методів роботи, повнота викладення матеріалу, оцінка отриманих результатів: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



**Додаток Л**  
**Бланк відгуку наукового керівника на дипломну роботу**

Міністерство освіти і науки України  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Кафедра \_\_\_\_\_

**В І Д Г У К**  
**на дипломну роботу за освітнім рівнем «магістр»**

Студента \_\_\_\_\_

На тему: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Напрямок підготовки і група \_\_\_\_\_

Обсяг дипломної роботи: графічного (ілюстративного) матеріалу – \_\_\_\_\_ аркушів формату А1 (слайдів); кількість сторінок пояснювальної записки – \_\_\_\_\_ аркушів формату А4; кількість сторінок додатків – \_\_\_\_\_ аркушів формату А4.

Висновок про відповідність дипломної роботи завданню \_\_\_\_\_

Короткий зміст прийнятих рішень \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Зауваження, побажання \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Позитивні сторони роботи \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Оцінка графічної частини (ілюстративного матеріалу) та пояснювальної записки: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Рівень підготовки студента, уміння використовувати набуті знання для ухвалення рішень

\_\_\_\_\_

Загальна оцінка дипломної роботи: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Відгук склав: \_\_\_\_\_

(вчений ступінь, посада, прізвище та ініціали керівника)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 201\_\_ р.

\_\_\_\_\_ (підпис керівника)

## Додаток М 1

### Зразок оформлення довідки про впровадження результатів дипломної роботи у діяльність підприємства



#### ТОВ «Шредер»

вул. Микулинецька 46Б - 282001 Тернопіль

тел.: + 0352 25 0613

факс : +0352 25 5953/25 4560

Member of Schreder Group GIE

*Вир. № 1246а*  
*17.04. 2010 р.*

#### ДОВІДКА

про впровадження у практику управління маркетингом  
результатів дипломної роботи Олех Ольги Іванівни

*Проблема використання маркетингу в управлінні конкурентоспроможністю має особливо актуальне значення для регіональних підприємств машинобудівної промисловості. Тому результати дослідження студентки групи ПМ-61 Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя Олех О.І. конкурентоспроможності та напрямів її посилення, а також організації маркетингового забезпечення системи управління конкурентоспроможністю успішно використані у маркетинговій діяльності підприємства, що підтверджує керівництво ТОВ «Шредер».*

*Практичну цінність запропонованих автором рекомендацій підтверджує їх використання у господарській діяльності підприємства, а саме враховано пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства.*

*Довідку видано для представлення в Екзаменаційну комісію кафедри промислового маркетингу Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя.*

Генеральний директор ТОВ «Шредер» \_\_\_\_\_

*Документ повинен бути завірений підписом відповідальної особи і  
печаткою підприємства.*

## Додаток М 2

### ЗРАЗОК ДОВІДКИ ПРО ВПРОВАДЖЕННЯ ОКРЕМИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

*На фірмовому бланку*

Ректору Тернопільського  
національного технічного університету  
професору Яснію П.В.

#### ДОВІДКА ПРО ВПРОВАДЖЕННЯ

Виконана студентом факультету економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету Калиненко Марією Андріївною дипломна робота та тему „Позиціонування бренду на зарубіжному ринку (на прикладі ТОВ «Біллербек Україна перо-пухова фабрика») має практичну значущість і планується до впровадження у маркетингову діяльність підприємства. Зокрема, заслуговують на увагу здійснене автором сегментування споживачів постільних речей та запропонований підхід до позиціонування бренду «Біллербек» в кожному з виділених сегментів, а також підбір інструментів маркетингових комунікацій для просування торгової марки на ринку України.

Директор «Біллербек Україна  
перо-пухова фабрика»

(підпис)

А. С. Федорейко

## Додаток Н

### Інтернет-адреси сайтів з маркетингу

- <http://www.emap.com/internet/hot> – список маркетингових фірм і періодичних видань з маркетингу;
- <http://www.wilsonweb.com/awards> – інформація про стратегії маркетингу в Internet;
- <http://www.nsns.com:80/MouseTracs> – інформація про стратегії маркетингу в Internet, посилання на сервери маркетингових фірм;
- <http://www.marketingtools.com/AmericanDemographics/Marketing> Tools - інформація про американські журнали з маркетингу, а також статті, огляди, посилання на маркетингові фірми;
- <http://www.wmw.com> – сервер компанії World Market Watch, який містить базу даних з ринкових досліджень, пропозиції ділових партнерів, цін на світових ринках тощо;
- <http://www.umich.edu/sgupta/survey3> – звіти за результатами опитувань покупців у Internet;
- <http://www.marketing.web-standart.net> – журнал про маркетинг і рекламу „Новий маркетинг» для маркетингологів і рекламистів. Статті за темами: реклама та медіа, ринкові дослідження, брендинг, упаковка, дистрибуція, торговельні мережі, логістика, просування товару, навчання і т.п.;
- <http://uam.iatp.org.ua> – українська асоціація маркетингу; <http://www.obriy-marketing.kiev.ua> – маркетинг для ефективного просування на ринку товарів і організацій;
- <http://www.atmarket.kiev.ua/> – центр атакуючого маркетингу, організація надійного і прибуткового управління бізнесом, маркетингом, продажем;
- <http://prodazhi.narod.ru> – консалтингові послуги, продаж, маркетинг, управління, бюджетування, реінженірінг, управлінський консалтинг, логістика, закупки, товарорух, ISO 9000;

- <http://mamba.ru/index.asp> – менеджмент, маркетинг, закони;
- [www.business.kiev.ua](http://www.business.kiev.ua) – щотижневик «Бізнес»;
- <http://www.marketinganalytic.com.ua/> – програмний комплекс Marketing Analytic, оперативний, аналітичний CRM, консалтинг, маркетинг. Програмне забезпечення, OLAP, сховища даних. Консалтингова група «Філоненко і Копилов»: консультативні послуги у галузі маркетингового управління;
- [www.trup.com.ua](http://www.trup.com.ua) – журнал «Теория и практика управления».



## Додаток П

### Критерії оцінювання дипломних робіт (дипломних проектів)

№	Види робіт	Дипломна робота (дипломний проект) бакалавра	Дипломна робота (дипломний проект) спеціаліста	Дипломна робота (дипломний проект) магістра
	Критерії оцінювання			
<b>I. ЯКІСНІ ПАРАМЕТРИ РОБОТИ</b>				
1.	Аргументація актуальності теми, її теоретичної і практичної цінності	Актуальність, практична цінність	Актуальність, практична цінність	Актуальність, теоретична і практична цінність
2.	Достатність використання наукової літератури	Вітчизняна або зарубіжна	Вітчизняна і зарубіжна	Вітчизняна, зарубіжна, Web-ресурси
3.	Необхідність і достатність емпіричних даних для розв'язання визначених завдань	Робота може мати реферативний характер	Обов'язково	Обов'язково
4.	Обґрунтованість методики дослідження	Робота може мати реферативний характер	Обов'язково	Обов'язково
5.	Обґрунтованість аналізу й інтерпретація отриманих результатів	Робота може мати реферативний характер	Необов'язково	Обов'язково
6.	Відповідність висновків завданням дослідження	Обов'язково	Обов'язково	Обов'язково
7.	Аргументоване обґрунтування рекомендацій і пропозицій, що представляють науковий і практичний інтерес з обов'язковим використанням практичного матеріалу	Необов'язково	Обов'язково	Обов'язково
8.	Зв'язок з навчальними планами, темами	Необов'язково	Необов'язково	Обов'язково
9.	Відповідність структури роботи обраній темі	Обов'язково	Обов'язково	Обов'язково
10.	Чіткість, логічність, послідовність викладення матеріалу	Обов'язково	Обов'язково	Обов'язково
11.	Грамотність.	Обов'язкова	Обов'язково	Обов'язково
12.	Якість і правильність оформлення роботи	Обов'язково	Обов'язково	Обов'язково
13.	Етичний аспект роботи	Обов'язково	Обов'язково	Обов'язково

<b>II. ПУБЛІЧНИЙ ЗАХИСТ</b>				
<b>14.</b>	Лаконічність і логічність виступу студента	Обов'язково	Обов'язково	Обов'язково
<b>15.</b>	Наявність демонстраційного матеріалу	Необов'язково	Бажано	Обов'язково
<b>16.</b>	Глибина і вірність відповідей на питання членів ЕК	Обов'язково	Обов'язково	Обов'язково
<b>17.</b>	Уміння вести полеміку з питань випускної роботи	Необов'язково	Обов'язково	Обов'язково
<b>III. ОРГАНІЗАЦІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ</b>				
<b>18.</b>	Самостійність і планомірний, систематичний характер роботи студента над темою	Обов'язково	Обов'язково	Обов'язково
<b>19.</b>	Своєчасність підготовки роботи до захисту відповідно регламенту роботи університету	Обов'язково	Обов'язково	Обов'язково

Дипломна робота (дипломний проект) не зараховуються у випадках наявності плагіату.

**Оцінка за дипломну роботу (дипломний проект) може бути знижена у таких випадках:**

### **1. Недоліки в оформленні.**

1.1. Відсутність будь-якої складової у структурі роботи, що передбачено чинними вимогами університету до роботи певного освітнього рівня.

1.2. Недотримання вимог щодо оформлення робіт.

1.3. Наявність невиправлених друкарських помилок, пропусків, граматичних і стилістичних помилок.

1.4. Відсутність авторської інтерпретації змісту таблиць і графіків.

1.5. Наявність в бібліографії робіт, на які відсутні посилання у самій роботі.

1.6. Наявність помилок в оформленні бібліографії.

1.7. Бібліографічний опис джерел у списку використаної літератури наведено довільно, без дотримання вимог дійсного Положення про дипломну роботу (дипломний проект).

1.8. Обсяг роботи не відповідає вимогам.

### **2. Недоліки змісту як структурної складової роботи.**

2.1. Зміст роботи не розкриває тему повністю.

2.2. Сформульовані розділи (підрозділи) не відбивають реальну проблемну ситуацію, стан об'єкта, тобто не стосуються теми (предмету, об'єкту) дослідження.

### **3. Недоліки вступу.**

3.1. Висвітлення актуальності багатослівне, без зазначення сутності проблеми або наукового

завдання.

3.2. Мета дослідження не пов'язана з проблемою, сформульована абстрактно і не відбиває специфіки об'єкта і предмета дослідження.

3.3. В об'єкті не виділяється та його частина, яка є предметом дослідження.

3.4. Об'єкт і предмет дослідження як категорії наукового процесу не співвідносяться між собою як загальне і часткове.

3.5. Має місце збіг формулювання проблеми, мети, завдань роботи.

#### **4. Недоліки оглядово-теоретичного розділу роботи.**

4.1. Наявність фактичних помилок в огляді літератури.

4.2. Відсутність згадування важливих літературних джерел, що мають пряме відношення до розв'язання проблеми та опублікованих у доступній для студентів літературі, що вийшла друком за останні 5 років.

4.3. Використання великих фрагментів чужих текстів без вказівки на їх джерела, у тому числі випускних робіт студентів минулих років.

4.4. Відсутність аналізу зарубіжних праць, присвячених проблематиці дослідження.

4.5. Відсутність аналізу вітчизняних праць, присвячених проблематиці дослідження.

4.6. Теоретична частина не завершується висновками і формулюванням предмета власного емпіричного дослідження (для дипломної роботи (дипломного проекту) освітнього рівня "магістр").

4.7. Тема роботи не збігається з метою дослідження.

4.8. Теоретична і практична частини не узгоджуються між собою.

#### **5. Недоліки аналітичного та емпіричного розділів роботи.**

5.1. Робота побудована на основі чужої методики, модифікованої і скороченої автором без перевірки якості модифікації і скорочень.

5.2. Автор використовує методики без посилань на джерело їх отримання або їх автора.

5.3. У роботі відсутній детальний опис процедури проведення дослідження: за наведеним описом відтворення процедури є неможливим.

5.4. У роботі відсутня інтерпретація отриманих результатів, висновки побудовані як констатація первинних даних.

5.5. Отримані результати автор не співвідносить з результатами інших дослідників, роботи яких він обговорював у теоретичній частині.

#### **6. Недоліки висновків.**

6.1. Кінцевий результат не відповідає меті дослідження, висновки не відповідають визначеним завданням.

6.2. Висновки неконкретні, мають описовий характер.

## **7. Етичні аспекти роботи.**

7.1. Автор порушив етичні норми, невинновдано розкрив анонімність учасників дослідження.

7.2. Автор використовує дані інших дослідників без посилання на їх праці, де ці результати опубліковані.

7.3. Автор формулює практичні рекомендації, пропонуючи рішення, що виходять за межі його професійної компетентності і можуть мати непередбачувані наслідки для суспільства.

## **8. Недоліки в організації роботи.**

8.1. Недотримання графіку виконання роботи.

8.2. Несвоєчасність підготовки роботи до захисту.

8.3. Несистематичність роботи з науковим керівником.

Методика і алгоритм розробки та встановлення критеріїв оцінок повинні відображати рівень виконання якісних параметрів роботи і врахування визначених помилок, недоліків з їх кваліфікаційним поділом на грубі помилки та недоліки.

**Додаток Р**  
**Зразок заяви на вибір теми дипломної роботи і**  
**закріплення наукового керівника**

Завідувачу кафедри  
промислового маркетингу  
к.е.н., професору Федоровичу Р.В.  
студентки гр. ПМ – 61  
Олех Ольги Іванівни

**ЗАЯВА**

Прошу Вашого дозволу на виконання дипломної роботи на тему:  
«Удосконалення комплексу маркетингу підприємства (на прикладі РСТ Гусятин)».  
Науковим керівником прошу призначити к.е.н., доцента кафедри промислового  
маркетингу Л.І. Горбаль.

Дата

Підпис

## Додаток С

### Методи та результати їх використання

Назва методу	Результат
1	2
Метод порівняння	Розкрити зв'язок між інформаційним та іншими напрямками економічної науки
	При співставленні особливостей функціонування різних систем
	Для здійснення оцінки кількісного і якісного стану безпеки людського розвитку у регіонах України та в країнах ЄС
	При визначенні відмінностей у розвитку фармацевтичного ринку в Україні під впливом змін нормативних вимог
Історичний та логічний методи	Розкрити сучасну сутність технологічної концепції соціально-економічного розвитку
	Провести ретроспективний огляд теоретичних основ економічного розвитку макросистеми
	Для дослідження генези становлення наукових та інституційних підвалин державного управління національною економікою
	Для аналізу й виділення етапів у становленні валютної системи України
	Для з'ясування функцій малого підприємництва представниками різних економічних шкіл
	Для окреслення ретроспективи та нинішнього стану проблематики стійкості економічного розвитку
Аналізу і синтезу	Для поєднання макро- та мікроаналізу та виявлення наслідків соціально-економічних трансформацій в національній економіці
	Для структуризації цілей управління та побудови цілереалізуючих систем
	Для обґрунтування субординаційного співвідношення між категоріями
	При розгляді інфраструктури державної підтримки малого бізнесу в Україні
	Для формування базових характеристик економічної стійкості господарюючого суб'єкта
Метод формалізації	Для побудови процесів і визначення порядку оцінювання рівня ефективності функціонування економічної системи
	Для визначення передумов удосконалення існуючого механізму державного регулювання
	Для аналізу основних параметрів соціально-економічного розвитку України

1	2
	Для аналізу особливостей впливу економічного зростання на добробут у різних країнах світу
	Для групування сукупності елементів економічної системи за рівнем їх економічного розвитку
	Для встановлення залежності між основними чинниками курсоутворення та валютним курсом
	Для емпіричного підтвердження впливу особливостей економічної поведінки населення, що обумовлена певним рівнем добробуту, на економічне зростання в Україні
Економіко-математичного моделювання	- Для визначення динаміки основних показників економічного розвитку
	Для виявлення залежностей між параметрами розвитку передбачення характеру змін
	Для наукового обґрунтування відповідних позицій щодо формування збалансованої соціально-економічної політики окремого регіону
	При побудові схеми механізму державного регулювання та комплексного дослідження фармацевтичного ринку
Метод рейтингових оцінок	Для ранжування областей за рівнями соціально-економічного розвитку, бюджетної самозабезпеченості та дотаційності
Групування	Для встановлення залежності ефективності сільськогосподарського виробництва від політичних, соціальних, організаційно-економічних та інших факторів
Спостереження	Для вивчення і узагальнення управлінського досвіду
Логічний	Для формування моделі активізації використання інвестиційного потенціалу регіону
	Для дослідження сучасної зовнішньоторговельної політики України в умовах європейського вибору
Єдність загального та часткового	Для виявлення універсальних причин тіньової економіки та її особливостей в трансформаційних економіках
Метод експертних оцінок	При визначенні чинників підвищення добробуту та напрямів державної соціально-економічної політики в сфері регулювання добробуту населення України
	При розробці методики оцінки рівня мотивації трудової діяльності для визначення вагових коефіцієнтів часткових показників
Індукції та дедукції	При вивченні особливостей державної підтримки малого бізнесу у різних економічних системах

1	2
	Для визначення суті механізму надходження інвестицій в регіональну економіку
Узагальнення	Для обґрунтування послідовності проведення наукового дослідження
Абстрагування	Для виявлення змістово-функціональних характеристик державного регулювання макросистеми
	Для з'ясування основних складових механізму забезпечення економічної стійкості системи



**Додаток Т**  
**Зразок висновків до дипломної роботи**

**ВИСНОВКИ**  
**ВИСНОВКИ**

В сучасних умовах господарювання підвищується обсяг інформації, зростає її необхідність, цінність для кожного суб'єкта ринкових відносин. Одночасно зі зростанням ролі маркетингу підвищилась роль маркетингових комунікацій. Саме маркетингові комунікації забезпечують обмін інформацією в процесі реалізації товарів на ринку.

Зміни, що відбулися в економіці в останнє десятиліття, змушують підприємницькі структури шукати нові шляхи підвищення рівня конкурентоспроможності. Здійснюючи свою діяльність в умовах стрімкого розвитку нових технологій, істотного збільшення ролі інформації у всіх сферах суспільного життя, якісного та кількісного зростання конкурентного середовища, підприємець змушений забезпечити систему ефективних комунікацій свого бізнесу з зовнішнім середовищем. Зниження значимості для споживача цінового фактору внаслідок стабілізації соціально-економічної ситуації в країні і збільшення кількості товарів і послуг різних виробників, схожих за своїми якісними характеристиками визначають найважливішу роль маркетингових комунікацій в діяльності підприємницьких структур в сучасних ринкових умовах. Найважливішим інструментом збереження і зміцнення ринкових позицій підприємств є здійснення ними ефективної маркетингової комунікаційної політики.

За результатами дослідження ми отримали:

1. Маркетингові комунікації, їх формування та розвиток є основним елементом комунікаційної політики підприємства. Ефективні комунікації зі споживачами є ключовими факторами успіху будь-якої організації. Сучасний маркетинг вимагає набагато більше, ніж створити товар, що задовольняє потреби клієнта. Підприємства

мають здійснювати комунікацію зі своїми клієнтами. При цьому у змісті комунікацій не повинно бути нічого випадкового. При проведенні процесу маркетингових комунікацій повинна бути складена чітка програма у відповідності зі стратегією фірми, планам маркетингу і його цілями. Будь-яке підприємство для того, щоб бути конкурентно-спроможним у ринковій системі повинно цілеспрямовано будувати свої комунікаційні відносини зі споживачами. Комунікаційна діяльність на сьогодні набуває пріоритетного значення в системі маркетингу компаній. Вона вбачає не тільки в безпосередньому збільшенні продажу.

2. При аналізі маркетингових комунікацій підприємства було виявлено, що компанія застосовує всі види комунікацій в повному обсязі і також використовує такий інструмент маркетингових комунікацій, як інтернет. Компанія має свій сайт і зареєстрована у всіх популярних соціальних мережах.

3. Успіх ПП «САМОГОНна ресторація» залежить від грамотного використання маркетингових комунікацій.

4. Розглянувши діяльність ПП «САМОГОНна ресторація» і проаналізувавши загальний стан встановлено, що витрати на маркетингові комунікації залежать від прибутку певного заходу, акції.

5. Також на підприємстві застосовується симулювання збуту – існує гнучка система знижок, індивідуальних підхід до кожного клієнта.

6. З метою удосконалення управління маркетинговими комунікаціями торгових підприємств запропоновано модель побудови та функціонування системи управління інтегрованими маркетинговими комунікаціями, де особлива увага приділяється розробці комунікаційної стратегії та прогнозуванню прибутку з урахуванням оптимізованої структури витрат на систему маркетингових комунікацій.

7. Одним із можливих шляхів підвищення ефективності управління маркетинговими комунікаціями торгових підприємств є застосування запропонованого алгоритму визначення впливу кожного елемента системи маркетингових комунікацій на кінцеві показники господарської діяльності та побудова оптимізованої структури витрат на комунікаційну діяльність. Практичне

застосування методики, що пропонується, дозволило визначити, що для більшості підприємств галузі оптимальним з точки зору максимізації прибутку є раціональне співвідношення витрат.

8. В цілях підвищення маркетингової діяльності із застосуванням інтернет-технологій на підприємстві ПП «САМОГОНна ресторація» необхідно створити додаткову штатну одиницю – фахівця з інтернет-маркетингу; прийняти на роботу фахівця, що володіє навиками роботи у сфері електронного маркетингу, вивчити фахівця сучасним інтернет-технологіям і поставити перед ним завдання по створенню на підприємстві ефективно функціонуючої маркетингової інформаційної системи. Наявність на підприємстві даної системи дозволить істотно скоротити витрати підприємства за рахунок правильних, оперативних і таких, що своєчасно приймаються маркетингових і управлінських рішень.

## Додаток Ф

### Вимоги до оформлення списку використаних джерел

Запропонована нижче таблична форма (наказ ВАК України, № 63, від. 26.01.2008) обрана для зручного пошуку прикладу оформлення, залежно від виду джерела та кількості авторів. У дипломній роботі літературні джерела мають бути представлені у текстовій формі, а не у табличній, послідовність подачі повинна відповідати вимогам, нумерація джерел повинна бути наскрізна. Приклад списку використаних джерел див. Розділ 11.

Характеристика джерела	Приклад оформлення
1	2
Книги:  Один автор	1. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств : підручник / В. Г. Андрійчук. - 2-е вид., доп. і перероблене. - К.: КНЕУ, 2002. - 664 с. 2. Балабанова Л. В. Маркетинг: підручник / Л. В. Балабанова. - Донецьк, 2002. - 562 с. 3. Семенда Д.К. Економіка підприємства: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Д.К. Семенда. - Умань, 2006. - 228 с.
Два автори	1. Андрійчук В. Г. Повышение эффективности агропромышленного производства / В. Г. Андрійчук, Н. В. Вихор. - К.: Урожай, 1990. - 232 с. 2. Бойко В. І. Рекомендації по розвитку ринку цукру / В. І. Бойко, М. Ю. Коденська. - К. : ІАЕ УААН, 1995. - 151 с. 3. Макконел К. Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика / К. Р. Макконел, С. Л. Брю; пер. с англ. - К. : Хакар-Демос, 1993. -785 с. 4. Уланчук В.С., Лисенко Н.О. Вдосконалення економічних відносин при вирощуванні та переробці цукрових буряків. Монографія. / В.С. Уланчук, Н.О. Лисенко. - К.: Вид-во Європейського університету, 2006. - 244 с.
Три автори	1. Заец А. С. Рынок сахара: проекты законодательных и нормативных актов по внедрению рыночного механизма управления свеклосахарным производством Украины / А. С. Заец, П. П. Борщевский, О. С. Багатеренко - К. : Злагода, 1997. - 116 с. 2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс; пер. с англ. - СПб. : Издат. дом "Вильямс", 1998. - 156 с.
Чотири автори	1. Економіка сільського господарства / [Руснак П.П., Жабка В.В., Рудий М.М., Чалий А.А.]; За ред. П.П. Руснака. - К.: Урожай, 1998. - 320 с. 2. Методика нормування ресурсів для виробництва продукції рослинництва / [Вітвіцький В. В., Кисляченко М. Ф., Лобастов І. В., Нечипорук А. А.]. - К.: НДІ "Укראгропромпродуктивність", 2006. - 106 с. - (Бібліотека спеціаліста АПК. Економічні нормативи).
П'ять і більше авторів	1. Аграрна економіка: Підручник / [Семенда Д.К., Здоровцов О.І., Котик П.С. та ін.]; За ред. Д.К. Семенди та О.І. Здоровцова. - Умань, 2005 - 318 с. 2. Економіка підприємства: Альбом наукових матеріалів: Навчальний посібник. / [Семенда Д.К., Бурляй О.Л., Коротеєв М.А. та ін.]. - Умань: Видавець «Сочінський», 2009. - 228с.

1	2
П'ять і більше авторів	<p>3. Економіка підприємства. Збірник практичних задач і конкретних ситуацій: Навч. посібник / [Покропивний С.Ф., Швиданенко Г.О., Федонін О.С. та ін.]. За ред. д. е. н., проф. С.Ф. Покропивного. - К.: КНЕУ, 2000. - 328 с.</p> <p>4. Ринок цукру: проекти законодавчих та нормативних актів щодо впровадження ринкового механізму управління бурякоцукровим виробництвом України / [Багатеренко О. С., Борщевський П. П., Заєць О. С. та ін.]. - К. : Злагода, 1996. - 59 с.</p> <p>5. Економічний розвиток і державна політика : практикум [Батал Ю., Кілієвич О., Кобута І. та ін.] / за заг. ред. Ю. Єханурова, І. Ропутенка. - К.: К.І.С., 2001. - 246 с.</p>
Без автора	<p>1. Нова економічна парадигма формування стратегії національної продовольчої безпеки України у XXI столітті. - К. : ІАЕ УААН, 2001. - 638 с.</p> <p>2. Посібник по реформуванню сільськогосподарських та переробних підприємств. 2-е доповнене видання. - К.: ІАЕ УААН, 2000. - 633 с.</p> <p>3. Рекомендації по удосконаленню організації ринку цукру на основі інтеграційних процесів. - К.: ІАЕ, 1997. - 28 с.</p> <p>4. Статистичний щорічник України за 2007 рік / Державний комітет статистики; під ред. О.Г. Осауленка. - К. : Українська енциклопедія, 2008. - 624 с.</p> <p>5. Статистично-аналітичний огляд стану ринку праці у 2007 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/rp/pres-reliz/dop2007.html">http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/rp/pres-reliz/dop2007.html</a></p>
Матеріали конференцій, з'їздів	<p>1. Економіка, менеджмент, освіта в системі реформування агропромислового комплексу : матеріали Всеукр. конф. молодих учених-аграрників ["Молодь України і аграрна реформа"], (Харків, 11-13 жовт. 2000 р.) / М-во аграр. політики, Харк. держ. аграр. ун-т ім. В. В. Докучаєва. - Х.: Харк. держ. аграр. ун-т ім. В. В. Докучаєва, 2000. - 167 с.</p> <p>2. Кібернетика в сучасних економічних процесах : зб. текстів виступів на республік. міжвуз. наук.-практ. конф. / Держкомстат України, Ін-т статистики, обліку та аудиту. - К. : ІСОА, 2002. - 147 с.</p> <p>3. Матеріали ІХ з'їзду Асоціації українських банків, 30 червня 2000 р. інформ. бюл. - К.: Асоц. укр. банків, 2000. - 117 с. - (Спецвип.: 10 років АУБ).</p> <p>4. Ризикологія в економіці та підприємстві : зб. наук. праць за матеріалами міжнар. наук.-практ. конф., 27-28 берез. 2001 р. / М-во освіти і науки України, Держ податк. адмін. України [та ін.]. - К.: КНЕУ, Акад. ДПС України, 2001. - 452 с.</p>
Депоновані наукові праці	<p>1. Социологическое исследование малых групп населения / В. И. Иванов [и др.] ; М-во образования Рос. Федерации, Финансовая академия.- М., 2002.- 110 с. - Деп. в ВИНТИ 13.06.02, № 145432.</p> <p>2. Разумовский, В. А. Управление маркетинговыми исследованиями в регионе / В. А. Разумовский, Д. А. Андреев. - М., 2002. - 210 с. - Деп. в ИНИОН Рос. акад. наук 15.02.02, № 139876.</p>
Словники	<p>1. Географія : словник-довідник / [авт.-уклад. Ципін В. Л.]. - Х. : Халімон, 2006. - 175, [1] с.</p> <p>2. Українсько-німецький тематичний словник [уклад. Н. Яцко та ін.]. - К. : Карпенко, 2007. - 219 с.</p> <p>3. Європейський Союз : словник-довідник / [ред.-упоряд. М. Марченко]. - 2-ге вид., оновл. - К. : К.І.С., 2006. - 138 с.</p>

## Продовження таблиці додатку Ф

1	2
Законодавчі та нормативні документи	<p>1. Про оподаткування прибутку підприємств: закон України від 12.01.1995р. // Бухгалтерський облік і аудит. - 1995. - №1. - С.35-45.</p> <p>2. Про основні напрями розвитку трудового потенціалу в Україні на період до 2010 року : указ Президента України від 03.08.1999 року № 958/99 // Картотека законодавства України. - 2006. - №5. - 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). - Систем. Вимоги : Windows 95 /98 /NT /XP /2000. - Назва з контейнера.</p> <p>3. Про деякі питання державного регулювання виробництва і реалізації цукру: постанова Кабінету Міністрів від 8.06.2000 №866 [Електронний ресурс] // Картотека законодавства України. - 2006. - № 3. - 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). - Систем. вимоги: Windows 95 /98 /NT /XP /2000. - Назва з контейнера.</p>
Стандарти	<p>1. Коренеплоди цукрових буряків для промислового перероблення: ДСТУ 4327:2004 [Чинний від 2005-07-01]. - К.: Держспоживстандарт України, 2005. - 181 с. - (Національні стандарти України).</p> <p>2. Молоко коров'яче незбиране. Первинне оброблення, зберігання і транспортування. Основні вимоги: ГСТУ 46.069-2003. - [Чинний від 2004-01-08]. - К. : Держспоживстандарт України 2004. - I, 231 с. - (Національний стандарт України).</p>
Дисертації	<p>1. Сулима М.І. Формування системи мотивації праці в сільськогосподарських підприємствах: дис. ... кандидата екон. наук 08.00.04 / Сулима Михайло Іванович. - К., 2009. - 199 с.</p>
Автореферати дисертацій	<p>1. Денисенко І.А. Удосконалення системи факторів мотивації праці в аграрних підприємствах: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 „Економіка та управління підприємствами (економіка сільського господарства і АПК" / І.А. Денисенко. - Луганськ, 2008. - 20 с.</p> <p>2. Поліщук О.А. Інвестиційне забезпечення відтворювальних процесів споживчого ринку регіону : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.05 «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка» / О.А. Поліщук. - Полтава - 2009. - 20 с.</p>
Частина книги, періодичного, продовжуваного видання	<p>1. Бойко В.І. Молочне скотарство: проблеми і напрями його подальшого відродження / В.І. Бойко, М.П. Коржинський, О.А. Козак // Економіка АПК. - 2004. - № 12. - С.32-35.</p> <p>2. Власов В.І. Глобалізація і глобальна продовольча проблема / В.І. Власов // Економіка АПК. - 2004. - № 1. - С.15.</p> <p>3. Гарбузова П.В. Конкурентоспроможність виробництва молока в умовах вступу України до СОТ / П.В. Гарбузова, А.В. Македонський // Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія „Економіка АПК і природокористування" - 2007. - № 2. - С39-42.</p> <p>4. Регіональні особливості смертності населення України / Л. А. Чепелевська, Р. О. Моїсеєнко, Г. І. Баторшина [та ін.] // Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України. - 2007. - № 1. - С. 25-29.</p> <p>5. Удосконалення обліку продукції довгострокових біологічних активів: об'єктивна закономірність / Б.С. Гузар, Н.І.Загребельна, Л.Л. Головка, Г.Ю. Аніщенко // Економіка АПК. - 2008. - № 5. - С. 108-113.</p>

Продовження таблиці додатку Ф

1	2
Електронні ресурси	<p>1. Про основні напрями розвитку трудового потенціалу в Україні на період до 2010 року : указ Президента України від 03.08.1999 року № 958/99 // Картотека законодавства України. - 2006. - №5. - 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). - Систем. Вимоги : Windows 95 /98 /NT /XP /2000. - Назва з контейнера.</p> <p>2. Розподіл населення найбільш численних національностей за статтю та віком, шлюбним станом, мовними ознаками та рівнем освіти [Електронний ресурс] : за даними Всеукр. перепису населення 2001 р. / Держ. ком. статистики України ; ред. О. Г. Осауленко. - К.: CD-вид-во "Інфодиск", 2004. - 1 електрон. опт. диск (CD-ROM) : кольор. ; 12 см. - (Всеукр. перепис населення, 2001). - Систем. вимоги: Pentium-266 ; 32 Мб RAM ; CD-ROM Windows 98/2000/NT/XP. - Назва з титул. екрану.</p>

Примітка:

Бібліографічний опис оформлюється згідно з ДСТУ ГОСТ 7.1:2006 “Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання”.

## Додаток X

### Зразок оформлення доповіді до захисту

Зміст доповіді студента

В своїй доповіді на засіданні кафедри (під час попереднього захисту) та на засіданні ЕК студенту треба чітко сформулювати основні положення дипломної роботи (проекту), навести основні цифрові показники, зокрема доцільно висвітлити такі моменти:

- Важливість проблеми досліджень.
- Теоретичне обґрунтування по темі і методика досліджень.
- Організаційно-економічна характеристика та фактичний стан справ об'єкту досліджень (зміст другого розділу).
- Перспективи вирішення проблеми, яка досліджується, на об'єкті досліджень (зміст третього проектного розділу).
- Висновки та пропозиції.

Результати досліджень необхідно підтверджувати демонструванням ілюстративного матеріалу – таблиць, рисунків.

Підготовлену письмово і відредаговану доповідь студент на засіданні кафедри та ЕК не читає, а виголошує усно, роблячи посилання на ілюстративний матеріал. Тривалість доповіді 8-10 хв.



# **ДОДАТОК Ц. ЗРАЗОК ОФОРМЛЕННЯ АВТОРЕФЕРАТУ**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
імені Івана Пулюя**

**Олешко Олени Олександрівни**

## **УДОСКОНАЛЕННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ РСТ ГУСЯТИН)**

галузь знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальність 075 «Маркетинг»  
(для магістрів, що захищаються у 2016 р.  
напряму підготовки 0305 «Економіка і підприємництво»  
спеціальність 8.03050701 «Маркетинг»)

**Автореферат  
наукової роботи на здобуття кваліфікації магістра**

Тернопіль-2016

Роботу виконано на кафедрі промислового маркетингу факультету економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя.

Науковий керівник:

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри промислового маркетингу  
Тернопільського національного технічного  
університету ім. І.Пулюя  
Шпилик Світлана Василівна

Рецензент:

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри

Захист відбудеться «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ року о \_\_\_\_ годині на засіданні Екзаменаційної комісії кафедри промислового маркетингу факультету економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету ім. І.Пулюя за адресою: м. Тернопіль, вул. Білогірська, 50.

Науковий керівник

к.е.н., доц. Шпилик С.В.

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

### *Актуальність теми.*

Значний внесок у дослідження питань управління маркетингом на підприємствах у цілому й оцінки ефективності маркетингу зокрема зробили такі відомі зарубіжні та вітчизняні вчені, як .....

Методологічне, теоретичне та методичне значення успішного розв'язання проблем забезпечення ефективності маркетингової діяльності в умовах обмеженості ресурсів, їх глибока наукова і прикладна розробка визначають актуальність обраної теми, логіко-структурну побудову дипломної роботи, її мету та завдання.

**Мета і завдання дослідження.** Метою дипломної магістерської роботи є розробка науково-методичних засад забезпечення ефективності маркетингової діяльності підприємства.

Для досягнення поставленої мети в роботі сформульовано і вирішено наступні завдання: .....

**Об'єкт дослідження** – ефективність маркетингової діяльності підприємства ....

**Предметом дослідження** є теоретичні, методичні та практичні аспекти забезпечення ефективності маркетингової діяльності .....

**Методи дослідження.** Методологічною основою дослідження є сукупність способів, принципів, загальних методів і прийомів, що використовуються в процесі наукового дослідження. Теоретичною основою роботи стали наукові праці вітчизняних та зарубіжних учених і фахівців з проблем маркетингу, менеджменту, стратегічного управління, забезпечення ефективності діяльності підприємства.

У дипломній магістерській роботі використано науковий аналіз (при вивченні сутності ефективності маркетингової діяльності підприємства, визначені теоретичних засад управління нею в умовах обмеженості ресурсів); метод експертної оцінки (при проведенні оцінки показників конкурентоспроможності, розрахунку ефективності управління маркетинговою діяльністю досліджуваного підприємства); узагальнення й систематизації; якісного, кількісного аналізу; порівняння та групування даних; економіко-статистичні методи (при збиранні, групуванні та узагальненні статистичних даних); графічний і табличний методи (для ілюстрованого подання результатів дослідження).

Дослідження сучасного стану підприємства здійснено із використанням SWOT-аналізу; у проектному розділі здійснено портфельний аналіз та ABC-аналіз асортименту.

**Наукова новизна** обґрунтованих магістрантом положень і рекомендацій, що виносяться на захист, полягає в наступному:

- уточнено .....
- здійснено .....
- продіагностовано .....
- розроблено основні напрямки .....
- запропоновано систему заходів, спрямованих на підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства .....

**Практичне значення** дипломної роботи полягає в розробці рекомендацій з удосконалення управління ефективністю маркетингової діяльності .....

Практичне значення мають такі розробки, як: дослідження ефективності товарної, цінової, розподільчої та комунікаційної політики підприємства; методика визначення стану ринку діяльності підприємства та його місця на цьому ринку; методика оптимізації асортименту за допомогою АВС-аналізу; пропозиції щодо підвищення ефективності маркетингу досліджуваного підприємства в умовах дефіциту ресурсів; запропоновані стратегії розвитку підприємства в рамках маркетингової орієнтації.

**Апробація результатів дипломної роботи.** Основні положення дослідження доповідалися й обговорювалися на 2 науково-практичних конференціях: XVI Науковій конференції Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя (м. Тернопіль, ТНТУ ім. І. Пулюя, 5-6 грудня 2012 року), III Регіональній науково-практичній конференції молодих вчених та студентів «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі» (м. Тернопіль, ТНТУ ім. І. Пулюя, 18 квітня 2013 року).

**Публікації.** За результатами дослідження було опубліковано 2 публікації загальним обсягом \_\_\_\_ д.а.

**Структура роботи.** Дипломна робота складається із вступу, 7-ми розділів, висновків, загальним обсягом \_ сторінок основного тексту, а також \_ таблиць і \_ рисунків на \_ сторінках, списку використаних джерел з \_ найменувань і \_ додатків (обсягом \_ сторінок).

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** розкриваються сутність та стан наукової проблеми, її значимість; обґрунтовано необхідність проведення дослідження, його актуальність; сформульовано мету і задачі дослідження, наукову новизну та практичне значення отриманих результатів.

У **першому розділі** – «Назва» визначається сутність понять ....., розглядаються підходи до їх оцінки та впливу на діяльність підприємства, методи управління ними.

.....

Управління ефективністю маркетингу не заперечує і не замінює собою існуючі методи планування та управління маркетингом, а створює механізм, що дозволяє компанії ефективно використовувати їх на практиці для реалізації клієнтоорієнтованих маркетингових стратегій.

У **другому розділі** – «Назва» здійснено моніторинг ринку ....., проведено аналіз організаційно-господарської діяльності досліджуваного підприємства та ефективності його маркетингової діяльності.

.....

У **третьому розділі** – «Назва» було запропоновано пріоритетні напрямки стратегічного розвитку досліджуваного підприємства в рамках маркетингової орієнтації та розроблено комплекс заходів, спрямованих на підвищення ефективності маркетингової діяльності .....

Для покращення ринкових позицій, зростання конкурентних переваг і перетворення його з «послідовника» в «челенджера» було запропоновано ряд заходів, які стосуються всього маркетингового комплексу досліджуваного підприємства.

#### **ПРЕДСТАВИТИ УСІ РОЗДІЛИ**

Таким чином, різні аспекти маркетингової діяльності можуть підвищити ефективність роботи ....., Маркетинг як елемент системи менеджменту дає змогу ефективно пристосовувати виробництво до умов зовнішнього середовища та вимог споживачів.

### **ВИСНОВКИ**

У дипломній роботі розроблено науково-методичні засади забезпечення ефективності маркетингової діяльності ....., Основні висновки та результати, одержані в ході дослідження, зводяться до такого.

1. Питання оцінки ефективності маркетингової діяльності набувають високої актуальності, зокрема для вітчизняних компаній, які не мають достатнього досвіду функціонування в ринкових умовах. Ефективність маркетингової діяльності – це співвідношення між результатами, отриманими від маркетингової діяльності (компаній, акцій, поточної маркетингової діяльності), та інвестиціями в цю діяльність. Сьогодні не існує єдиної думки щодо вибору критеріїв класифікації та об'єктів, які повинні братися до уваги під час оцінювання ефективності маркетингової діяльності; кожен із підходів має свої переваги і недоліки та виявляється більш придатним для досягнення різних цілей оцінки.

2. Під поняттям «економічні ресурси» розуміють всі природні, людські і вироблені людиною ресурси, які використовуються для виробництва товарів і послуг. Класифікація

ресурсів відбувається за великою кількістю ознак. З метою вивчення особливостей стратегії діяльності підприємства в умовах обмеженості ресурсів виділяють кілька етапів аналізу підприємством впливу фактора обмеженості ресурсів – від аналізу причин обмеженості до формування потенційних напрямів стратегії розвитку підприємства з метою вирішення проблеми обмеженості ресурсів.

3. Управління ефективністю маркетингу є складовою частиною системи управління маркетингом і спрямоване на реалізацію маркетингової стратегії і цілей організації. Управління ефективністю маркетингу не заперечує і не замінює собою існуючі методи планування та управління маркетингом, а створює механізм, що дозволяє компанії ефективно використовувати їх на практиці для реалізації клієнтоорієнтованих маркетингових стратегій. Удосконалити процес управління ефективністю маркетингової діяльності в умовах обмеженості ресурсів можна шляхом активізації внутрішніх можливостей маркетингового потенціалу, істотних змін стратегії, реорганізації та створення ефективної системи управління маркетингом, активного застосування маркетинг-менеджменту на підприємстві.

.....

#### СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ РОБІТ ЗА ТЕМОЮ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

1. Олешко О.О. Нейромаркетинг: перспективна інновація чи заборонений прийом? / О.О. Олешко // Зб. тез доповідей XVI Наукової конференції Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя [Том III «Гуманітарні, соціальні та економічні науки»]. – м. Тернопіль, ТНТУ ім. І. Пулюя, 2012. – С. \_\_.

2. Олешко О.О. Інноваційний маркетинг як інструмент виживання компаній в період кризи / О.О. Олешко // Зб. тез доповідей III Регіональної науково-практичної конференції молодих вчених та студентів «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі». - м. Тернопіль, ТНТУ ім. І. Пулюя, факультет економіки і підприємницької діяльності, кафедра промислового маркетингу, 2013. – С. \_

#### АНОТАЦІЯ

***Олешко О. Удосконалення комплексу маркетингу підприємства (на прикладі РСТ Гусятин) ..... – Рукопис.***

Дослідження на здобуття освітнього рівня магістра за спеціальністю 8.03050701 «Маркетинг» - Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя. – Тернопіль, 2013.

Розроблено рекомендації щодо стратегічного розвитку ..... в рамках маркетингової орієнтації. Запропоновано комплекс маркетингових заходів для розвитку нового бренду. Сформовано систему заходів, спрямованих на підвищення ефективності маркетингової діяльності досліджуваного підприємства в умовах обмеженості ресурсів.

Ключові поняття: ефективність маркетингу, ринок, обмеженість ресурсів.

## **SUMMARY**

Oleshko O. Scientific and methodological basis of ensuring the efficiency of marketing activities of the enterprise ..... - Manuscript.

Research on achievement of Master Degree on speciality 8.03050701 «Marketing». – Ternopil, Ternopil National Technical University named after Ivan Pul'uy. - 2013.

Recommendations for strategic development of ..... within the marketing orientation are worked out here. Complex of marketing activities for the development of a new brand is worked out. The system of measures aimed at improving the efficiency of marketing activities of the investigated enterprise with limited resources is elaborated here.

Key words: efficiency of marketing, the market, limited resources.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про вищу освіту: закон України [прийнято ВР 17 січня 2002 року, № 2984-III] // [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).
2. Про організацію та вдосконалення навчання з питань охорони праці, безпеки життєдіяльності та цивільного захисту у вищих навчальних закладах України: Наказ Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України; Міністерства України з питань надзвичайних ситуацій; Державного комітету України з промислового безпеки, охорони праці та гірничого нагляду № 969/922/216 від 21.10.2010 р.
3. Про норми часу для планування та обліку навчальної роботи науково-педагогічних працівників, пов'язаної з виконанням дипломних робіт та проєктів: Наказ ректора Тернопільського національного технічного університету ім. Івана Пулюя № 884-01 від 14.12.2011 р.
4. Дзюблюк О. В. Магістерські і дипломні роботи: написання, оформлення, захист: Навчальний посібник / О. В. Дзюблюк, Я. І. Чайковський. – Тернопіль: Економічна думка, 2008. – 152 с.
5. Єріна А. Методологія наукових досліджень / А. Єріна. – К.: ЦУЛ, 2004. – 216 с.
6. Кустовська О. Методологія системного підходу та наукових досліджень / О. Кустовська. – Тернопіль: Економічна думка, 2005. – 124 с.
7. Мазур А.Г. Методичні вказівки до виконання дипломних робіт за освітньо-кваліфікаційним рівнем „Спеціаліст” спеціальності 7.050201 “Менеджмент організацій” / А.Г. Мазур, С.Г. Кафлевська, Н.А. Потапова, О.Ф. Мельничукта ін.. – Вінниця: РВВ ВДАУ, 2008.–80 с.
8. Стеченко Д., Чмир О. Методологія наукових досліджень / Д. Стеченко, О. Чмир. – К.: Знання, 2005. – 309 с.
9. Федорович Р. В. Методичні вказівки і рекомендації до написання дипломних робіт для студентів спеціальності 7.050104 – «Фінанси» / Р.В. Федорович, О. О. Федорченко. – Тернопіль: Економічна думка, 2007. – 38 с.
10. Шейко В. Організація та методика науково-дослідницької діяльності: Підручник / В. Шейко, Н. Кушнарєнко. – К.: Знання-Прес, 2002. – 295 с.