

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

"ЗАТВЕРДЖЕНО"
на засіданні кафедри
маркетингу
Протокол № 1 від 08.2023 р.

"ПОГОДЖЕНО"
Проректор з навчально-методичної роботи
Каріна НЕМАШКАЛО




**Методичні рекомендації
до написання дипломної роботи для здобувачів
вищої освіти спеціальності 075 "Маркетинг"
освітньої програми "Маркетинг"
другого (магістерського) рівня**

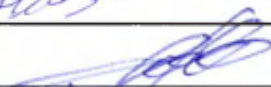
Галузь знань
Спеціальність
Освітній рівень
Освітня програма

07 Управління та адміністрування
075 Маркетинг
другий (магістерський) рівень
Маркетинг

Укладачі
д.е.н., проф.


_____ Людмила ГРИНЕВИЧ

к.е.н., проф.


_____ Геннадій ХОЛОДНИЙ

к.е.н., доц.


_____ Марина УС

Завідувач кафедри
маркетингу


_____ Людмила ГРИНЕВИЧ

Гарант програми


_____ Марина УС

Харків
2023

УДК 339.138(072.034)

М54

Затверджено на засіданні кафедри маркетингу.

Протокол №1 від 26.08.2023 р.

Укладачі: Гриневич Л.В.,
Холодний Г.О.
Ус М.І.

Самостійне електронне текстове мережеве видання

М54 Методичні рекомендації до написання дипломної роботи
для здобувачів вищої освіти спеціальності 075 "Маркетинг"
освітньої програми "Маркетинг" другого (магістерського) рівня /
уклад. Л.В. Гриневич, Г.О. Холодний , М.І. Ус. – Х.: ХНЕУ ім.
С. Кузнеця, 2023. – 47 с. (Укр. мов.)

Розглянуто порядок написання, оформлення та захисту дипломної роботи здобувачів другого (магістерського) рівня. Наведено орієнтовний перелік тем, що пропонуються до написання, вимоги до оформлення роботи, а також приклади оформлення її основних структурних елементів.

Рекомендовано для здобувачі спеціальності 075 "Маркетинг" освітньої програми "Маркетинг" другого (магістерського) рівня.

339.138(072.034)

© Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця, 2023

Вступ

Дипломна магістерська робота є випускною кваліфікаційною роботою на підставі захисту якої Екзаменаційна комісія (ЕК) визначає рівень теоретичної та практичної підготовки випускника, ступінь сформованості його професійних компетентностей і ухвалює рішення про присвоєння відповідної кваліфікації та видачу диплома магістра.

Дипломна робота має узагальнюючий характер та є самостійною індивідуальною кваліфікаційною роботою з елементами дослідництва та інновацій, яка виступає підсумком теоретичних знань та практичних навичок обов'язкових та вибіркової складових освітньо-професійної програми підготовки здобувачів вищої освіти

Метою підготовки дипломної магістерської роботи є демонстрація сформованих упродовж навчання в університеті професійних компетентностей щодо вирішення комплексу питань, які виникають у сфері маркетингу та маркетингової діяльності суб'єктів господарювання (підприємств, організацій, установ тощо); обґрунтування власних узагальнень та розроблення ефективних науково-практичних пропозицій щодо їх вирішення.

Основні завдання в процесі виконання кваліфікаційної (дипломної) роботи другого (магістерського) рівня вищої освіти:

визначення теоретико-методологічних основ дослідження за обраним напрямом;

проведення аналізу проблеми та практичних ситуацій із застосуванням сучасних методів та інформаційних технологій;

розроблення і оцінювання альтернативних підходів до вирішення сучасних та стратегічних проблем;

обґрунтування запропонованих рішень із використанням методів ситуаційного аналізу, моделювання та прогнозування;

апробація запропонованих теоретичних і практичних рекомендацій у формі виступів на конференціях, публікації тез доповідей та статей у наукових журналах;

підготовка презентації у вигляді доповіді та демонстраційного матеріалу, що передають основний зміст роботи та пропозиції автора;

публічний захист дипломної магістерської роботи з наданням відгуку наукового керівника, зовнішньої рецензії.

Повнота та особливості реалізації завдань залежать від обраного напрямку дослідження, сфери та особливостей діяльності підприємства (організації, установи), на базі якого виконується дипломна магістерська робота.

Загальними вимогами до виконання дипломної роботи є: чіткість побудови структурних елементів, логіка викладу дослідження, послідовність і конкретність подання матеріалу, переконлива аргументація, глибокий самостійний аналіз досліджуваної теми; доказовість висновків і обґрунтованість рекомендацій, практична значущість отриманих результатів, запропоновані на захист положення, результати та висновки містять елементи новизни.

Процес виконання дипломної магістерської роботи здобувачем магістратури має здійснюватися в декілька етапів:

визначення напрямку дослідження та затвердження теми дипломної роботи;

виконання роботи;

документальне оформлення роботи;

перевірка роботи науковим керівником;

проходження нормативного контролю;

проходження перевірки здійснюється з використанням інтернет-сервісу StrikePlagiarism.com, робота подається в електронному вигляді на випускову кафедру не пізніше, ніж за два тижні до захисту та передається до навчально-методичного відділу на перевірку);

перевірка роботи завідувачем кафедри;

публічний захист дипломної магістерської роботи.

Методичні рекомендації до написання дипломної роботи надають допомогу здобувачам вищої освіти за спеціальністю 075 "Маркетинг" освітньої програми "Маркетинг" другого (магістерського) рівня у процесі проходження всіх цих етапів.

У процесі написання дипломної роботи здобувачі магістерського рівня вищої освіти зобов'язані дотримуватися правил професійної етики (академічної доброчесності), які не дозволяють наявності плагіату, фальсифікації даних та хибного цитування. Виконання дипломної магістерської роботи реалізується з використанням законодавчих актів, на базі статистичних і фактичних даних діяльності

державних та інших установ (організацій).

Компетентності та результати навчання за освітнім компонентом наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Заплановані компетентності та результати навчання
за освітнім компонентом

Спеціальні компетентності	Загальні компетентності	Результати навчання
СК1, СК2, СК9	-	ПРН1
СК2, СК9	ЗК1, ЗК2	ПРН2
СК3	ЗК6, ЗК8	ПРН3
СК2, СК3	ЗК6, ЗК8	ПРН5
СК6, СК8, СК10	ЗК1, ЗК7, ЗК8	ПРН6
СК6	ЗК2	ПРН10
СК5, СК6	-	ПРН11
СК5	ЗК1, ЗК8	ПРН12
СК3	-	ПРН15
СК10	-	ПРН16

де, ПРН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.

ПРН2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.

ПРН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

ПРН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.

ПРН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

ПРН10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

ПРН11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

ПРН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.

ПРН15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

ПРН16. Вміти застосовувати сучасні маркетингові технології та інструменти для ухвалення маркетингових рішень і набуті креативні навички для розробки інноваційних продуктів.

ЗК1. Здатність прийняття обґрунтованого рішення.

ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК6. Здатність до пошуку, обробки та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.

СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.

СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.

СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.

СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.

СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.

СК10. Здатність застосовувати сучасні маркетингові технології та інструменти для ухвалення маркетингових рішень і набуття креативних навичок розробки інноваційних продуктів.

1. Підготовка до написання дипломної роботи. Загальні рекомендації до вибору теми, напряму дослідження та складання плану

1.1. Визначення напряму дослідження і затвердження теми дипломної магістерської роботи

Дипломна магістерська робота є цілісною працею науково-прикладного характеру, своєрідною моделлю пошуку механізмів вирішення проблеми, поставленої у роботі. Тому особливо важливим процесом є вибір напряму дослідження і затвердження теми дипломної роботи магістра.

Підготовка до виконання кваліфікаційної магістерської роботи повинна починатись вже на першому етапі навчання при обговоренні відповідних проблем на семінарських, практичних, лабораторних заняттях, індивідуальних та групових консультаціях з викладачами. Тематика магістерських дипломних робіт розробляється та щорічно оновлюється кафедрою маркетингу відповідно до освітньо-професійної програми, громадських обговорень, рекомендацій і побажань роботодавців та стейкхолдерів з урахуванням затверджених програм вивчених обов'язкових та вибіркових навчальних дисциплін. При цьому особлива увага приділяється підвищенню відповідності дипломних магістерських робіт спеціальності та практичним завданням, які поставлені перед випускниками університету, а також наукового значення з точки зору подальших досліджень.

Визначення напряму дослідження здійснюється, зважаючи на наукові інтереси здобувача, які було сформовано під час навчання, та актуальності, з погляду сучасної теорії та практики маркетингу. Важливим етапом підготовки до написання дипломної магістерської роботи є вибір її теми. Обираючи тему, слід враховувати її актуальність, відповідність сучасному стану та перспективам розвитку науки і техніки, проблематиці сучасного маркетингу, а також потребам підприємства (установи, організації), на базі якої вона буде виконуватися, доступність до відповідних практичних матеріалів

(планових, звітних, статистичних даних та документів), можливість проведення власних спостережень, розрахунків, експериментів, наявність сучасних наукових досліджень та обґрунтованих методик за цією тематикою, власні напрацювання.

Обов'язковою вимогою до дипломної магістерської роботи є наукова корисність і практична цінність очікуваних результатів.

У процесі вибору напряму дослідження доцільно використовувати рекомендований перелік тем, який може уточнюватися або доповнюватися за бажанням здобувача вищої освіти за другим (магістратерським) рівнем та згодою наукового керівника.

Орієнтовний перелік тем дипломних магістерських робіт наведено в додатку А.

Здобувачу магістерського рівня вищої освіти надається право запропонувати власну тему роботи з необхідним обґрунтуванням актуальності її дослідження або замовлення підприємства (організації, установи).

Для полегшення вибору теми дипломної магістерської роботи здобувачу необхідно ознайомитись зі специфікою об'єкта, де він проходитиме переддипломну практики, що стане підґрунтям при написанні дипломної роботи, можливістю проведення наукових досліджень, із наявною джерельною базою за відповідним напрямом дослідження, проконсультуватись з науковим керівником дипломної магістерської роботи або викладачами кафедри, які викладають дисципліни, близькі за напрямом дослідження здобувачів, фахівцями-практиками. Назва теми дипломної магістерської роботи має бути актуальною, чіткою та стислою, містити проблему, що вирішується.

Обрання дипломної магістерської роботи на суто теоретичну тему без урахування прикладного аспекту, особливостей функціонування конкретної організації / установи не допускається.

Пропозиції щодо вибору теми здобувач обговорює та узгоджує з науковим керівником. Після цього здобувач вищої освіти за магістерський рівнем зобов'язаний написати заяву на затвердження теми дипломної магістерської роботи (додаток Б) і подати її на кафедру. Кафедра розглядає пропозиції здобувача і після їх схвалення готує проєкт наказу, яким затверджуються теми і призначаються

наукові керівники. Закріплення за здобувачем магістерського освітнього рівня теми дипломної магістерської роботи оформляється наказом ректора Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (ХНЕУ ім. С. Кузнеця).

Після затвердження теми та керівника дипломної магістерської роботи здобувач отримує завдання до дипломної магістерської роботи та календарний плану виконання роботи. Контроль за дотриманням календарного плану написання та оформлення дипломної магістерської роботи покладається на керівника.

Порушення студентом календарного плану виконання дипломної роботи фіксується науковим керівником, який інформує завідувача кафедри маркетингу та вноситься в протокол засідання кафедри.

1.2. Складання плану дипломної магістерської роботи

На підставі отриманого завдання, після узгодження календарного плану написання і оформлення роботи, складається план, що відображає її структуру та логічний зв'язок складових.

План дипломної роботи магістра має відобразити наявність вступу, основної частини (розділів та підрозділів), висновків, переліку використаних джерел та додатків.

План дипломної магістерської роботи може коригуватися у процесі її написання. Внесення змін до нього відбувається після узгодження з керівником. План дипломної магістерської роботи формується в ході ознайомлення зі спеціальною науковою літературою, а її зміст залежить від обраного напрямку дослідження. Питання плану роботи мають передбачати послідовне, логічне, взаємопов'язане викладання результатів дослідження і концептуально відображати зміст дипломної магістерської роботи.

План роботи є робочим документом і до дипломної магістерської роботи не додається. План є основою для складання такого структурного елемента дипломної магістерської роботи, як "ЗМІСТ".

2. Виконання дипломної роботи

2.1. Загальні вимоги до структури та змісту дипломної роботи

Виконання дипломної роботи визначено навчальним планом як обов'язковий завершальний етап підготовки здобувача за відповідним освітньо-кваліфікаційним рівнем. В умовах підвищених потреб у якісній освіті фахівців до дипломної роботи здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти висуваються такі вимоги:

наявність практичної значущості, комплексного системного підходу до вирішення завдань дослідження;

використання наукових методів пізнання та теоретичного використання передової сучасної методології і наукових розробок з залученням сучасних технологій;

наявність елементів творчості (креативності).

Комплексний системний підхід до розкриття теми дипломної магістерської роботи полягає в тому, що предмет дослідження розглядається під різними кутами зору – з позицій теоретичної бази і практичних навичок, умов реалізації на підприємстві (установі, організації), аналізу, обґрунтування напрямів удосконалення, вивчення ефективності тощо – у тісному взаємозв'язку та в єдиній логіці викладення.

Застосування сучасної методології та технологій полягає в тому, що під час здійснення огляду літературних джерел, аналізу стану і діяльності підприємства (організації, установи) та його маркетингу й обґрунтування напрямів удосконалення предмета дослідження здобувач має добре знати сучасні теорії маркетингу, володіти методами наукового пізнання і методикою проведення наукових досліджень, використовувати відомості про новітні досягнення в сфері маркетингової діяльності та вміти застосовувати сучасні технології для збору інформації, аналізу даних та відображення результатів дослідження.

У процесі виконання роботи, поряд з теоретичними знаннями і практичними навичками за фахом, здобувач має продемонструвати

здатності до науково-дослідної роботи з елементами інноваційності та вміння творчо мислити, навчитися вирішувати науково-прикладні актуальні завдання.

Дипломна магістерська робота обов'язково має містити результати попередніх досліджень здобувача, здійснені в ході написання наукових статей чи апробації наукових матеріалів на конференціях (1 – 2 наукові публікації).

Дипломна робота має бути написана відповідно до розробленого плану.

Найбільш прийнятним є цілісний метод підготовки роботи. Написання дипломної роботи слід здійснювати за такою логічною схемою:

обґрунтування актуальності обраної теми;
визначення мети і конкретних завдань дослідження;
вибір об'єкта і предмета дослідження;
методики проведення пошукових робіт під час процесу дослідження;

обговорення результатів дослідження;
формулювання висновків та оцінювання отриманих результатів.

Обов'язкові структурні елементи дипломної роботи повинні відповідати встановленим вимогам, що детально описані далі.

Отже, дипломна магістерська робота має містити такі структурні елементи (у порядку їх розташування в роботі):

- 1) пояснювальна записка;
- 2) завдання до магістерської роботи (в період дії воєнного стану в Україні не включається до складу роботи);
- 3) подання голові ЕК щодо захисту дипломної роботи;
- 4) зміст;
- 5) вступ;
- 6) основна частина (три розділи з підрозділами);
- 7) висновки;
- 8) список використаних джерел;
- 9) додатки.

Слід зазначити, що перелічені структурні елементи є обов'язковими для дипломної магістерської роботи.

Крім того, до дипломної роботи складається реферат. Проте він

не включається в текст роботи, а додається окремо.

Варто розглянути обов'язкові структурні елементи дипломної магістерської роботи.

Пояснювальна записка (приклад заповнення наведено в додатку В) і за необхідності завдання до магістерської роботи заповнюються за спеціальною формою. Тема роботи має бути ретельно звірена з наказом про затвердження тем дипломних магістерських робіт. Якщо тема не відповідає формулюванню, затверженому наказом, робота не допускається до захисту. Пояснювальна записка є титульним аркушем дипломної роботи і містить найменування міністерства, закладу вищої освіти, факультету та кафедри, де виконана робота; тему дипломної роботи; назву спеціальності та освітньої програми, освітньо-кваліфікаційний рівень за яким предоставлено роботу, курс, група, прізвище, ім'я, по батькові автора; вчене звання, науковий ступінь, прізвище, ім'я, по батькові наукового керівника; посаду, прізвище, ім'я, по батькові рецензента; місто і рік виконання роботи.

Подання голові ЕК щодо захисту дипломної магістерської роботи (додаток Г) – документ надається деканатом ХНЕУ ім. С. Кузнеця (містить довідку про успішність здобувача, висновок керівника дипломної роботи та висновок кафедри про дипломну роботу).

Зміст подають на початку дипломної роботи. Він містить назви структурних елементів дипломної магістерської роботи (вступ, перелік розділів та підрозділів основної частини тексту, висновки до розділів та висновки до роботи, список використаних джерел, додатки) із зазначенням номерів їх початкових сторінок у тексті.

До змісту виносяться назви розділів та підрозділів тільки першого порядку. Зразок оформлення змісту наведено в додатку Д. Слід зазначити, що пояснювальна записка, подання голові ЕК щодо захисту роботи, зміст та перша сторінка вступу не нумеруються, але включаються до загальної кількості сторінок у дипломній роботі.

В разі використання в дипломній роботі специфічної термінологія, а також маловідомі скорочення, нові символи, позначення (повторюються у роботі не менше, ніж п'ять рази), то може бути складений перелік умовних позначень. Цей перелік умовних позначень подають у роботі на окремій сторінці перед вступом і друкують двома

колонками, в яких зліва в алфавітному порядку наводять позначення та скорочення, а справа – їхнє детальне розшифрування. Якщо в роботі специфічні терміни, скорочення, символи, позначення тощо повторюються менше п'яти разів, та/або таких термінів не багато, то перелік умовних позначень не складають, а їх розшифрування наводять у тексті під час першого згадування. Перелік умовних позначень не є обов'язковим.

У вступі дається наукове обґрунтування актуальності обраної теми, формулюються мета, завдання, об'єкт і предмет дослідження, наводиться перелік методів дослідження, інформаційна база дослідження, зазначається практична цінність, елементи новизни, що є результатами досліджень виносяться на захист. Також у вступі вказується наявність наукових публікацій у автора роботи за темою дослідження.

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

У вступі надається обґрунтування вибору теми дослідження (висвітлюється зв'язок теми роботи із сучасними дослідженнями у відповідній галузі знань шляхом критичного аналізу з визначенням сутності завдання).

Слід зазначити, що в процесі підготовки дипломної магістерської роботи обов'язковим є посилання на навчальні та наукові праці НПП ХНЕУ ім. С. Кузнеця, на зарубіжну літературу, видану іноземною мовою, та звернення до статей у журналах.

Мета і завдання дослідження формулюються відповідно до предмета та об'єкта дослідження. Мета повинна бути чітко сформульована, без зайвої деталізації. Не слід формулювати мету як “Дослідження...”, “Вивчення...”, тому що ці слова вказують на засіб досягнення мети, а не на саму мету.

В *завдання* конкретизують об'єм досліджуваних параметрів (вивчити..., описати..., визначити..., дослідити..., з'ясувати сутність..., показати..., ідентифікувати...; узагальнити..., встановити..., виявити..., довести..., впровадити..., вивести залежність..., встановити взаємозв'язок..., проаналізувати..., оцінити..., розробити..., дати рекомендації тощо). Бажано викладати задачі дотримуючись логічної

послідовності.

Об'єктом дослідження може бути лише явище чи процес, що породжує проблемну ситуацію, яка обрана для дослідження. *Наприклад*, “об'єктом дослідження є процес управління маркетинговою діяльністю ...”; не слід називати об'єктом дослідження конкретне підприємство, організацію, установу чи орган державної влади або його підрозділ, на прикладі якого виконується робота, адже це є базою дослідження.

Предмет дослідження міститься у межах обраного об'єкта дослідження, що розглядається в дипломній роботі і є частиною об'єкта. *Наприклад*, “предмет дослідження – “удосконалення маркетингової діяльності...” або “теоретико-методологічні положення та практичні рекомендації з удосконалення маркетингової діяльності...””.

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

Методи дослідження – розкриття інформаційної бази та використаних методів дослідження. Перераховуються використані наукові методи дослідження та змістовно відзначається, що саме досліджувалось кожним методом; обґрунтовується вибір методів, що забезпечують достовірність отриманих результатів та висновків. Найпоширенішими загальнонауковими методами є: порівняння, абстрагування, аналіз, синтез, аналогія, узагальнення тощо, а науковими методами – математико-статистичні, графічні, лінгвістичні, соціологічні та інші.

Крім того, вказуються види та типи інформаційних джерел, які були використані в процесі дослідження. *Наприклад*, наукова література, зокрема монографії, публікації періодичних видань, матеріали та тези доповідей конференцій, статистична, внутрішня та фінансова звітність підприємства, інформації з джерел інтернет тощо.

Наукова новизна – визначення розроблених положень та рекомендацій із вказівкою відмінностей, що характерні для кожного передбачуваного результату, який отримано особисто здобувачем в межах дипломної роботи. Варто застосовувати градації (вказувати рівень) наукової новизни: “вперше”, “удосконалено”, “уточнено”,

“набуло подальшого розвитку”. Усі наукові положення з урахуванням досягнутого ними рівня новизни є теоретичною основою вирішеної в дипломній роботі наукової проблеми.

Крім того, зазначають практичні результати та їх корисність (цінність) для підприємства - бази дослідження.

Апробація результатів передбачає наведення відомостей про оприлюднення отриманих у дипломній магістерській роботі результатів у наукових статтях, тезах доповідей на конференціях тощо. У дужках порядковий номер номер джерел зі списку використаних джерел (якщо робота вже надрукована) та номер додатку, в якому наводиться копія наукової публікації.

Основна частина дипломної роботи складається із кількох розділів: теоретичного, аналітичного та рекомендаційно-проєктного. Кожен розділ починають з нової сторінки. Розділи поділяються на підрозділи. Кожен підрозділ має містити закінчену інформацію. Кількість розділів в роботі - 3, а кількість підрозділів може визначатися здобувачем разом із керівником роботи.

В основній частині роботи викладають теоретичні та методологічні положення, проблемні питання, дискусійні і невирішені аспекти теми, науково-обґрунтовані, соціально-економічні, професійно-орієнтовані рішення. Наприкінці кожного підрозділу автором подаються короткі висновки щодо виконаного завдання, яке вирішуються в рамках підрозділу. Підрозділ не може закінчуватися на посилання на джерела, рисунком або таблицею. Кожний з підрозділів наводять через два інтервали після тексту попереднього підрозділу розділу.

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

Він має містити всебічний аналіз стану досліджуваної проблеми на основі узагальнення, систематизації й осмислення літературних джерел. Для констатації та обґрунтування загальнотеоретичних висновків та тенденцій доцільно використовувати дані, опубліковані у

відповідних наукових виданнях. Бажаним є використання опублікованих статистичних даних із посиланням на джерела. Крім того, інформаційною базою для його написання обов'язково повинні слугувати закони і підзаконні акти України, що характеризують сучасний стан у сфері дослідження.

Перший (теоретичний) розділ повинен містити не менше 15 посилань на вітчизняні літературні джерела та 5 посилань на зарубіжні літературні джерела. Під час посилання на авторів необхідно зробити зноски у такому вигляді – [№ літературного джерела в списку використаних джерел]. Наприклад – [17]. За наявності та можливості вказуються сторінки з яких було взято цю думку, визначення,

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

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

Перший розділ дипломної роботи має закінчуватись висновком за відповідним розділом обсягом 0,5-1 сторінки з назвою **Висновки за розділом 1**. У них викладають найбільш важливі результати, що одержані у процесі виконання дипломної роботи. Стиль викладення висновків має бути чітким, лаконічним, орієнтованим на практичне використання в діяльності підприємства, організації.

Другий (аналітичний) розділ містить загальну характеристику конкретного підприємства (установи, організації), його зовнішнього та внутрішнього середовища, аналіз маркетингової діяльності або її складових в розрізі обраної теми дипломної роботи. Студент повинен виконати детальний аналіз фактичного стану досліджуваної проблеми на матеріалах конкретного підприємства (установи, організації). Розділ може бути виконаний у вигляді двох – трьох підрозділів з метою розкриття стану питань, що досліджуються, виявлення позитивних і негативних сторін у діяльності конкретного підприємства (установи, організації).

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

загальні відомості про підприємство (установу, організацію), що аналізується: повне найменування, форма власності, коротка історія розвитку підприємства, дата організації та час існування на ринку;

характеристику основних напрямів і видів діяльності; основні економічні показники діяльності об'єкта дослідження 2 періоди;

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

У другому підрозділі розділу 2 рекомендується провести аналіз зовнішнього (макро та мікро) середовища підприємства (організації, установи). Основними складовими цього підрозділу можуть бути:

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

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

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

Також розділ включає аналіз основних аспектів маркетингової діяльності, розвиненості комплексу маркетингу з акцентом на тему дослідження.

Цей підрозділ рекомендується завершити побудовою матриці SWOT-аналізу з визначенням напрямів удосконалення маркетингової діяльності підприємства чи конкретних аспектів в межах напрямку та теми дослідження. Можливе використання і інших методів для подальшого обґрунтування та проектування заходів розвитку та удосконалення.

Другий розділ дипломної роботи має закінчуватись висновком за відповідним розділом обсягом 0,5-1 сторінки.

Третій розділ дипломної роботи – проектний (рекомендаційний) – це пропозиції щодо удосконалення маркетингової діяльності підприємства відповідно до напрямку дослідження. Пропозиції надаються на основі співставлення того, що є в практиці роботи підприємства (організації) зі сформульованим у першому (теоретичному) розділі еталоном (макетом) рішення проблеми, а також висновками, зробленими в другому (аналітичному) розділі щодо комплексного аналізу підприємства, його мікро- та макрозовнішнього маркетингового середовища, стану та стану і результатів маркетингової діяльності з уточненням відповідно теми дослідження. Це є підставою для обґрунтованого викладання конкретних пропозицій рішення досліджуваної проблеми в організації чи на підприємстві. Орієнтований обсяг третього розділу

Метою *першого підрозділу третього розділу* є розробка питань, пов'язаних із реалізацією маркетингового дослідження, яке спрямоване на отримання об'єктивних даних, що є основою для удосконалення, управління та/або розвитку маркетингової діяльності підприємства, що досліджується, розроблення або коригування його маркетингових політик, стратегій тощо.

У цьому пункті докладно й обґрунтовано з посиланням на відповідні наукові джерела викладається та аналізуються отримані результати дослідження.

В процесі написання першого підрозділу третього розділу дипломної роботи реалізується дослідження та оцінюються дані зібрані на основі обраних інструментів (анкет, гайдів, запитальників тощо).

В процесі маркетингового дослідження в третьому розділі можуть оцінюватися дані та результати застосування одного або комбінації різних методів дослідження відповідно до проблеми і теми дипломної роботи. Їх використання має бути обов'язково погоджено з науковим керівником.

В ситуації, коли для досягнення мети дослідження визначено необхідним проведення глибинного інтерв'ю з експертами, необхідна експертна оцінка якогось явища чи ситуації, надається опис процедури

відбору експертів, обґрунтування чисельності та підтвердження їх компетентності. Обов'язково наводиться коефіцієнт конкордації – узгодженості думок експертів.

При необхідності проведення опитування споживачів (персоналу, посередників), наводиться:

а) опис однієї (чи декількох) генеральних сукупностей, які вивчаються;

б) одиниця дослідження;

в) методи комунікацій під час проведення дослідження та процес відбору респондентів;

г) планування охоплення одиниць сукупності, що вивчається: суцільне дослідження; вибіркоче дослідження; монографічне дослідження; дослідження основного масиву;

д) для вибіркового дослідження планується: вибір підходу до формування вибірки; необхідний обсяг (чисельність) вибірки.

Ці процеси можуть бути відображені при плануванні дослідження, як частина інформаційно-аналітичного забезпечення прийняття маркетингових рішень. За таких умов повторно їх зазначати не потрібно.

Розглядається запропонована процедура контролю за процесом збору даних для зменшення кількості помилок. Наводиться опис процесу редагування даних (очищення даних, робота з відсутніми даними).

За наявності викладаються особливості процесу кодування даних (детальне кодування даних наводиться у додатках до дипломної роботи) та проводиться обґрунтування доцільності використання програмного забезпечення, сервісів та сучасних технологій яке обране для формування бази даних та реалізації процесу аналізу.

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

Якщо дані були отримані з експертних інтерв'ю, наводяться основні питання, які були задані експертам, узагальнені та агреговані відповіді на них. Найбільш цікаві та вагомі відповіді з точки зору цінності отриманої інформації можуть бути наведені у вигляді цитат, інші розміщуються у додатках. Далі наводиться аналіз отриманої інформації та зроблені висновки.

Якщо дані отримані з опитувальної анкети, аналіз даних проводиться за такою схемою:

питання анкети з агрегованими даними, отриманими після опитування;

зведення даних до вигляду, у якому вони підлягають обробці;

розрахунок необхідних дескриптивних статистик;

побудова таблиць сполучення ознак (якщо це необхідно для вирішення питання);

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

перевірка гіпотез, які було сформульовано під час планування дослідження, при необхідності формулювання та перевірка нових гіпотез;

побудова розроблених моделей;

застосування прикладного статистичного аналізу для отримання запланованого результату;

інші методи та методики аналізу даних.

Статистичний аналіз даних по кожному пошуковому питанню необхідно завершити висновком, де у статистичних термінах подається отримана відповідь на пошукове питання.

Після аналізу даних та висновків окремо по кожному пошуковому питанню, формують перелік основних результатів, отриманих у ході дослідження, та, виходячи з поставлених завдань дослідження, наводять загальні висновки, необхідні для прийняття управлінського маркетингового рішення – розроблення рекомендацій.

Другий підрозділ третього розділу має містити конкретні заходи (рекомендації) щодо досягнення мети дослідження. Надаються рекомендації за результатами досліджень відповідно напрямів удосконалення маркетингової діяльності підприємства за темою дослідження. Кожна пропозиція повинна мати обґрунтування на основі аналізу, проведеного у попередніх розділах (підрозділах), – виявлених відхилень, проблем та недоліків – з розробкою конкретних рекомендацій, пропозицій, моделей управління параметрами розвитку маркетингової діяльності підприємства. Надані рекомендації мають враховувати результати SWOT-аналізу, проведеного у роботі, та посилювати сильні сторони і можливості чи нейтралізувати слабкі

сторони і загрози підприємства відповідно. Базуватися на основних теоретичних положеннях, методичних підходах, методичному інструментарії, що викладені у попередніх розділах та підрозділах дипломної роботи.

Рекомендації мають бути конкретними, чіткими та обов'язково підкріплені конкретною інформацією, отриманою під час власного дослідження. Можуть бути подані у вигляді плану необхідних заходів для розроблення чи коригування відповідної продуктово-ринкової стратегії, окремих складових маркетингової діяльності. Рекомендації мають супроводжуватися ілюстративно-графічним підкріпленням та ретельним описом запропонованих заходів. В роботі має міститися не менше 3 рекомендацій та пропозиції автора.

У *третьому підрозділі третього розділу* проводиться оцінювання ефективності та підтвердження доцільності запропонованих заходів, що подається в кінці третього розділу. Маркетингові заходи повинні мати реальний прикладний характер, що вимагає відповідних обґрунтувань за кожним заходом та визначення їх ефекту та ефективності.

З цією метою може бути визначено показники економічного, комунікативного, соціального ефекту й ефективності в залежності від запропонованих заходів та даних, які запропоновані здобувачами (зокрема, додатковий прибуток, рентабельність, витрати на рекламу, які припадають на 1 000 споживачів, коефіцієнт рекламної результативності, порівняльна торгова ефективність, сукупність переглядів, охоплення, витрати на 1 000 переглядів, кількість контактів, вартість одного додаткового контакту, коефіцієнт впровадження та багато інших).

Показники ефективності розраховуються на основі даних прогнозно-планового періоду, обґрунтованих здобувачем у проектній частині. Підрозділ розпочинається з розрахунку всіх витрат пов'язаних з впровадженням та реалізацією запропонованих рекомендацій.

Одним з досить простих і в той же час результативних методів аналізу доцільності витрат є операційний аналіз, званий також аналізом «витрати-обсяг-прибуток», або CVP-аналіз.

CVP-аналіз - це аналіз беззбитковості виробництва чи аналіз співвідношення «витрати - обсяг - прибуток». Він є одним з потужних

інструментів у визначенні точки беззбитковості.

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

Проте використання CVP-аналізу є не єдиним способом обґрунтувати доцільність та ефективність запропонованих заходів.

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

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

Крім того, обґрунтуванням щодо доцільності впровадження запропонованих заходів можуть слугувати розрахунок показників та метрик відповідно визначення ефекту та ефективності в межах використання окремих маркетингових інструментів, маркетингових політик, проєктів, стратегій.

Третій розділ, як і попередня розділи дипломної роботи має закінчуватись висновками за відповідним розділом обсягом 0,5-1 сторінки.

Висновки є логічним завершенням дипломної роботи. У ньому необхідно коротко сформулювати основні положення роботи відповідно поставленим завданням. У стислій формі зробити висновки з матеріалу, викладеного в проблемно-аналітичній частині роботи.

У висновках в стислому вигляді наводиться викладена в дипломній роботі інформація, представлені отримані результати вирішення поставлених автором завдань. Висновок по своїй суті є підсумком виконаних наукових досліджень і містить висновки і узагальнення, а також рекомендації щодо практичного використання отриманих результатів.

Висновок не повинен повторювати висновки і узагальненн за розділами, у висновку робляться висновки по всій роботі в цілому, тобто відображається те істотне, що відрізняє роботу від раніше виконаних досліджень по розглянутій тематиці.

Висновок зазвичай будується відповідно до побудови матеріалу в дипломній роботі.

Список використаних джерел має бути наведений після висновків з нової сторінки і мати наскрізну нумерацію.

Формуючи список літератури за темою роботи, студент обов'язково має зазначити прізвище та ініціали автора, назву роботи, видавництво, місце та рік видання, за наявності кількість сторінок. Якщо до списку входять періодичні публікації, то обов'язково слід зазначити прізвище та ініціали автора, назву статті, часопису, газети тощо, рік видання, номер та сторінки, на яких надрукована стаття.

Якщо здобувач використовував інтернет-ресурси, то слід зазначити прізвище та ініціали автора матеріалу, назву та веб сайт (посилання) та дату звернення до ресурсу.

Список використаних джерел варто розміщувати за наскрізною нумерацією в алфавітному порядку, а саме: Постанови Верховної Ради України; Укази Президента України; Постанови Кабінету Міністрів України; нормативні акти міністерств та відомств; роз'яснення Президії Вищого Господарського суду України, постанови Пленуму Верховного Суду України; монографії, підручники та навчальні посібники (не більше 5), наукові видання, статті у наукових часописах, автореферати дисертацій тощо.

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

Іншим способом складання списку літератури є по мірі згадування джерел за текстом дипломної роботи.

До списку використаних джерел рекомендується включати не менше 45 найменувань у відповідному бібліографічному описі. Варто слідкувати за тим, аби це були сучасні, останніх 5-7 років видання та джерела.

Після списку використаних джерел з нової сторінки розташовують **додатки**, які містять матеріал, що є необхідним для розкриття

повноти дипломної роботи, але його включення в основну частину роботи може змінити упорядковане і логічне уявлення про роботу або через великий обсяг не може бути послідовно розміщене в основній частині роботи.

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

Реферат до дипломної магістерської роботи складається здобувачем після закінчення написання дипломної роботи повністю. Реферат складається державною мовою. Він має містити: структуру та назву дипломної магістерської роботи, актуальність її теми, мету, завдання, об'єкт, предмет дослідження та наукове значення. Зразок написання реферату подано в додатку Е.

2.2. Вимоги до оформлення дипломної роботи

Дипломна робота повинна мати обсяг 45-50 сторінок машинописного тексту і бути виконана **українською мовою**. У процесі написання роботи слід дотримуватися такого розподілу обсягу тексту: вступ – 1-2 с.; розділи: перший (теоретичний) – 10-12 сторінок.; другий (аналітичний) – 15-17 с.; третій (рекомендаційно-проектний) – 14-15 с.; висновки – 2 с.

Обсяг будь-якого підрозділу дипломної магістерської роботи повинен бути не меншим за 4 сторінок.

Текст дипломної роботи має бути надрукованим на комп'ютері з одного боку аркуша білого паперу формату А4 (210 x 297 мм), з **міжрядковим інтервалом 1,5**. Гарнітура шрифту типу **Times New Roman** розміром (кеглем) **14 пт**.

Текст дипломної роботи необхідно друкувати, дотримуючись таких полів: ліве – не менше **25 мм**, праве – не менше **10 мм**, верхнє і нижнє – не менше **20 мм (рис. 2.1)**.



Рис. 2.1. Приклад оформлення тексту дипломної роботи

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

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

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

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

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

У межах розділу новий підрозділ починають на тій сторінці, де закінчився попередній підрозділ. Водночас назву підрозділу не можна

розміщувати в кінці однієї сторінки, а текст підрозділу розпочинати на наступній. Слід зазначити, що після назви підрозділу на сторінці має бути не менше двох рядків тексту.

Сторінки роботи мають бути заповнені текстом повністю. Виняток складають останні сторінки вступу, розділів, висновків, списку використаних джерел, наповненість яких не може складати менше 2/3 площі сторінки. Якщо розмір рисунка чи таблиці, що наводяться в тексті, не дозволяє розмістити їх на вільній площі безпосередньо в кінці сторінки, то на них здійснюється посилання, і на цій же сторінці продовжується текст. Сам рисунок чи таблиця наводиться на початку наступної сторінки, водночас таблицю чи рисунок необхідно розташовувати після завершення абзацу. Розділ чи підрозділ не може завершуватися рисунком чи таблицею. Після них обов'язково має бути пояснювальний текст чи інша узагальнювальна інформація.

Нумерація сторінок дипломної магістерської роботи здійснюється арабськими цифрами, дотримуючись наскрізної нумерації по всьому тексту.

Номер сторінки проставляють у правому верхньому куті сторінки без крапки наприкінці. Гарнітура шрифту типу Times New Roman розміром (кеглем) 12 пт.

Першою сторінкою дипломної магістерської роботи є пояснювальна записка, яку включають до загальної нумерації сторінок роботи. На пояснювальній записці, поданні та змісті номер сторінки не проставляють. На наступних сторінках, починаючи з другої сторінки вступу, номер проставляють у правому верхньому куті сторінки без крапки наприкінці з урахуванням попередніх сторінок. Номер розділу проставляють без слова "РОЗДІЛ". Після номера розділу крапку не ставлять, потім великими літерами друкують заголовок розділу (рис. 2.2).

Підрозділи нумеруються у межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, між якими ставлять крапку. Ілюстрації й таблиці, розміщені на окремих сторінках, включають до загальної нумерації сторінок дипломної роботи. Номер на цих сторінках проставляється.

Назви **ілюстрацій** (схем, рисунків, графіків, діаграм, креслень, скріншотів) розташовують під ілюстрацією напівжирним шрифтом

центровано до рисунку. За необхідністю під ілюстрацією також розміщують пояснювальні дані (підрисунковий текст).

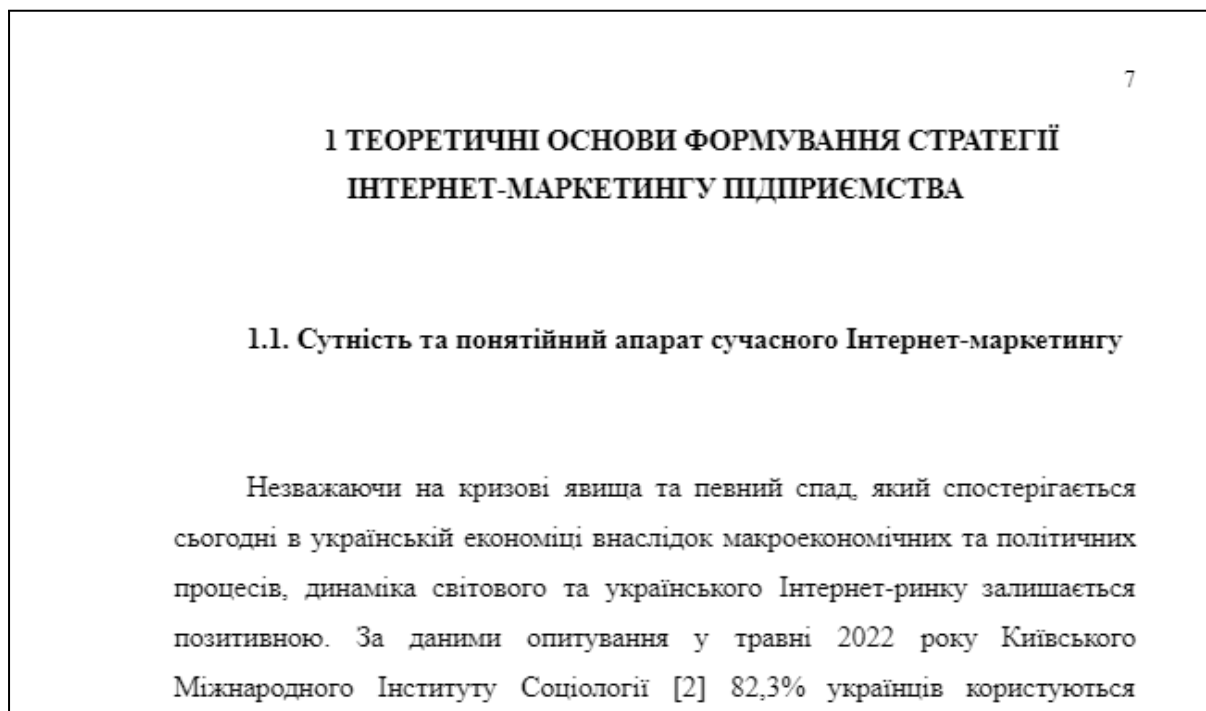


Рис. 2.2. Приклад оформлення назви і нумерації розділів та підрозділів дипломної роботи

Ілюстрації (рисунки, креслення, рисунки, графіки, схеми, діаграми та фотознімки) слід розташовувати в роботі безпосередньо після тексту, де вони згадуються вперше, або на наступній сторінці.

На всі ілюстрації мають бути посилання в дипломній роботі. Якщо ілюстрації створені не автором роботи, необхідно при поданні їх у дипломній роботі давати посилання на джерело, з якого запозичена ілюстрація.

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

Приклад оформлення рисунків в дипломній роботі представлено на рис. 2.3.



Рис. 2.3. Приклад оформлення рисунку в дипломній роботі

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

Якщо ілюстрація не вміщується на одній сторінці, можна переносити її на інші сторінки, вміщуючи назву ілюстрації на першій сторінці, пояснювальні дані – на кожній сторінці, і під ними позначають: «Рис. ____,».

Якість ілюстрацій має забезпечувати їхнє чітке відтворення. Ілюстрації мають бути зроблені за допомогою офісних програм чи графічних редакторів у чорно-білому вигляді із використанням штрихування.

У роботі можуть застосовуватися різні типи схем та діаграм, які використовуються залежно від характеру ілюстративного матеріалу та завдань, що вирішуються. Якщо на рисунку зображується діаграма, кожна її вісь повинна мати назву або позначати розмірність (наприклад, млн грн, т, % та ін.).

Оформлення таблиць. Таблицю в дипломній роботі необхідно розташовувати безпосередньо після тексту, в якому вона згадується вперше, або на наступній сторінці, якщо вона завелика для її

будування в структуру тексту. На всі таблиці мають бути посилання в тексті дипломної роботи.

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

Таблиці нумеруються арабськими цифрами порядковою нумерацією в межах розділу, за винятком таблиць, що наводяться в додатках. Номер таблиці складається з номера розділу і порядкового номера таблиці, відокремлених крапкою (рис. 2.4).

20

30.12.2022 рік та 30.12.2021 рік (Додаток Б-В). За даними табл. 2.2 проведено аналіз щодо ліквідності балансу ПП «Новожанівський м'ясокомбінат».

Таблиця 2.2

Аналіз ліквідності балансу, тис. грн

Ранжування активів балансу	Річний показник 2021 р.	Річний показник 2022 р.,	Ранжування пасивів балансу	Річний показник 2021 р.	Річний показник 2022 р.
Високоліквідні активи (A1)	410,5	192,4	Найтерміновіші зобов'язання (П ₁)	-	-
Швидколіквідні активи (A ₂)	-	-	Короткострокові пасиви (П ₂)	-	-
Повільноліквідні активи (A ₃)	894,4	4887,3	Довгострокові пасиви (П ₃)	165,8	211,5
Важколіквідні активи (A ₄)	20131,4	12872,2	Постійні пасиви (П ₄)	20131,4	12872,2
Баланс	31334,5	33614,2	Баланс	31334,5	33614,2

Варто відзначити що дана інформація є у відкритому доступі для

Рис. 2.4. Приклад оформлення таблиці у дипломній роботі

У випадку, коли розмір таблиці виходить за формат сторінки, таблицю поділяють на частини, які переносять на наступну сторінку/сторінки. Водночас у кожній частині таблиці вказується, що це її продовження (наприклад, "Продовження табл. 3.1"). Над останньою частиною таблиці вказується про закінчення таблиці (наприклад, "Закінчення табл. 3.1"). Перенесення таблиці на наступну сторінку

допускається у разі написання не менше двох рядків після назви колонок таблиці ("шапки" таблиці).

Розміщуючи таблицю на декількох сторінках роботи, "шапку" таблиці не повторюють на кожній сторінці, а переносять тільки рядок з номерами колонок, поданий у таблиці на першій сторінці. Якщо цифрові або інші дані в якому-небудь рядку таблиці не подають, то в ньому ставлять прочерк.

Таблиці додатків нумеруються у межах кожного конкретного додатка та мають складатися з букви, що позначає додаток та порядковий номер таблиці. Наприклад, "Таблиця В.1" означає: "перша таблиця додатка В". За необхідності пояснення змісту тексту, таблиці або ілюстрації у дипломній магістерській роботі можуть бути подані примітки.

Примітки розташовують після таблиці або ілюстрації, до яких вони належать. Якщо примітка одна, її не нумерують, а позначають зірочкою у форматі верхнього індексу. Слово "Примітка" пишуть з великої літери з абзацного відступу після таблиці чи рисунка (але перед назвою рисунка). Після слова "Примітка" ставлять крапку і з великої літери в тому ж рядку наводять текст примітки. Рекомендована гарнітура шрифту – типу Times New Roman розміром (кеглем) 12 пт з міжрядковим інтервалом 1.0. Якщо приміток на одному аркуші декілька, то їх нумерують послідовно арабськими цифрами з крапкою.

Формули і рівняння розташовують безпосередньо після тексту роботи, в якому вони згадуються. Формули і рівняння в дипломній магістерській роботі (якщо їх більше однієї) нумерують у межах розділу. Номер формули складається з номера розділу і порядкового номера формули в розділі, між якими ставлять крапку. Наприклад, "(3.1)" – означає: перша формула третього розділу. Номер формули або рівняння вказують на рівні формули або рівняння в дужках у крайньому правому положенні на рядку.

Пояснення значень символів і числових коефіцієнтів, що входять у формулу або рівняння, наводять безпосередньо під формулою в тій послідовності, у якій вони подані у формулі або рівнянні. Перший рядок пояснення починають з нового рядка без абзацного відступу словом "де" без двокрапки. Пояснення значення кожного символу та числового коефіцієнта варто подавати з нового рядка, пояснювальні символи

мають бути написані на однаковій відстані від краю аркуша, рівняючись по першому символу. Зразок оформлення формули у роботі наведено на рис. 2.5.

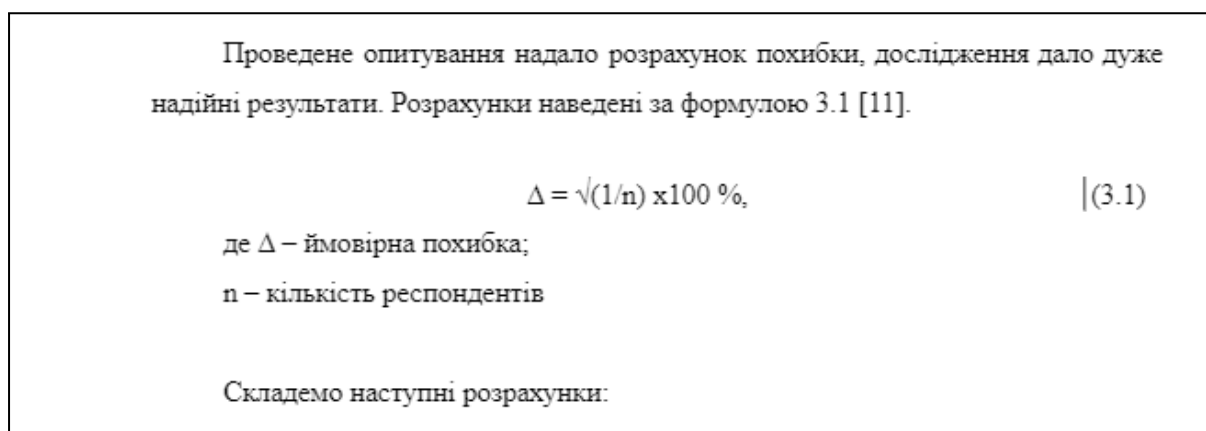


Рис. 2.5. Приклад оформлення формули у дипломній роботі

При написанні дипломної роботи студент повинен давати посилання на джерела, матеріали або окремі результати з яких наводяться в роботі, або на ідеях і висновках яких розроблюються проблеми, завдання, питання, вивченню яких присвячена робота. Посилатися слід на останні видання публікацій.

Загальні вимоги до **цитування** такі:

текст цитати починається і закінчується лапками і наводиться в тій граматичній формі, в якій він поданий у джерелі, із збереженням особливостей авторського написання. Наукові терміни, запропоновані іншими авторами, не виділяються лапками, за винятком тих, що викликали загальну полеміку. У цих випадках використовується вираз “так званий”;

цитування повинно бути повним, без довільного скорочення авторського тексту і без перекручень думок автора. Пропуск слів, речень, абзаців при цитуванні допускається без перекручення авторського тексту і позначається трьома крапками. Вони ставляться у будь-якому місці цитати (на початку, всередині, у кінці). Якщо перед випущеним текстом або за ним стояв розділовий знак, то він не зберігається;

кожна цитата обов'язково супроводжується посиланням на джерело.

Посилання в тексті дипломної роботи на використані джерела

розміщують у квадратних дужках після відповідної цитати, наприклад: маркетингова діяльність – це ... [63, с. 15]. Тут “63” – це номер у списку використаних джерел тієї публікації, на яку посилається автор, а через кому й після “с.” подається номер сторінки в цій публікації, на якій розміщено цитований текст. Якщо посилання іде на перелік джерел, воно може мати такий вигляд: ...у роботах [12-15], чи: ...у роботах [21; 30; 52].

У роботі можна також посилатися на розділи, підрозділи, ілюстрації, таблиці, формули, рівняння, додатки, вказуючи їх номери.

Якщо посилання наводяться в тексті, можна писати: "... у розділі 2", "... відповідно до підрозділу 2.2 ...", "на рис. 1.1 ...", "..., як це видно з рис. 1.1", "... у табл. 3.1 ...", "Виходячи з табл. 3.1, ...", "За формулою (2.5), розраховуємо ...", "... у додатку Б ...", "... (додаток Б)".

За необхідності, всередині розділів і підрозділів можуть бути наведені перерахування. Перед перерахуванням ставлять двокрапку. Для першої деталізації перерахування слід використовувати арабські букви з дужкою з абзацного відступу з маленької літери.

Для перерахувань першого рівня деталізації використовують малу літеру української абетки з дужкою, або не роблять зовсім позначок. Для подальшої деталізації перерахування слід використовувати арабські цифри з дужкою (другий рівень деталізації) (рис. 2.6).

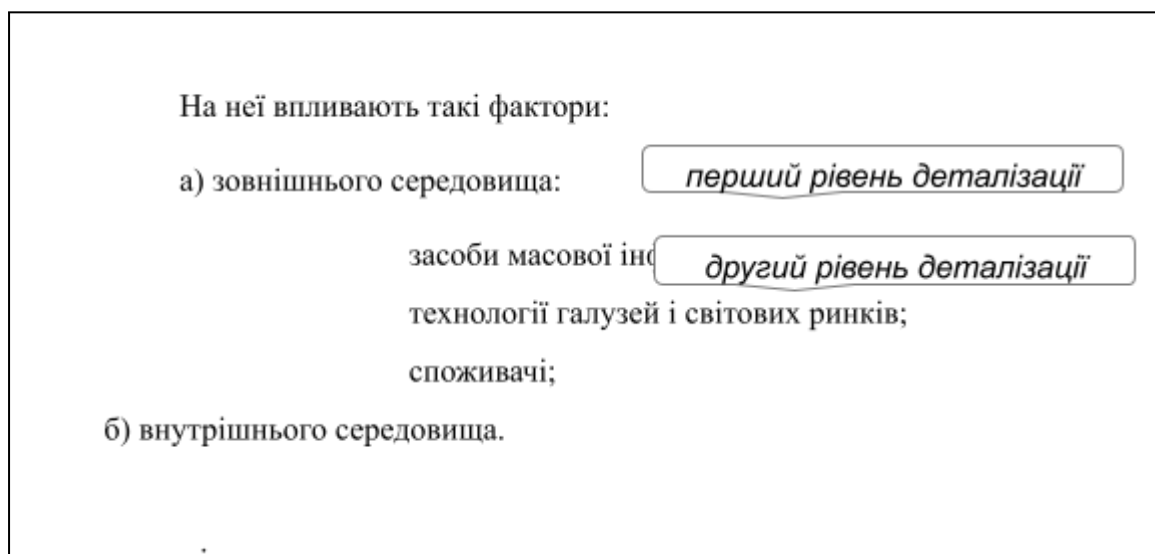


Рис. 2.6. Приклад оформлення перерахування в тексті дипломної роботи

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

Список використаних джерел має бути наведений після висновків з нової сторінки. Джерела літератури в ньому слід розміщувати в алфавітному порядку, враховуючи, що спочатку наводяться друковані джерела літератури, а потім – електронні ресурси. Причому електронні ресурси слід розміщувати теж в алфавітному порядку.

Іншим способом складання списку літератури є по мірі згадування джерел за текстом дипломної роботи.

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

Після останньої сторінки списку використаних джерел перед додатками необхідно розмістити чистий аркуш паперу, на якому в центрі великими літерами (розміром (кеглем) **14 пт**) написати «ДОДАТКИ». У змісті роботи треба вказувати першу сторінку додатків.

Кожен додаток повинен починатися з титульного аркуша, на якому симетрично до сторінки наведено позначення додатка, надруковане великими літерами. Наприклад: «ДОДАТОК А». На наступному рядку наводиться назва додатка, надрукована малими літерами. Наприклад: «Фінансова звітність підприємства». Слова «ДОДАТКИ», «ДОДАТОК», номер додатку та його назву в лапки не беруть.

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

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

Якщо додаток містить кілька сторінок, більше двох, то кожна наступна сторінка у правому верхньому куті супроводжується написом

«Продовження додатка» та його літерним позначенням. *Наприклад*, «Продовження додатка Д», остання сторінка відповідного додатка має надпис «Закінчення додатка Д». Зразок оформлення продовження додатка наведено на рис. 2.7.

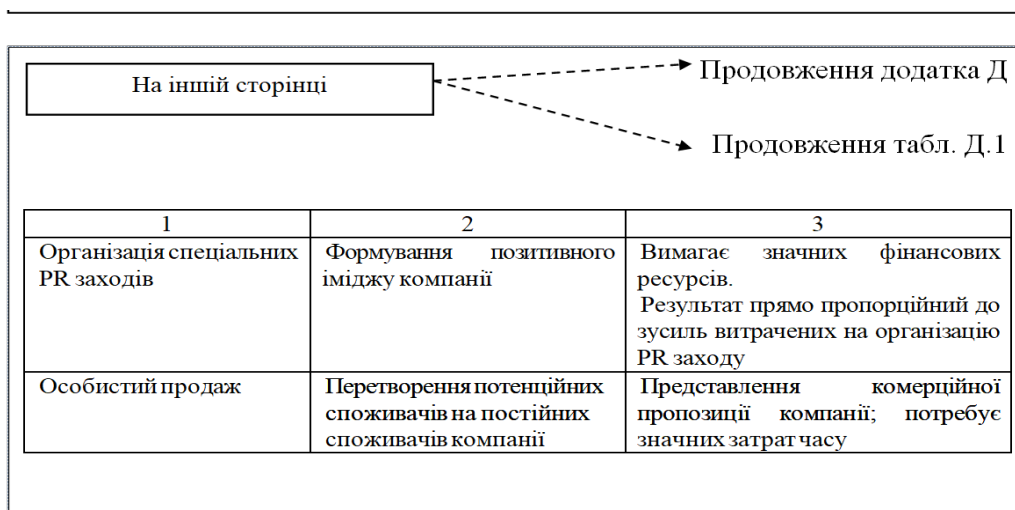


Рис. 2.7. Приклад оформлення продовження додатка у дипломній роботі

Якщо в роботі як додаток використовують документ, що має самостійне значення і оформлюється згідно з вимогами до документів даного виду, то його копію вміщують у роботі без змін в оригіналі. Тоді перед копією вміщують аркуш, на якому посередині друкують слово «Додаток ...» і назву документа, що наводиться, з наступного рядка.

Для презентації основних результатів дипломної роботи під час захисту студентом готується *презентаційний матеріал*. Це – таблиці, рисунки, переліки тощо, які містяться в основному тексті роботи, та які оформлені із застосуванням програмного продукту MS PowerPoint.

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

3. Підготовка та порядок захисту дипломної роботи

3.1. Підготовка до захисту дипломної магістерської роботи

У терміни, що визначені випусковою кафедрою (календарний план, графік), здобувач магістр зобов'язаний звітувати про виконану роботу, своєчасно з'являтися на консультації згідно з розкладом керівника роботи і подавати написані розділи науковому керівнику.

Завершена дипломна магістерська робота та демонстраційний матеріал (презентація) подаються на перевірку керівнику.

Керівник надає відгук про якість виконання роботи з пропозицією щодо її оцінювання (на аркуші "Подання голові ЕК щодо захисту дипломної магістерської роботи").

Після перевірки роботи керівником здобувач має передати її на зовнішнє рецензування. Рецензентами мають бути керівники організацій (установ), їхні заступники, керівники відповідних відділів, провідні фахівці відділів, які виконують функції, розглянуті в роботі, наукові робітники профільних кафедр із науковими ступенями. Не припускається рецензування роботи особами, які не є фахівцями в обраному напрямку роботи.

У рецензії зазначаються позитивні сторони роботи та її недоліки, робиться висновок і дається рекомендація щодо захисту магістерської роботи та присвоєння освітньої кваліфікації "магістр маркетингу" за спеціальністю 075 "Маркетинг".

Рецензія бажано має бути надрукована на фірмовому бланку організації (установи), обов'язково мати відбиток її печатки та містити реквізити, що визначають організацію (установу), і підписана рецензентом із зазначенням його посади, наукового ступеня (за наявності), прізвища, ім'я та по батькові. Допускається підписання рецензії рецензентом електронним цифровим підписом (КЕП).

Після всіх зазначених процедур дипломна магістерська робота в електронному варіанті надається на кафедру для передачі її на перевірку за допомогою інтернет-сервісу StrikePlagiarism.com за

графіком складеним навчально-методичним відділом, але не пізніше, ніж за два тижні до призначеної дати захисту. Для цього роботи мають бути передані на електронних носіях чи за допомогою електронної пошти відповідальною особою за перевірку на академічний плагіат.

Після отримання позитивного відгуку перевірки робота подається на затвердження завідувачу кафедри маркетингу. Якщо дипломна магістерська робота виконана та оформлена відповідно до вимог, які передбачені для такого виду робіт, здобувач має довідку про позитивне проходження перевірки роботи за допомогою інтернет-сервісу StrikePlagiarism.com, позитивний відгук наукового керівника і зовнішню рецензію, а також необхідний перелік документів, що до неї додаються, то завідувач кафедри маркетингу засвідчує підписом (зокрема і КЕП) доцільність подання роботи на захист.

Після цього готова дипломна магістерська робота завантажується на ПНС університету до спеціально створеного курсу або у разі очного захисту - переплітається (тверда обкладинка) .

З роботою окремо подаються зовнішня рецензія та довідка про результати перевірки автоматизованою за допомогою інтернет-сервісу StrikePlagiarism.com, реферат.

У випадку наявності плагіату, негативного відгуку наукового керівника, завідувача кафедри щодо допуску здобувача другого (магістерського) рівня вищої освіти до захисту дипломної роботи, питання виноситься на розгляд засідання кафедри за участю наукового керівника. Протокол засідання кафедри подається на затвердження ректору ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Перед захистом студент магістратури зобов'язаний ознайомитися з відгуком і рецензією, проаналізувати їх та підготувати відповіді на зауваження.

До захисту не допускаються здобувачі, які не виконали навчальної програми і на момент подання магістерської роботи до захисту мають академічну заборгованість.

Здобувачі магістерського рівня які не захистили магістерську роботу, не мають права на отримання диплома магістра за спеціальністю 075 "Маркетинг" освітньо-професійної програми "Маркетинг".

У разі невиконання роботи вчасно за поважної причини (хвороба, виробнича необхідність тощо) дозволяється захист роботи в інші

строки, але в межах строку дії ЕК.

3.2. Порядок захисту дипломної магістерської роботи

Захист дипломних магістерських робіт проводиться на відкритому засіданні ЕК, яка призначається відповідно до освітньо-професійної програми (ОПП). Персональний склад членів ЕК затверджується ректором ХНЕУ ім. С. Кузнеця не пізніше, ніж за 30 днів до початку захисту дипломних робіт. До складу комісії залучаються науково-педагогічні працівники, які є фахівцями зі спеціальності 075 "Маркетинг", фахівці в сфері маркетингу.

Дата захисту кожної роботи визначається графіком засідань ЕК, що затверджується не пізніше ніж за місяць до початку захисту ректором за поданням кафедри маркетингу, і доводиться до відома голови та членів ЕК, наукових керівників і здобувачів магістратури. Списки студентів магістратури, допущених до захисту дипломних магістерських робіт, подаються в ЕК не пізніше, ніж за три дні до захисту. Одночасно проводиться ознайомлення членів ЕК з дипломними магістерськими роботами здобувачів.

Перед початком захисту магістерських робіт ЕК подаються такі документи:

подання Голові ЕК щодо захисту дипломної роботи;

зовнішня рецензія на дипломну магістерську роботу;

довідка про результати перевірки роботи інтернет-сервісом StrikePlagiarism.com.

Перед захистом секретар ЕК оголошує прізвище, ім'я, по батькові здобувача і керівника, а також тему дипломної магістерської роботи. Після цього слово для доповіді надається здобувачеві. Доповідь рекомендується почати словами: "Шановні члени Екзаменаційної комісії, шановні присутні! До вашої уваги пропонується дипломна магістерська робота на тему "...". Доповідь доцільно завершувати фразою: "Доповідь закінчена. Дякую за увагу".

Процедура захисту дипломної магістерської роботи передбачає: публічний виступ здобувача з доповіддю (визначається актуальність досліджуваної проблеми, мета, зміст, наукова новизна та практична цінність дипломної магістерської роботи). Виступ має бути пов'язаний з

наведеним демонстраційним матеріалом (та/або мультимедійною презентацією), на який необхідно посилатися під час доповіді. Рекомендована тривалість доповіді студента – 5 – 7 хвилин; відповіді на запитання членів ЕК; відповіді на зауваження наукового керівника та зовнішнього рецензента; підведення підсумків захисту дипломної магістерської роботи (надається оцінка дипломної магістерської роботи кожного здобувача). На підставі зовнішньої рецензії, відгуку наукового керівника та результатів захисту дипломної магістерської роботи ЕК ухвалює рішення щодо присвоєння освітньої кваліфікації "магістр маркетингу" за спеціальністю 075 "Маркетинг" ОПП "Маркетинг". Рішення ЕК щодо оцінювання знань, виявлених у процесі підготовки та захисту дипломної магістерської роботи, а також присвоєння здобувачеві другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 "Маркетинг" ОПП "Маркетинг" та видачі йому диплома державного зразка, ухвалюється на закритому засіданні відкритим голосуванням звичайною більшістю голосів членів комісії, які брали участь у засіданні. У разі однакової кількості голосів голос голови ЕК є вирішальним.

Результати захисту дипломних магістерських робіт оголошуються в день захисту після оформлення протоколів ЕК.

Рекомендована література

1. Грузіна І. Розвиток наукових підходів до дослідження організації / І. Грузіна // Бізнес Інформ. – 2022. – № 2. – С. 132-139.<http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27651>

2. ДСТУ 8302:2015 Інформація та документація. Бібліографічне посилання [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://kubg.edu.ua/images/stories/podii/2017/06_21_posylannia/dstu_8302.pdf

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

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

5. Положення про порядок здачі та проходження рукопису від його підготовки до видання. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. – 44 с.

6. Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у Харківському національному економічному університет імені Семена Кузнеця [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/11/Polozhennya-pro-systemu-vnutrishnogo-zabezpechennya-yakosti-osvitnoyi-diyalnosti-ta-yakosti-vyshhoi-osvity-u-Harkivskomu-natsionalnomu-ekonomichnomu-universyteti-imeni-Semena-Kuznetsya.pdf>.

7. Про вищу освіту : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.

8. Пушкар О. І. Методологія та організація наукових досліджень [Електронний ресурс] : навч. посіб. / О. І. Пушкар ; Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця. - Електрон. текстові дан. (9,76 МБ). - Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020. - 866 с. <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/23346>

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

10. Шейко В.М. Організація та методика науково-дослідницької діяльності : підручник / В.М. Шейко, Н.М. Кушнарєнко. – 6-те вид., переробл. і доповн. – К. : Знання, 2018. – 310 с.

Додатки

Додаток А

Орієнтований перелік тем дипломних робіт

№ з/п	Перелік тем дипломних магістерських робіт
1	Управління маркетинговою діяльністю підприємства
2	Удосконалення маркетингової діяльності в умовах діджиталізації
3	Формування іміджу громадської організації
4	Просування послуг підприємства на основі інтернет-технологій
5	Удосконалення маркетингової діяльності підприємства на основі моделей поведінки споживачів
6	Стратегічні аспекти управління марочною політикою закладу вищої освіти
7	Формування стратегії розвитку товарної політики підприємства
8	Формування стратегії інтернет-маркетингу підприємства
9	Підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі використання маркетингових інструментів
10	Формування плану просування бренду підприємства в мережі Інтернет
11	Обґрунтування проєкту диверсифікації товарної політики підприємства
12	Розробка рекламної кампанії підприємства
13	Удосконалення просування бренду підприємства в соціальних мережах
14	Управління брендом інноваційної продукції
15	Система маркетингового менеджменту підприємства та шляхи її удосконалення
16	Системне забезпечення креативного маркетингу (на прикладі конкретного продукту або підприємства, або галузі)
17	Маркетингове стратегічне планування на підприємстві
18	Формування комплексу маркетингових комунікацій

Приклад оформлення заяви для затвердження теми та керівника дипломної магістерської роботи

Завідувачу кафедри маркетингу
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
професору Людмилі ГРИНЕВИЧ
здобувача другого (магістерського) рівня
спеціальності 075 “Маркетинг, ОП “Маркетинг””
групи 8.03.075.010.00.0
Петра ЧУЙКО

Заява

Прошу Вас затвердити тему моєї магістерської дипломної роботи
"_____і"

Науковим керівником дипломної магістерської роботи прошу
призначити: к.е.н. (д.е.н.), професора (доцента) кафедри
маркетингу _____

Здобувач

підпис

Петро ЧУЙКО

Науковий керівник,
к.е.н.. доцент

підпис

Ірина ЖАГЛІЙ

Завідувач кафедри

підпис

Людмила ГРИНЕВИЧ

Приклад оформлення титульного аркуша до дипломної роботи

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

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ

КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

Рівень вищої освіти
Спеціальність
Освітня програма
Група

Другий (магістерський)
Маркетинг
Маркетинг
8.03.075.010.23.1

ДИПЛОМНА РОБОТА

на тему: «Назва»

Виконала: студент (-ка) ім'я та прізвище)

Керівник: (вчене звання, посада, ім'я та прізвище)

Рецензент: (вчене звання, посада на підприємстві,
ім'я та прізвище)

Харків – 2023 рік

Приклад оформлення подання голові екзаменаційної комісії

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

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

Направляється студент другого (магістерського) рівня вищої освіти ПРІЗВИЩЕ ім'я до захисту дипломної роботи за спеціальністю 075 «Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг» на тему: Назва.

Тема та керівник дипломної роботи затверджені наказом ректора від «» вересня 2023 року № .

Декан факультету: Володимир ВОВК

Довідка про успішність

ПРІЗВИЩЕ Ім'я за період навчання на факультеті Менеджменту і маркетингу з 2022 року до 2023 року повністю виконав навчальний план за освітньою програмою з таким розподілом оцінок за національною шкалою: відмінно __%, добре __%, задовільно __%.

Секретар факультету: Інна КОЗЛОВА

Висновок керівника дипломної роботи

Студент ПРІЗВИЩЕ Ім'я _____

Дипломна робота рекомендується до захисту в ЕК.

Керівник роботи: Ім'я ПРІЗВИЩЕ

Висновок кафедри про дипломну роботу

Дипломна робота розглянута на засіданні кафедри маркетингу, протокол № від «0)» 00.2023 р. Студент ПРІЗВИЩЕ Ім'я допускається до захисту даної роботи в екзаменаційній комісії.

Завідувач кафедри: Людмила ГРИНЕВИЧ

ЗМІСТ

ВСТУП	5
1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ	7
1.1. Сутність та складові маркетингової комунікаційної політики	7
1.2. Вплив інтернет-технологій на формування маркетингової комунікаційної політики громадських організацій	12
Висновки за розділом 1	17
2 ДІАГНОСТИКА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГО «УКРАЇНСЬКИЙ ФЕШЕН КЛАСТЕР» ТА ЇЇ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ	18
2.1. Загальна характеристика та аналіз діяльності ГО «Український фешен кластер»	18
2.2 Аналіз стану креативних індустрій та діяльності громадських організацій України	23
2.3. Аналіз маркетингової комунікаційної політики ГО «Український фешен кластер»	27
Висновки за розділом 2	33
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ПРОГРАМИ ЗАХОДІВ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ГО «УКРАЇНСЬКИЙ ФЕШЕН КЛАСТЕР» НА ОСНОВІ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ	34
3.1. Обґрунтування можливості удосконалення маркетингової комунікаційної політики на основі інтернет-технологій	34
3.2. Розробка заходів з удосконалення маркетингової комунікаційної політики ГО «Український фешен кластер» на основі інтернет-технологій	38
3.3. Оцінювання ефективності від впровадження запропонованих заходів	44
Висновки за розділом 3	48
ВИСНОВОК	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	51
ДОДАТКИ	56

Приклад оформлення реферату до дипломної магістерської роботи

РЕФЕРАТ

Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи складає ... сторінок, вона містить 14 таблиці, 16 рисунків, 80 використаних джерел та 5 додатків.

Тема роботи: Удосконалення маркетингової комунікаційної політики підприємства.

Актуальність теми... .

Об'єктом дослідження є:

Предметом дослідження є:

Мета роботи полягає в... .

Завданням роботи є:

Наукове значення отриманих результатів полягає у... .

Ключові слова: 5 – 7 слів.

Зміст

Вступ.....	3
1. Підготовка до написання дипломної роботи. Загальні рекомендації до вибору теми, напряму дослідження та складання плану.....	7
1.1. Визначення напряму дослідження і затвердження теми дипломної роботи.....	7
1.2. Складання плану дипломної роботи	9
2. Виконання дипломної роботи.....	10
2.1. Загальні вимоги до структури та змісту дипломної роботи.....	10
2.2. Вимоги до оформлення дипломної роботи.....	24
3. Підготовка та порядок захисту дипломної магістерської роботи.....	35
3.1. Підготовка до захисту дипломної магістерської роботи.....	35
3.2. Порядок захисту дипломної магістерської роботи	37
Рекомендована література.....	38
Додатки.....	40

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

**Методичні рекомендації
до написання дипломних робіт
для здобувачів спеціальності
075 "Маркетинг"
другого (магістерського) рівня**

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Укладачі: **Гриневич** Людмила Володимирівна
Холодний Геннадій Олександрович
Ус Марина Ігорівна

Відповідальний за видання *Л.В. Гриневич*

Редактор

Коректор

План 2024 р. Поз. № 73 ЕВ. Обсяг 47 с.

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

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