

Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет економіки та управління
Кафедра маркетингу

Тетяна Сак
Інна Милько

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ДО ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ**

Луцьк
2025

УДК 339.138:378.147.091.33-027.22(072)

С 15

Рекомендовано до друку науково-методичною радою Волинського національного університету імені Лесі Українки (протокол №1 від 4.09.2025 р.).

Рецензент: *Хомюк Н.Л.* – д.е.н., завідувач кафедри менеджменту, ВНУ імені Лесі Українки.

Сак Тетяна Василівна, Милько Інна Петрівна

С 15 Методичні вказівки до виконання кваліфікаційної роботи . Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2025. 43 с.

Анотація: методична розробка містить вимоги до виконання кваліфікаційної роботи, її структури та технічного оформлення, перелік та зміст основних етапів підготовки, вказівки до проведення захисту.

Рекомендовано здобувачам освіти другого (магістерського) рівня спеціальності Маркетинг освітньої програми «Маркетинг та міжнародна логістика».

УДК 339.138:378.147.091.33-027.22(072)

© Сак Т.В., Милько І.П., 2025 р.

©Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2025

ЗМІСТ

Вступ	4
1. Організація та порядок виконання кваліфікаційної роботи	8
1.1. Порядок визначення та затвердження тематики кваліфікаційних робіт	8
1.2. Порядок призначення та затвердження наукових керівників	9
1.3 Організаційні етапи написання кваліфікаційної роботи	10
1.4. Контроль за виконанням ВКР	11
2. Вимоги до структури та змісту кваліфікаційних робіт	13
3. Вимоги до оформлення кваліфікаційної роботи	17
4. Підготовка, порядок та процедура захисту кваліфікаційних робіт	25
4.1. Попередній захист кваліфікаційних робіт	25
4.2. Рецензування кваліфікаційних робіт	25
4.3. Підготовка роботи до захисту	26
4.4. Захист кваліфікаційних робіт	26
5. Оцінювання кваліфікаційних робіт	28
Рекомендована література	34
Додатки	35

ВСТУП

Освітній компонент «Кваліфікаційна робота» належить до переліку нормативних циклу професійної підготовки магістра та спрямований на формування у здобувачів системи комплексних теоретичних та методичних знань, а також практичних навичок управління маркетинговою та логістичною діяльністю у професійній діяльності та проведення досліджень в умовах невизначеності.

Основне завдання кваліфікаційної роботи – продемонструвати рівень наукової кваліфікації автора, вміння самостійно вести науковий пошук і вирішувати конкретні наукові завдання. Кваліфікаційна робота має узагальнюючий характер, оскільки є завершальним підсумком підготовки за відповідною освітньо-професійною програмою та містить самостійне оригінальне наукове дослідження здобувача освіти, що має практичну цінність для підприємств, організацій, установ, органів місцевого самоврядування тощо.

Написання кваліфікаційної роботи є логічним завершенням теоретичного та практичного навчання здобувачів освіти. Кваліфікаційна робота магістра за спеціальністю 075 Маркетинг є підсумковою самостійно завершеною працею, на підставі виконання та захисту якої здобувач освіти одержує відповідну кваліфікацію. Робота має бути присвячена розв'язанню складної спеціалізованої задачі або практичних проблем в сфері маркетингу і міжнародної логістики.

Метою кваліфікаційної роботи є формування та розвиток у здобувачів вищої освіти здатності до комплексного розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог, обґрунтування управлінських рішень на основі наукових підходів, аналітичних методів та сучасних цифрових інструментів.

Завдання освітнього компонента «Кваліфікаційна робота»:

1. Узагальнити та критично осмислити теоретико-методологічні підходи щодо обраної теми дослідження в галузі маркетингу та логістики.

2. Провести системний аналіз ринку, підприємства та середовища функціонування з використанням сучасних аналітичних методів і цифрових інструментів.

3. Виявити основні проблеми або зони для удосконалення в діяльності підприємства чи логістичної системи.

4. Запропонувати та обґрунтувати ефективні проєктні або управлінські рішення, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності, ефективності маркетингової або логістичної діяльності.

5. Розробити практичні рекомендації щодо впровадження результатів дослідження з урахуванням чинного законодавства, принципів сталого розвитку та цифрової трансформації.

6. Продемонструвати навички академічного письма, оформлення наукових досліджень, самостійної роботи з джерелами та аналітичними даними.

Результати навчання (компетентності).

Інтегральна компетентність: здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

Загальні компетентності:

- ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.
- ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
- ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.
- ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

Спеціальні (фахові) компетентності:

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.

СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.

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.

СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.

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.

СК 10. Здатність планувати, організовувати та оцінювати ефективність логістичної системи.

СК 11. Здатність реалізовувати міжнародні логістичні процеси із урахуванням вимог глобальних ринків.

Програмні результати навчання:

Р1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.

P2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.

P3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

P4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.

P5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.

P6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

P7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

P8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.

P9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

P10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

P11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

P12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.

P13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

P15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

P16. Проводити діагностику ефективності управління маркетинговими та логістичними системами ринкового суб'єкта в умовах транскордонної взаємодії.

P17. Здійснювати управління міжнародними логістичними процесами у глобальних ланцюгах постачання з урахуванням вимог міжнародного ринку.

Soft Skills, що формуються в процесі підготовки та захисту кваліфікаційної роботи: навички критичного мислення, аналітичного підходу до вирішення складних управлінських і маркетингових та логістичних задач, ефективної комунікації, самоорганізації та тайм-менеджменту, вміння працювати з

великими обсягами інформації, презентувати результати дослідження та аргументовано захищати власну позицію.

Освітній компонент «Кваліфікаційна робота» сприяє реалізації таких **Цілей сталого розвитку:**

ЦСР 4 – Якісна освіта: розвиток аналітичних, управлінських, підприємницьких компетентностей через науково-дослідну роботу;

ЦСР 8 – Гідна праця та економічне зростання: вивчення шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств і стимулювання економічної активності громад;

ЦСР 9 – Індустріалізація, інновації та інфраструктура: аналіз ефективності впровадження інновацій у логістичних та маркетингових процесах;

ЦСР 11 – Сталий розвиток міст і громад: розробка рекомендацій для підтримки локального бізнесу та сталого споживання;

ЦСР 12 – Відповідальне споживання і виробництво: оцінка маркетингових стратегій з погляду їхньої екологічності та етичності;

ЦСР 17 – Партнерство заради сталого розвитку: залучення підприємств, органів місцевого самоврядування та громадськості до реалізації результатів дослідження.

1. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ПОРЯДОК ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Вимоги до виконання кваліфікаційної роботи визначені Положенням про випускні кваліфікаційні роботи (проекти), затвердженим Вченою радою ВНУ імені Лесі Українки, протокол № 1 від 25.01.2024 р.

Кваліфікаційна робота повинна представляти закінчену розробку актуальної наукової або прикладної фахової проблеми. Вона повинна:

- бути актуальною, виконаною на рівні сучасних досягнень науки і техніки, мати новизну;
- мати спрямування на вирішення практичних завдань майбутньої професійної діяльності;
- стимулювати в здобувачів творчий пошук нових пріоритетних наукових рішень;
- вимагати опрацювання спеціальної наукової і методичної літератури;
- передбачати вибір оптимальних рішень на основі застосування математичних методів моделювання з використанням сучасних засобів обчислювальної техніки;
- бути пов'язаною з проблематикою наукових досліджень керівника, кафедри, інших наукових підрозділів закладу;
- узагальнювати і розвивати науково-дослідницькі компетенції здобувача освіти.

Виконання ВКР (проекту) має на меті:

- систематизацію, закріплення та поглиблення теоретичних і практичних компетенцій за відповідною галуззю, формування навичок застосування знань під час розв'язання конкретних практичних, науково-методичних і науково-технічних завдань;
- розвиток навичок самостійної науково-дослідної роботи й оволодіння методикою теоретичних, експериментальних та науково-практичних досліджень;
- набуття досвіду з аналізу отриманих результатів досліджень, формулювання нових висновків і положень, набуття досвіду з їх прилюдного захисту.

1.1. Порядок визначення та затвердження тематики кваліфікаційних робіт

Тематика кваліфікаційних робіт повинна відповідати освітньому рівню магістра, галузі знань Управління та адміністрування, спеціальності Маркетинг та ОПП Маркетинг та міжнародна логістика. Перелік тем КР формує кафедра маркетингу, його оновлюють кожного навчального року та затверджують протоколом кафедри і рішенням вченої ради факультету економіки та управління.

Тематику ВКР (проектів) пропонують здобувачам на початку навчального року. Здобувачі мають право запропонувати свою тему з обґрунтуванням доцільності її розробки.

Для затвердження теми КР та призначення наукового керівника здобувач освіти не пізніше як 20 вересня навчального року подає письмову заяву на ім'я декана факультету із зазначенням теми. До 25 вересня теми затверджують на засіданні кафедри, призначають наукових керівників. Заяву здобувача підписують завідувач кафедри маркетингу, науковий керівник та декан факультету економіки та управління; заяву зберігають на кафедрі.

(Додаток А. Форма заяви про затвердження теми КР)

Не пізніше як 1 грудня першого року навчання поточного навчального року загальний перелік тем усіх ВКР, які виконуватимуть на кафедрі, затверджує вчена рада факультету економіки та управління.

Уточнення у формулюванні затвердженої теми може бути внесене лише за згодою наукового керівника і затверджене на засіданні кафедри і раді факультету.

Довільна зміна здобувачами освіти теми КР не допускається.

Основні критерії вибору теми кваліфікаційного дослідження:

- актуальність, елементи новизни і перспективність обраної теми;
- ступінь вивчення теми попередниками;
- наявність доступної для здобувача і достатньої для розкриття теми джерельної бази;
- можливість виконання теми на кафедрі маркетингу;
- зв'язок теми з конкретними науковими планами та довгостроковими програмами кафедри;
- можливість отримання від впровадження результатів дослідження науково-освітнього ефекту;
- особисті наукові інтереси здобувача освіти.

1.2. Порядок призначення та затвердження наукових керівників

Науковими керівниками КР призначають висококваліфікованих фахівців кафедри з числа професорів і доцентів.

Науковий керівник роботи:

- допомагає здобувачеві обрати найбільш перспективний і актуальний напрям кваліфікаційного дослідження;

- знайомить здобувача з вимогами щодо підготовки та захисту кваліфікаційної роботи;
- рекомендує здобувачеві необхідну наукову літературу та джерела з теми роботи;
- регулярно надає консультації;
- стежить за ходом написання роботи, контролює своєчасне подання роботи до захисту в ЕК;
- надає допомогу здобувачеві в підготовці роботи до захисту;
- складає відгук на кваліфікаційну роботу та розкриває її зміст під час виступу на захисті кваліфікаційної роботи на засіданні ЕК.

1.3 Організаційні етапи написання кваліфікаційної роботи

Організаційно процес написання КР включає такі етапи:

- *підготовчий*, який починають з вибору теми. Здобувач повинен ознайомитися зі станом вивченості проблеми, провести необхідний огляд та аналіз аналогічних розробок;
- *основний*, який реалізують відповідно до вимог щодо організації наукового дослідження; він передбачає збирання фактичного матеріалу, його систематизацію, класифікацію, інтерпретацію, написання тексту роботи відповідно до її плану, формулювання висновків та рекомендацій, бажано – підготовку публікацій із теми дослідження;
- *оформлювальний*, який здійснюють під час проходження переддипломної практики і завершують орієнтовно за місяць до захисту кваліфікаційної роботи на засіданні ЕК.
- На цьому етапі робота повинна бути повністю виконана та перевірена керівником;
- *підсумковий*, який включає отримання відгуку керівника та рецензії від кваліфікованого спеціаліста відповідного профілю, як правило, з іншої організації або установи; проведення попереднього захисту на кафедрі, отримання рекомендації кафедри про допуск до захисту, подання роботи до ЕК.

Зміст основних етапів написання кваліфікаційної роботи наведені у таблиці 1.

Таблиця 1

Зміст основних етапів написання кваліфікаційної роботи

Етапи написання кваліфікаційної роботи	Зміст та завдання етапів
1 Етап. Підготовчий	Вибір теми дослідження і наукового керівника, що закріплюється, відповідно до заяви здобувача освіти. Формування і погодження з науковим керівником завдання на виконання кваліфікаційної роботи. Складання плану кваліфікаційної роботи відповідно до отриманого завдання.
2 Етап. Основний	Збирання фактичного матеріалу, його систематизація, класифікація, інтерпретація, написання тексту роботи відповідно до її плану, формулювання висновків та рекомендацій, бажано – підготовка публікацій із теми

	дослідження.
2.1. Теоретико-методичний	Написання першого розділу кваліфікаційної роботи. Узагальнення наукових підходів, понятійного апарату та ключових категорій, пов'язаних із темою дослідження. Проведення теоретико-методичного аналізу новітніх положень сучасної науки щодо предмета дослідження. Дослідження сучасних методів аналізу, моделей, принципів та концепцій у сфері маркетингу та логістики щодо предмету вивчення. Обґрунтування вибору методологічної основи для проведення аналітичного та проєктного дослідження.
2.2. Аналітичний	Написання другого розділу кваліфікаційної роботи. Дослідження стану господарської діяльності об'єкта дослідження. Проведення аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища функціонування підприємства або громади. Проведення маркетингового аналізу за темою кваліфікаційної роботи. Виявлення проблем, тенденцій і можливостей розвитку на основі зібраних даних та оцінювання їх впливу на ефективність діяльності.
2.3. Проєктно-рекомендаційний	Написання третього розділу кваліфікаційної роботи. Узагальнення результатів аналізу та визначення стратегічних напрямів удосконалення маркетингових або логістичних процесів. Розроблення проєкту, конкретних рекомендацій, заходів або інструментів щодо підвищення ефективності діяльності об'єкта дослідження (підприємства, організації, громади). Дослідження очікуваних результатів реалізації запропонованих рішень і надання їх соціально-економічного обґрунтування, ефективності проєкту.
3 Етап. Оформлювальний	Оформлення роботи та списку літератури відповідно до вимог. Перевірка кваліфікаційної роботи на плагіат. Здійснюють під час проходження виробничої практики і завершують за місяць до захисту кваліфікаційної роботи на засіданні ЕК. На цьому етапі робота повинна бути повністю виконана та перевірена керівником.
4 Етап. Підсумковий	Отримання відгуку керівника та рецензії від кваліфікованого спеціаліста відповідного профілю, як правило, з іншої організації або установи; проведення попереднього захисту на кафедрі, отримання рекомендації кафедри про допуск до захисту, подання роботи до ЕК.

1.4. Контроль за виконанням ВКР

Безпосередній контроль за виконанням кваліфікаційної роботи здійснює науковий керівник.

Інформацію наукових керівників про хід виконання здобувачами КР заслуховують на засіданні кафедри маркетингу двічі протягом навчального

року (визначають, як здобувач справляється з роботою, які у нього виникають труднощі та яких заходів треба вжити для їх подолання).

Кафедра має право не пізніше ніж за 20 днів до початку екзаменів рекомендувати відсторонення здобувача освіти від виконання роботи з причин його неорганізованості чи недисциплінованості, що обов'язково фіксують у рішенні кафедри. Це підстава для порушення клопотання про відрахування здобувача за невиконання навчального плану.

2. ВИМОГИ ДО СТРУКТУРИ ТА ЗМІСТУ КВАЛІФІКАЦІЙНИХ РОБІТ

Структура кваліфікаційної роботи визначається завданнями і проблематикою дослідження. Робота повинна містити такі складові.

Титульний аркуш є першою сторінкою кваліфікаційної роботи. Зразок титульного аркушу наведено в додатку В.

Анотація (українською і іноземною мовами). В анотації подають прізвище та ініціали автора і тему роботи; стислий виклад результатів дослідження із зазначенням наукової новизни та за наявності практичного значення; ключові слова (у називному відмінку, у рядок через кому). Обсяг анотації не повинен перевищувати 3 сторінки (кожна обсягом 1900-2000 знаків з пробілами), ключовими словами /словосполученнями).

Зміст подають на другій сторінці кваліфікаційної роботи. Зміст кваліфікаційної роботи містить назви розділів (підрозділів) згідно з планом та сторінки, на яких вони розміщені. Заголовки змісту повинні точно повторювати заголовки тексту. Скорочувати або подавати їх в іншому формулюванні, послідовності порівняно із заголовками у тексті не допускається. Зразок змісту наведено в додатку Д.

Перелік умовних позначень, символів, одиниць і термінів. Такий перелік доцільно наводити, якщо в роботі вжито специфічну термінологію, маловідомі скорочення, нові символи тощо. Перелік друкують двома колонками, у яких ліворуч за абеткою наводять скорочення, праворуч – їх детальне розшифрування. Якщо спеціальні терміни, символи, позначення і таке інше повторюються менше як три рази, перелік не складають, а їх пояснення наводять у тексті у випадку першого згадування.

Вступ включає актуальність теми, її наукову новизну, мету і завдання, об'єкт і предмет дослідження, практичне значення отриманих результатів, апробацію результатів. Обсяг вступу не повинен перевищувати 2-4 сторінок.

Актуальність теми. Шляхом критичного аналізу та порівняння з відомими вже підходами до розв'язання проблеми обґрунтовують актуальність і доцільність роботи для розвитку відповідної галузі науки. Якщо роботу виконують у системі досліджень кафедри (відділу, організації тощо), коротко визначають зв'язок вибраного напрямку з планами організації, галузевими, державними планами та програмами. Обов'язково потрібно зазначити роль автора у виконанні цих науково-дослідних завдань.

Наукова новизна. Вона полягає не просто в залученні до наукового обігу нового ілюстративного матеріалу, а в глибшому, ніж у працях попередників, його аналізові, в узагальненні відомих досліджень з обраної проблеми та порушенні нових питань. Варто коротко викласти наукові положення, запропоновані автором особисто, показати, в чому полягає відмінність отриманих результатів від уже відомих, схарактеризувати ступінь новизни («вперше отримано», «удосконалено», «уточнено», «дістало подальший розвиток» тощо).

Мета і завдання дослідження. Формулюють мету роботи і конкретні завдання, які необхідно розв'язати для досягнення поставленої мети.

Мета – це кінцевий науковий результат, якого прагне досягти автор роботи в процесі власного дослідження.

Завдання – це конкретні шляхи, засоби досягнення поставленої мети.

Об'єкт дослідження – це процес або явище, яке породжує проблемну ситуацію.

Предмет дослідження знаходиться в межах об'єкта і становить частину від цілого (тобто об'єкта).

Об'єкт і предмет співвідносяться як загальне і часткове. В об'єкті виділяють ту його частину, яка й стане предметом дослідження. Саме на предмет спрямована увага автора, оскільки він має визначати назву роботи.

Матеріал дослідження. Окреслити джерела фактичного матеріалу, який опрацьовано в роботі.

Практичне значення одержаних результатів. Потрібно подати відомості про використання результатів роботи або рекомендації щодо їх використання із зазначенням певної галузі, теоретичного або практичного освітнього курсу та ін. Стисло повідомляють про впровадження результатів дослідження, назвавши організації, у яких здійснено реалізацію, її форми. Зазвичай впровадження оформлюють актом, підписаним представниками організацій, які використовують впроваджені матеріали.

Апробація результатів та публікації. Якщо автор брав участь у наукових конференціях, семінарах, засіданнях наукового гуртка з оголошенням результатів своєї роботи та має цьому підтвердження (опубліковані тези, статті або програму конференції за темою роботи), то зазначити їх назву, рік та місце проведення, а також вказати публікації з теми дослідження.

Основна частина. Складається з розділів, підрозділів, пунктів та підпунктів. Структура основної частини роботи повинна розкривати реалізацію завдань кваліфікаційної роботи. У розділах основної частини подають: огляд джерел (літератури) за темою і вибір напрямків досліджень, виклад загальної методики та основних напрямів досліджень, експериментальну частину і методику, проведені теоретичні або експериментальні дослідження, аналіз і узагальнення результатів. Основний зміст кваліфікаційної роботи містить ґрунтовний виклад матеріалу дослідження та складається з 3 розділів і підрозділів до них.

Теоретико-методичний розділ

У першому розділі систематизується науково-теоретична база обраної теми, подається огляд сучасних літературних джерел, вітчизняних і зарубіжних досліджень, статистичних публікацій, нормативних документів та аналітичних матеріалів, пов'язаних із проблематикою маркетингу та логістики. Виконується порівняльний аналіз наукових підходів до вирішення поставленої проблеми, висвітлюються еволюція наукових поглядів і сучасні тенденції розвитку відповідної сфери. Визначаються теоретичні засади, класифікаційні характеристики й методичні підходи до аналізу досліджуваних процесів.

Аргументується авторське бачення проблеми, обґрунтовується вибір інструментарію, що буде застосований у подальших розділах, вивчається зарубіжний досвід. Теоретичне узагальнення дає підґрунтя для формування власного дослідницького підходу та забезпечує логічний перехід до емпіричної частини.

Рекомендований обсяг 1 розділу роботи становить 12-15 сторінок друкованого тексту.

Аналітичний розділ

Другий розділ фокусується на дослідженні фактичного стану маркетингових і/або логістичних процесів на рівні підприємства, регіону або громади. Проводиться аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища об'єкта дослідження з використанням обраних методів і моделей: аналітичних, статистичних, соціологічних, комп'ютерних тощо. Представляються результати маркетингового дослідження, здійснюється поглиблений аналіз отриманих даних, виявляються ключові закономірності, проблеми, ризики та резерви розвитку. У процесі аналізу встановлюються функціональні зв'язки між змінними, оцінюється ефективність поточних управлінських рішень, формуються проміжні висновки, які слугують підґрунтям для формування практичних рекомендацій. Аналітичний розділ містить візуальні матеріали (таблиці, діаграми, графіки), які супроводжуються тлумаченням і висновками.

Рекомендований обсяг 2 розділу роботи становить 20-25 сторінок друкованого тексту.

Проектно-рекомендаційний розділ

На основі проведеного аналізу у третьому розділі розробляються конкретні пропозиції щодо вдосконалення маркетингової або логістичної діяльності. Формується стратегічне бачення вирішення проблемної ситуації на основі інноваційних підходів, новітніх інструментів маркетингу, логістичного менеджменту та цифрової аналітики. Пропозиції відображають системний підхід до управління: визначаються цілі, ресурси, очікувані результати, критерії ефективності, механізми впровадження. У цій частині здобувач освіти узагальнює результати дослідження та розробляє комплексну інноваційну маркетингову стратегію для вирішення визначеної проблемної ситуації на підприємстві. Особлива увага приділяється розробці маркетингового проєкту, спрямованого на підвищення конкурентоспроможності та ефективності діяльності підприємства. Також можливе проєктування організаційних змін, які супроводжують впровадження запропонованих заходів. Пропонуються управлінські механізми й маркетингові інструменти, здатні забезпечити реалізацію проєкту й досягнення позитивних змін. Обґрунтовується соціально-економічна доцільність і очікуваний вплив запропонованих рішень. Рекомендації мають бути узгодженими з теоретичною та аналітичною частинами, логічно витікати з результатів дослідження та відповідати стратегічним пріоритетам розвитку об'єкта дослідження.

Рекомендований обсяг 3 розділу роботи становить 12-15 сторінок друкованого тексту.

Висновки. У висновках узагальнюються основні теоретичні положення, викладені у роботі, результати дослідження оцінюються з погляду досягнення мети та виконання поставлених завдань. Формулюються підсумкові висновки, які відображають наукову новизну, практичну цінність та перспективи подальших досліджень. У висновках не повинно з'являтися нових пропозицій – лише узагальнення вже представленого в попередніх розділах.

Рекомендований обсяг загального висновку до роботи – 2-4 сторінки друкованого тексту.

Список використаних джерел. Список використаної літератури оформляється відповідно до Національного стандарту України «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання. ДСТУ 8302:2015».

Перелік джерел слід розміщувати в списку в алфавітному порядку прізвищ перших авторів або заголовків. Якщо список містить посилання на літературу та джерела, записані як кириличними літерами, так і латинськими, то спочатку потрібно подавати ті, які записані кирилицею, а потім латиницею (за абеткою).

Кількість використаних джерел у кваліфікаційній роботі не повинна бути меншою 50 одиниць.

Додатки містять різний за змістом допоміжний матеріал, який має додаткове, довідкове значення, але необхідний для повного висвітлення теми дослідження: фінансова звітність підприємства; таблиці допоміжних цифрових даних; проміжні математичні доведення і розрахунки; інструкції і методики вирішення певних проблемних питань; ілюстрації допоміжного характеру. За формою це можуть бути: текст, таблиця, рисунок, веб-сайт тощо. На кожен додаток повинно бути посилання у тексті.

Супровідні документи: завдання на кваліфікаційну роботу (зразок наведено в додатку Б), рецензія на кваліфікаційну роботу, результати перевірки роботи на плагіат; подання голові ЕК на кваліфікаційну роботу.

Загальний обсяг кваліфікаційної роботи має становити 50–60 сторінок (без списку використаних джерел та додатків).

3. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНИХ РОБІТ

Загальні вимоги до оформлення кваліфікаційних робіт

Вимоги до змісту та оформлення кваліфікаційних робіт подані в Положенні про випускні кваліфікаційні роботи (проєкти) (<https://surli.cc/eahpbw>).

КР виконують на аркушах білого паперу формату А 4 (210x297 мм).

Основний текст роботи друкують з одного боку аркуша з інтервалом 1,5 шрифтом Times New Roman, розмір шрифту – 14. Абзацний відступ – 1,25 мм. Текст необхідно друкувати, залишаючи береги таких розмірів: лівий – 30 мм, верхній, нижній – 20 мм, правий – 10 мм. У тексті документа необхідно дотримуватися рівномірної щільності, контрастності та чіткості зображення.

Помилки, описки та графічні неточності можна виправляти підчищенням або зафарбуванням білою фарбою і нанесенням на тому самому місці виправленого тексту (графіки) машинописним способом або від руки. Виправлення повинно бути чорного кольору.

Роботу подають до захисту в переплетеному вигляді.

КР виконують українською мовою, на ОПП з іноземних мов – відповідно до специфіки.

Текст КР повинен бути стислий, точний та логічно послідовний. Текст викладають, дотримуючись норм чинного українського правопису (зі змінами і доповненнями 2019 р.), використовуючи мовні засоби наукового стилю. Потрібно користуватися усталеною лексикою, наявною в академічних словниках, дотримуватися прийнятої наукової термінології, умовних символів та скорочень, уникати діалектизмів, засобів художнього стилю, нових запозичень тощо.

Оформлення розділів (підрозділів)

Текст основної частини поділяють на розділи, підрозділи, пункти і підпункти. Заголовки структурних частин ЗМІСТ, ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ, ВСТУП, РОЗДІЛ, ВИСНОВКИ, СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ, ДОДАТКИ друкують великими літерами симетрично до тексту. Заголовки підрозділів друкують маленькими літерами (крім першої великої) з абзацу. Крапку в кінці заголовка не ставлять. Якщо заголовок складається з кількох речень, їх розділяють крапкою. Заголовки пунктів друкують маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу.

Кожну структурну частину роботи починають із нової сторінки (крім назв підрозділів і пунктів у межах розділу).

Не допускати розташування назв розділів, підрозділів, а також пунктів і підпунктів у нижній частині сторінки, якщо після неї йде лише один рядок тексту.

Відстань між заголовком (за винятком заголовка пункту) та текстом повинна дорівнювати 3-4 інтервалам.

Зразок оформлення:

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність та система управління маркетинговою діяльністю підприємства

У сучасних умовах конкурентного середовища маркетингова діяльність підприємства відіграє ключову роль у забезпеченні його стабільного розвитку та формуванні довгострокових переваг. Ефективне управління маркетингом дозволяє не лише задовольняти потреби споживачів, а й активно впливати на ринкові процеси, формуючи попит і зміцнюючи позиції підприємства на ринку. Сутність управління маркетинговою діяльністю полягає в цілеспрямованому використанні принципів, методів і інструментів маркетингу для досягнення стратегічних і тактичних цілей бізнесу.

Нумерація

Нумерацію сторінок, розділів, підрозділів, пунктів, підпунктів, малюнків, таблиць, формул подають арабськими цифрами без №.

Перша сторінка випускної кваліфікаційної роботи – титульний аркуш, який включають до загальної нумерації сторінок. На титульному аркуші номер сторінки не ставлять, на наступних сторінках номер проставляють у правому верхньому куті сторінки без крапки в кінці.

ЗМІСТ, ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ, ВСТУП, РОЗДІЛ, ВИСНОВКИ, СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ, ДОДАТКИ не мають порядкового номера. Інші розділи, підрозділи, пункти, підпункти нумерують арабськими цифрами. Номер розділу ставлять після слова РОЗДІЛ, після номера крапку не ставлять, потім з нового рядка друкують заголовок розділу. Підрозділи повинні мати порядкову нумерацію в межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу й порядкового номера підрозділу, відокремленого крапкою. Після номера підрозділу (підпункту) ставлять крапку (наприклад: 1.1.; 1.3.; 1.2.4.). Пункти нумерують у межах кожного підрозділу. Номер пункту складається з порядкових номерів розділу, підрозділу, пункту, між якими ставлять крапку. У кінці номера повинна стояти

крапка, наприклад: «1.3.2.» (другий пункт третього підрозділу першого розділу). Потім у тому самому рядку наводять заголовок пункту.

Усі аркуші, на яких розміщені згадані структурні частини, нумерують звичайно. Рисунки і таблиці, розміщені на окремих сторінках, включають до загальної нумерації сторінок документа.

Вимоги до оформлення ілюстрацій, таблиць, формул і додатків

Ілюстрації (креслення, рисунки, графіки, схеми, діаграми, фотознімки) потрібно розташовувати безпосередньо після тексту, де їх згадано вперше, або на наступній сторінці. На всі ілюстрації повинні бути покликання в тексті.

Якщо ілюстрації створені не автором роботи, необхідно зробити певні покликання, дотримуючись вимог чинного законодавства щодо авторських прав.

Креслення, рисунки, графіки, схеми, діаграми повинні відповідати вимогам державних стандартів.

Ілюстрації повинні мати назву, яку розташовують безпосередньо під зображенням. За необхідності під ілюстрацією розміщують пояснювальні дані (надпис під рисунком). Ілюстрації позначають словом «Рисунок...», яке разом із назвою ілюстрації розташовують після пояснювальних даних. Наприклад: «Рисунок 4.2. Діаграма розвитку...» або «Рис. 4.2. Діаграма розвитку...».

Ілюстрації потрібно нумерувати арабськими цифрами порядковою нумерацією в межах розділу, за винятком ілюстрацій, наведених у додатках. Номер ілюстрації складається з номера розділу та порядкового номера ілюстрації, відокремлених крапкою, наприклад, другий рисунок третього розділу позначається як «Рисунок 3.2» або «Рис. 3.2».

Покликання на ілюстрації роботи вказують порядковим номером ілюстрації, наприклад, «Рис. 1.2».

Зразок оформлення:

Алгоритм розробки стратегії маркетингу підприємства зображений на рисунку 1.3.

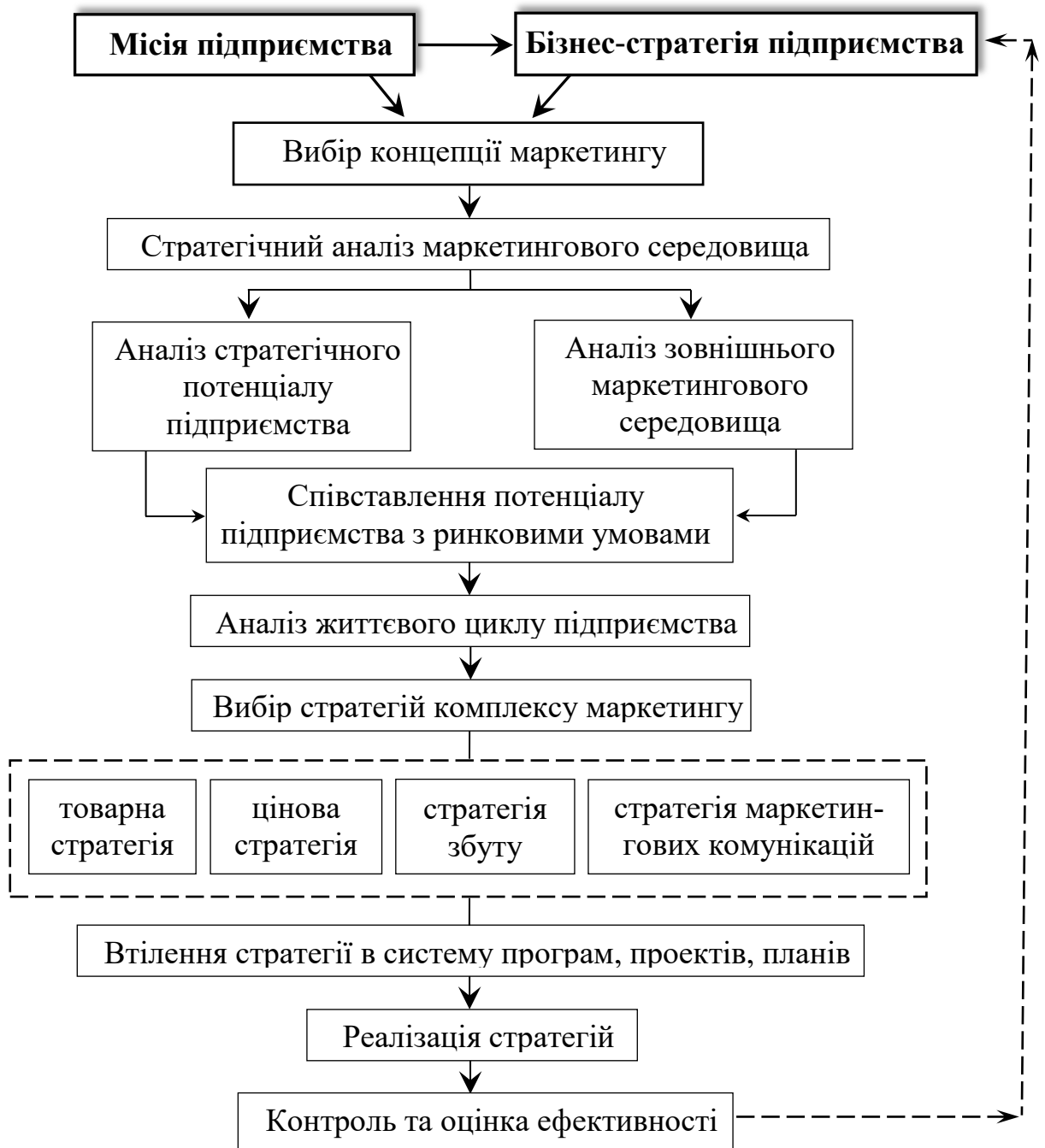


Рис. 1.3. Послідовність розробки стратегій маркетингу підприємства

Примітка: систематизовано на основі [24; 36]

Таблиці. Цифровий матеріал здебільшого оформлюють у вигляді таблиць. Таблицю варто розташовувати безпосередньо після тексту, у якому її згадано вперше, або на наступній сторінці. На всі таблиці повинні бути покликання в тексті.

Таблиці потрібно нумерувати арабськими цифрами порядковою нумерацією в межах розділу (за винятком додатків). Номер таблиці складається з номера розділу й порядкового номера таблиці, відокремлених крапкою. Наприклад: друга таблиця третього розділу позначається як «Таблиця 3.2».

Слово «Таблиця» вказують один раз праворуч над першою частиною таблиці. Якщо таблиця переходить на наступну сторінку, то над іншими частинами пишуть «Продовження таблиці» із зазначенням номера.

Кожна таблиця повинна мати назву, яку розміщують над таблицею і друкують симетрично до тексту. Назву і слово «Таблиця» починають з великої літери. Назву не підкреслюють.

Заголовки таблиці починають з великої літери, а підзаголовки – з малої, якщо вони становлять одне речення із заголовком. Підзаголовки, які мають самостійне значення, пишуть з великої літери. У кінці заголовків і підзаголовків таблиць крапки не ставлять. Заголовки й підзаголовки граф зазначають в однині. Таблицю з великою кількістю рядків можна переносити на інший аркуш. У випадку перенесення таблиці на інший аркуш (сторінку) назву вміщують тільки над її першою частиною. Таблицю з великою кількістю граф можна ділити на частини і розміщувати одну частину під іншою в межах одної сторінки. Якщо рядки або графи таблиці виходять за формат сторінки, то в першому випадку в кожній частині таблиці повторюють її головку, в другому випадку – боковик.

На всі таблиці повинні бути покликання в тексті; у цьому випадку слово «таблиця» в тексті пишуть скорочено, наприклад: «...у табл. 1.» У повторних покликаннях на таблиці та ілюстрації треба вказувати скорочено слово «дивись», наприклад: «див. табл. 1.3».

Зразок оформлення:

Основні техніко-економічні показники підприємства у 2022-2024 рр. наведені в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Основні техніко-економічні показники підприємства у 2022-2024 рр.

Показники	Роки			Відхилення			
				+/-		%	
	2022	2023	2024	2023/ 2022	2024/ 2023	2023/ 2022	2024/ 2023
1	2	3	4	5	6	7	8
Чиста виручка від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	17091	24559	28578	7468,00	4019,00	43,70	16,36
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	14655	20250	21525	5595,00	1275,00	38,18	6,30
Витрати на 1 грн. реалізованої продукції, грн.	0,86	0,82	0,75	-0,03	-0,07	-3,84	-8,65
Валовий прибуток (+) або збиток (-) звітного періоду, тис. грн.	2436	4309	7053	1873,00	2744,00	76,89	63,68

Продовження табл. 2.3

1	2	3	4	5	6	7	8
Фінансові результати від звичайної діяльності, тис. грн.	-2285	-269	1078	2016,00	1347,00	-88,23	-500,74
Чистий прибуток (+), збиток (-), тис. грн.	-2285	-269	1079	2016,00	1348,00	-88,23	-501,12
Середньооблікова чисельність штатних працівників, осіб	99	106	100	7,00	-6,00	7,07	-5,66
Дебіторська заборгованість, тис. грн.	674	2108	0	1434,00	-2108,00	212,76	-100,00
Кредиторська заборгованість, тис. грн.	234	291	356	57,00	65,00	24,36	22,34

Примітка: розраховано за даними звітності підприємства

Формули та рівняння розташовують безпосередньо після тексту, у якому їх уперше згадано, посередині сторінки. Вище й нижче кожної формули повинно бути залишено не менше як один вільний рядок.

Формули та рівняння в тексті нумерувати в межах розділу. Номер формули або рівняння складається з номера розділу й порядкового номера формули (рівняння), відокремлених крапкою.

Наприклад: третя формула першого розділу позначається як «(1.3)». Номер формули зазначають на рівні формули в дужках у крайньому правому положенні у рядку.

Пояснення значень кожного символу й числового коефіцієнта потрібно давати з нового рядка.

Перший рядок пояснень починають з абзацу словом «де» без двокрапки.

Покликання на формули вказують порядковим номером формули в дужках, наприклад «... у формулі (2.1)».

Зразок оформлення:

$$Q_r = \frac{FC}{P - V}, \quad (2.1)$$

де Q_r – обсяг виробництва продукції у натуральній формі, що покриває витрати;

FC – величина умовно-постійних витрат, грн;

P – ціна одиниці продукції, грн;

V – змінні витрати на одиницю продукції, грн.

У **додатках** розміщують матеріал, який не може бути послідовно розташований в основній частині через великий обсяг, суто технічний характер або неможливість відтворення (викладений на папері іншого формату). У додатки можуть бути внесені окремі ілюстрації, таблиці, схеми тощо.

Додатки потрібно оформлювати як продовження рукопису на подальших сторінках, розташовуючи відповідно до появи покликань на них у тексті. Додатки повинні мати спільну з рукописом наскрізну нумерацію сторінок.

Додатки позначають послідовно великими літерами українського алфавіту, за винятком Г, Ґ, Є, І, Ї, Й, О, Ч, Ь. Наприклад: Додаток А; Додаток Б. Якщо у тексті один додаток, то його позначати як Додаток А.

Ілюстрації, таблиці, формули та рівняння в тексті додатків нумерують у межах кожного додатка. Наприклад: третій рисунок Додатка А позначається як «Рисунок А.3» тощо.

Загальні правила цитування та покликання на використані джерела

У процесі написання ВКР здобувач повинен давати покликання на джерела, матеріали або окремі результати, які наведено в дослідженні чи на ідеях і висновках яких розроблено проблеми, завдання, задачі, питання, вивченню яких присвячена робота. Такі покликання дають змогу відшукати документи і перевірити достовірність відомостей про цитування документа, дають необхідну інформацію щодо нього, допомагають з'ясувати його зміст, мову тексту, обсяг. Покликатися потрібно на останні видання публікацій. На більш ранні видання можна давати покликання лише в тих випадках, коли в них наявний матеріал, який не включено до останнього видання.

Покликання подають у тексті роботи у квадратних дужках – [14, с. 20] , де перша цифра – номер джерела у списку літератури, а друга – номер сторінки.

Запозичені висловлювання обов'язково беруть у лапки (оформлювати у вигляді цитати) та покликаються на першоджерело. Порушення цих вимог може призвести до кваліфікації дій автора як плагіату і, як наслідок, до недопущення роботи до захисту.

Науковий етикет вимагає точно відтворювати цитований текст. Пряме цитування конкретного джерела не повинно перевищувати 1–2 абзаців. Кількість прямих цитат на одній сторінці роботи не повинна перевищувати 2–3. Не потрібно подавати цитати у висновках.

Загальні вимоги до цитування такі:

а) текст цитати починають і закінчують лапками і наводять у тій граматичній формі, у якій він поданий у джерелі, із збереженням особливостей авторського написання. Наукові терміни, запропоновані іншими авторами, не виділяють лапками, за винятком тих, які викликали загальну полеміку. У цих випадках використовують слова «так званий»;

б) цитування повинне бути повним, без довільного скорочення авторського тексту і без перекручень думок автора. Пропуск слів, речень, абзаців при цитуванні не допускають;

в) кожную цитату обов'язково супроводжують покликанням на джерело;

г) під час непрямого цитування (переказу, викладу думок інших авторів своїми словами) потрібно бути гранично точним, коректним щодо оцінювання його результатів і давати відповідні покликання на джерело;

д) цитування не повинно бути ні надмірним, ні недостатнім.

4. ПІДГОТОВКА, ПОРЯДОК ТА ПРОЦЕДУРА ЗАХИСТУ КВАЛІФІКАЦІЙНИХ РОБІТ

4.1. Попередній захист кваліфікаційних робіт

КР проходять попередній захист на засіданні кафедри маркетингу за встановленим графіком, але не пізніше ніж за три тижні до захисту.

Попереднім захистом кваліфікаційної роботи за рішенням кафедри можна вважати виступ здобувача освіти на наукових конференціях різного рівня.

На попередній захист здобувач повинен подати віддрукований та перевірений науковим керівником текст роботи.

Захист проводять на засіданні кафедри за обов'язкової присутності завідувача кафедри та наукового керівника. Процедура передбачає такі етапи:

- виступ автора КР з повідомленнями про основні положення роботи;
- детальні відповіді здобувача на усні та письмові запитання членів кафедри щодо змісту й суті роботи;
- виступ наукового керівника (консультанта) про якість виконання роботи, про можливість допуску роботи до захисту перед ЕК.

Кафедра робить висновок про готовність роботи до захисту перед ЕК, встановлює час роботи над зауваженнями та термін подання роботи, оформленої згідно з вимогами, на кафедрі.

Висновок-витяг із засідання кафедри – підстава для допуску роботи до захисту перед ЕК.

***Додаток Е.** Подання голові ЕК щодо захисту КР* На цьому самому засіданні кафедри затверджують рецензентів кваліфікаційної роботи.

4.2. Рецензування кваліфікаційних робіт

Рецензування КР проводять висококваліфіковані спеціалісти виробничих, наукових і проектних організацій, викладачі, які є фахівцями з певної спеціальності та, як правило, працюють в інших освітніх закладах. Склад рецензентів затверджує декан факультету економіки та управління за поданням завідувача кафедри маркетингу. Рецензент КР будь-якого освітнього рівня не повинен бути співробітником кафедри, кваліфікаційну роботу якої він рецензує. Не дозволено також призначення керівників кваліфікаційних робіт для взаємного рецензування робіт.

Рецензія має бути об'єктивною, відображати як позитивні, так і негативні сторони роботи й містити оцінку за прийнятою шкалою оцінювання знань здобувачів. Особливу увагу в ній потрібно звернути на:

- актуальність теми;
- вміння застосовувати теоретичні знання для вирішення конкретних практичних завдань;
- наявність у роботі особистих пропозицій і рекомендацій, їх новизну, перспективність, практична цінність;
- достовірність результатів і обґрунтованість висновків дипломника;
- стиль викладу й оформлення роботи;

- недоліки.

Рецензія не повинна дублювати відгук керівника, тому що відгук керівника – це в основному характеристика професійних якостей випускника та його роботи у процесі проектування, а рецензія – це характеристика якості безпосередньо кваліфікаційної роботи. Рецензія повинна містити рекомендовану оцінку роботи за бальною та розширеною лінгвістичною шкалою («відмінно», «дуже добре», «добре», «достатньо», «задовільно», «незадовільно»).

Здобувач освіти має право заздалегідь ознайомитися із текстом рецензії. Негативна рецензія не є підставою для відхилення роботи від її захисту.

Додаток Ж. Орієнтовна форма рецензії на КР

4.3. Підготовка роботи до захисту

Не пізніше ніж за десять днів до захисту здобувач освіти подає на кафедру маркетингу для реєстрації:

- виконану кваліфікаційну роботу разом з анотацією українською (для бакалаврів), українською та іноземною (іноземними) мовами (кожна обсягом 1900–2000 знаків з пробілами) для магістрів, ключовими словами /словосполученнями;
- письмову рецензію на КР з рекомендованою оцінкою;
- звіт про перевірку КР на наявність/відсутність академічного плагіату за допомогою рекомендованого Університетом програмного забезпечення.

Завантаження КР в інституційний репозитарій ВНУ імені Лесі Українки здійснює відповідальна особа кафедри маркетингу не пізніше, ніж за п'ять днів до захисту кваліфікаційних робіт.

4.4. Захист кваліфікаційних робіт

На захист кваліфікаційної роботи у ЕК подають:

- зброшурований примірник кваліфікаційної роботи з поданням голові ЕК щодо захисту ВКР (містить довідку про успішність, висновок наукового керівника з характеристикою діяльності випускника під час виконання ним ВКР (проекту), висновок кафедри про ВКР);
- письмову рецензію на КР з зазначенням рекомендованої оцінки;
- антиплагіатний висновок;
- навчальну картку здобувача освіти;
- зведену відомість про виконання здобувачами навчального плану і одержані ними оцінки з освітніх компонентів, завірену деканом факультету (директором інституту). Крім цього, ЕК до захисту КР можуть бути подані:
- опубліковані статті, тези, програми конференцій за темою роботи, у яких автор брав участь;
- макети;
- зразки матеріалів і виробів;
- документи, які вказують на практичне застосування роботи тощо.

Захист проводять на відкритому засіданні ЕК. На захисті можуть бути присутні та брати участь в обговоренні всі охочі, не порушуючи порядку й процедури захисту. Процедура захисту включає:

- доповідь здобувача освіти про зміст роботи;
- запитання до автора;
- оголошення відгуку наукового керівника та рецензента;
- відповіді здобувача на запитання членів ЕК та осіб, присутніх на захисті;
- заключне слово здобувача освіти;
- рішення комісії про оцінку роботи.

У доповіді здобувачу освіти варто висвітлити такі важливі питання: обґрунтування актуальності теми дослідження; мета, завдання, об'єкт, предмет дослідження; що вдалося встановити, виявити, довести; якими методами це досягнуто; елементи новизни у теоретичних положеннях та в практичних рекомендаціях; з якими труднощами довелося зіткнутися в процесі дослідження, які положення не знайшли підтвердження.

У виступі повинні міститися також відповіді на основні зауваження наукового керівника та рецензента. Доповідь здобувача не повинна перевищувати за часом 10–15 хвилин. Для кращого сприйманий присутніми матеріалу бажано підготувати презентацію або виготовити необхідні таблиці, діаграми, графіки. Під час захисту ВКР здобувач повинен дати вичерпні відповіді на всі зауваження у відгуках та рецензіях, а також у виступах на захисті.

Оцінку за результатами захисту КР виставляють після закритого обговорення в ЕК, фіксують у протоколі ЕК та оголошують (голова ЕК) на відкритому засіданні.

Тривалість захисту однієї КР не повинна перевищувати 30 хвилин.

5. ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНИХ РОБІТ

Політика керівника кваліфікаційної роботи щодо здобувача освіти.

Безпосередній контроль за виконанням кваліфікаційної роботи здійснює науковий керівник. Науковий керівник роботи: допомагає здобувачеві обрати найбільш перспективний і актуальний напрям кваліфікаційного дослідження; знайомить здобувача з вимогами щодо підготовки та захисту кваліфікаційної роботи; рекомендує здобувачеві необхідну наукову літературу та джерела з теми роботи; регулярно надає консультації; стежить за ходом написання роботи, контролює своєчасне подання роботи до захисту в ЕК; надає допомогу здобувачеві в підготовці роботи до захисту; складає відгук на кваліфікаційну роботу та розкриває її зміст під час виступу на захисті кваліфікаційної роботи на засіданні ЕК.

Інформацію наукових керівників про хід виконання здобувачами КР заслуховують на засіданні кафедри маркетингу двічі протягом навчального року (визначають, як здобувач справляється з роботою, які у нього виникають труднощі та яких заходів треба вжити для їх подолання). Здобувачі зобов'язані дотримуватися термінів, визначених для виконання усіх видів робіт згідно отриманого завдання.

Політика щодо академічної доброчесності.

Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.

Відповідно до ч. 6 ст. 69 ЗУ «Про вищу освіту» заклади вищої освіти здійснюють заходи із запобігання академічному плагіату – оприлюдненню (частково або повністю) наукових результатів, отриманих іншими особами, як результатів власного дослідження та/або відтворенню опублікованих текстів інших авторів без відповідного посилання.

Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача освіти є підставою для її незарахування, незалежно від масштабів плагіату, що регламентовано у Положенні про систему запобігання та виявлення академічного плагіату в науковій та навчальній діяльності здобувачів ВО, докторантів, науково-педагогічних та наукових працівників ВНУ імені Лесі Українки (<https://surl.li/fdputg>), Положенні про Комітет з етики наукових досліджень (<http://surl.li/cpqagl>).

Кваліфікаційна робота перевіряється на плагіат. Первинну перевірку на наявність ознак академічного плагіату в кваліфікаційних роботах здійснює відповідальний за таку роботу працівник кафедри із використанням рекомендованого Університетом програмного забезпечення. Звіт про перевірку кваліфікаційної роботи здобувачів освіти має бути проаналізований науковим керівником (за потреби – членами кафедри) до дати проведення захисту кваліфікаційної роботи. За результатами перевірки науковий керівник оформляє Протокол аналізу звіту подібності за встановленим зразком. Під час подання на кафедру кваліфікаційної роботи автор цієї роботи заповнює і підписує заяву-засвідчення за встановленою формою, у якій підтверджує факт

відсутності в роботі академічного плагіату. До такої заяви додається роздрукований та підписаний науковим керівником Протокол аналізу звіту подібності. Водночас, цією ж заявою автори випускних кваліфікаційних робіт (здобувачі вищої освіти) надають дозвіл на розміщення електронної копії своєї роботи в Інституційному репозитарії Університету.

Для кваліфікаційних робіт показник оригінальності форми (вираження) твору має становити не менше половини. Зміст та оформлення робіт мають відповідати вимогам (методичним вказівкам) щодо їх написання, затвердженим в Університеті, та/або правовим актам України вищого порядку.

Таблиця 2

Значення індексу унікальності

Рівень унікальності	Відсоток рівня унікальності	Пояснення
високий рівень унікальності	85–100 %	робота допускається до захисту та/або опублікування
середній рівень унікальності	65–84 %	робота потребує уваги з боку наукового керівника (рецензентів); може бути повернута на доопрацювання і повторну перевірку
низький рівень унікальності	50–64 %	робота потребує особливої уваги з боку наукового керівника (рецензентів, редакторів); очевидно, є потреба у доопрацюванні та повторній перевірці
недопустимо низький рівень унікальності	49 % і нижче	робота повинна бути відхилена і може бути прийнята до повторного розгляду лише за умов докорінної переробки

Завантаження кваліфікаційних робіт в інституційний репозитарій ВНУ імені Лесі Українки здійснюють відповідальні особи кафедр не пізніше, ніж за п'ять днів до захисту робіт.

Політика щодо оцінки кваліфікаційної роботи.

Рішення ЕК про оцінку кваліфікаційної роботи приймають на закритому засіданні комісії відкритим голосуванням більшістю голосів членів комісії, які брали участь у її засіданні. За однакової кількості голосів голос Голови ЕК вирішальний.

Під час визначення оцінки роботи повинна бути врахована думка рецензента, виступ здобувача освіти під час захисту своєї роботи, його відповіді на зауваження рецензента та на запитання членів комісії.

Таблиця 3

Елементи оцінювання	Критерії оцінювання	Максимальна кількість балів
<i>Оцінювання кваліфікаційної роботи керівником та рецензентом: 80 балів</i>		
Зміст	Наявність всіх структурних компонентів, стиль формулювання, відповідність поставленим завданням	5
Вступ	– актуальність і постановка проблеми (виявлення суперечностей, які зумовили актуальність проблеми); – рівень розробки проблеми (констатація наявності досліджень з проблеми); – об'єкт, предмет, мета, завдання (чіткість формулювання, логічність, відповідність і взаємно відповідність); – методи дослідження, їх відповідність меті та завданням	5
Основна частина	– глибина розкриття завдань дослідження; – доцільність і рівень використання джерел; – логіка викладу матеріалу; – повнота аналізу та якість аналітичних висновків; – наявність науково грамотно сформульованих власних думок, відповідність науковому стилю; – використання методів, задекларованих у вступі.	50
Висновки	– відповідність логіки побудови висновків поставленим меті та завданням; – адекватність та обґрунтованість висновків.	5
Список використаних джерел	– кількість літературних джерел; – наявність сучасних актуальних джерел з досліджуваної проблеми; – відповідність оформлення списку використаних джерел бібліографічним вимогам.	5
Додатки	– наявність звітності; – наявність додаткових розрахунків; – правильність подання та оформлення.	5
Оформлення роботи	Відповідність вимогам до оформлення (шрифт, обсяг, цитування та посилання на джерела, таблиці, рисунки, додатки тощо).	5
<i>Оцінювання публічного захисту членами комісії: 20 балів</i>		
Захист роботи	логічне та аргументоване викладення матеріалу	5
	наявність презентації, її якість та наповнення	5
	володіння здобувачем матеріалами роботи	5
	аргументовані відповіді на запитання членів комісії	5

Повторний захист КР з метою підвищення оцінки не дозволяють.

У випадках, коли захист КР не відповідає вимогам рівня атестації, ЕК ухвалює рішення про те, що здобувача не атестовано, про що здійснюють відповідний запис у протоколі засідання комісії. У такому випадку ЕК встановлює: може здобувач подати на повторний захист ту саму роботу з доопрацюванням чи він повинен опрацювати нову тему, визначену відповідною кафедрою закладу освіти.

Здобувача освіти, який отримав незадовільну оцінку за КР, відраховують із закладу вищої освіти. Йому видають академічну довідку встановленого зразка.

Шкала оцінювання

Оцінювання результатів захисту кваліфікаційних робіт здійснюється у порядку, передбаченому прийнятою в Університеті системою контролю знань за 100-бальною шкалою з переведенням у шкалу ECTS та лінгвістичну оцінку:

Таблиця 4

Оцінка в балах за 100-бальною шкалою	Лінгвістична оцінка	Оцінка за шкалою ECTS	
		оцінка	пояснення
90–100	Відмінно	A	відмінне виконання з незначними помилками
82–89	Дуже добре	B	вище середніх стандартів, але з деякими помилками;
75–81	Добре	C	в цілому змістова робота зі значними помилками;
67–74	Задовільно	D	непослідовно викладений матеріал зі значними недоліками;
60–66	Достатньо	E	виконання відповідає мінімальним критеріям;
1–59	Незадовільно	Fx	незадовільно

Критерії оцінювання результатів навчання:

90–100 балів. Кваліфікаційна робота виконана вчасно, самостійно, забезпечує повне розкриття теми. Правильно визначено предмет, об'єкт дослідження. Мета та завдання чітко окреслені та реалізовані у дослідженні. Автор використовує сучасні аналітичні та методологічні інструментарії. Робота характеризується високою якістю і глибиною теоретико-методологічного аналізу, критичного огляду літературних джерел, наявністю наукової проблематики. Узагальнення і висновки базуються на якісно опрацьованій статистичній інформаційній базі, що дозволяє чітко визначити авторську позицію. У проєктно-рекомендаційному розділі запропоновано інноваційну маркетингову стратегію, яка логічно витікає з аналізу, ґрунтується на сучасних підходах і містить обґрунтовані управлінські рішення з чітким планом реалізації. Рецензія позитивна. Доповідь логічна, змістова, аргументована, проілюстрована бездоганно оформленими наочними матеріалами, свідчить про формулювання власної думки здобувача щодо предмету дослідження та є логічною і повною. Відповіді на питання правильні та стислі.

82–89 балів. Кваліфікаційна робота виконана вчасно, теоретичні узагальнення та висновки аналітичної частини в основному правильні. Проте, існують несуттєві недоліки у виявленні логічності зв'язку заходів, що пропонуються для вирішення проблем за допомоги проведеного аналізу статистичних та фактичних матеріалів, обґрунтування та розрахунків

ефективності запропонованих рішень, що впливає на глибину особистого аналізу здобувачем фактичної інформації. Застосування сучасного аналітичного інструментарію обмежено. Проектно-рекомендаційний розділ містить загалом доречні пропозиції, але не всі з них належним чином обґрунтовані з погляду ресурсів, ефективності та відповідності стратегічним цілям підприємства. Рецензія позитивна, але містить окремі зауваження до роботи. Доповідь є логічною, змістовною, насичена фактичною інформацією, що відображає відповідні результати проведеного дослідження. Відповіді на питання правильні, але не завжди повні та конкретні.

75–81 балів. Кваліфікаційна робота виконана вчасно, теоретичні узагальнення та висновки аналітичної частини в основному правильні. Проте відсутній самостійний аналіз статистичних та фактичних матеріалів, обґрунтування та розрахунків ефективності запропонованих рішень, що впливає на глибину особистого аналізу здобувачем фактичної інформації. Застосування сучасного аналітичного інструментарію занадто обмежено. Присутні окремі пропозиції, однак їм бракує цілісності, узгодженості з аналітичною частиною та аргументованості щодо впровадження. Рецензія переважно позитивна, але містить окремі зауваження до роботи. Доповідь побудована на фактах, що відображають відповідні результати проведеного дослідження. Відповіді на питання неповні.

67–74 балів. Тема роботи в основному розкрита, але мають місце недоліки змістовного характеру. Теоретико-аналітична частина та пропозиції обґрунтовано непереконливо, відсутні розрахунки, що дозволяють аргументувати зроблені авторські узагальнення та висновки. Є зауваження щодо логічності та послідовності викладеного матеріалу, який носить переважно описовий характер. Рекомендації щодо удосконалення є поверхневими, без чіткої структури й обґрунтованих рішень, що суттєво знижує практичну цінність дослідження. Робота недбало оформлена. Доповідь прочитана за текстом, здобувач не володіє окремими питаннями теми, не всі відповіді на запитання правильні чи повні. Наочні матеріали не повною мірою відображають зміст виконаної роботи.

60–66 балів. Тема роботи не зовсім розкрита, мають місце недоліки змістовного характеру. Теоретико-аналітична частина та пропозиції обґрунтовано непереконливо, відсутні розрахунки, що дозволяють аргументувати зроблені авторські узагальнення та висновки. Є зауваження щодо логічності та послідовності викладеного матеріалу, який носить переважно описовий характер. Проектно-рекомендаційний розділ не містить жодних реальних, аргументованих і практично застосовних рішень. Робота недбало оформлена. Доповідь прочитана за текстом, здобувач не володіє окремими питаннями теми, усі відповіді на запитання неповні. Наочні матеріали не повною мірою відображають зміст виконаної роботи.

1–59 балів, незадовільно. Відсутня логіка у побудові структури дослідження. У роботі відсутнє розуміння мети, завдань, предмету дослідження. Назви окремих розділів не відповідають їх змісту. Теоретичний

аналіз та визначення стану процесів, що є предметом розгляду мають компіляційний характер, відсутні посилання на використані літературні джерела. Відсутні самостійність суджень у запропонованих рекомендаціях і пропозиціях. Представлений статистичний матеріал є застарілим. Оформлення роботи не відповідає вимогам. Доповідь не відображає зміст виконаної роботи, більшість відповідей на питання неправильні, здобувач не володіє предметом дослідження. Наочні матеріали до захисту роботи відсутні.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Інформація та документація. Бібліографічне посилання: Загальні положення та правила складання: ДСТУ 8302:2015. URL: <http://aphd.ua/pryklady-oformlennia-bibliohrafichnoho-opysu-vidpovidno-do-dstu-83022015/>).
2. Кодекс академічної доброчесності ВНУ імені Лесі Українки. URL: (<http://surl.li/umdcui>),
3. Милько І.П., Сак Т.В., Букало Н.А., Лялюк А.М., Рейкін В.С., Савчук Я.О. Виробнича практика з маркетингу: методичні рекомендації для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої спеціальності Маркетинг ОПП Маркетинг та міжнародна логістика. Луцьк : ВНУ імені Лесі Українки, 2025. 26 с.
4. Милько І.П., Сак Т.В., Букало Н.А., Лялюк А.М., Рейкін В.С., Савчук Я.О. Виробнича практика з маркетингової та міжнародної логістичної діяльності: методичні рекомендації для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої спеціальності Маркетинг ОПП Маркетинг та міжнародна логістика. Луцьк : ВНУ імені Лесі Українки, 2025.
5. Положення про випускні кваліфікаційні роботи (проекти). URL: <https://surl.cc/eahpbw>.
6. Положення про екзаменаційну комісію щодо атестації осіб, які здобувають перший (бакалаврський) та другий (магістерський) рівні освіти. URL: <https://surl.li/omzydu>).
7. Положення про Комітет з етики наукових досліджень: URL: <http://surl.li/cpqagl>.
8. Положення про систему запобігання та виявлення академічного плагиату в науковій та навчальній діяльності здобувачів ВО, докторантів, науково-педагогічних та наукових працівників ВНУ імені Лесі Українки. URL: <https://surl.li/fdputg>.
9. Сак Т.В., Милько І.П., Букало Н.А., Лялюк А.М., Рейкін В.С., Савчук Я.О. Методичні рекомендації до написання, оформлення та захисту кваліфікаційної роботи для здобувачів освіти другого (магістерського) рівня зі спеціальності 075 Маркетинг, освітньо-професійної програми Маркетинг та міжнародна логістика. Луцьк : ВНУ імені Лесі Українки, 2025.
10. Стандарт вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності 075 Маркетинг. URL: <https://surl.cc/cizkrd>.

Інтернет-ресурси

1. Бібліотека ім. В.Г. Короленко. URL: <http://korolenko.kharkov.com/>
2. Бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
3. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії бібліотеки ВНУ імені Лесі Українки. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua>
4. Офіційний сайт Державної служби статистики URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу. URL: <https://iab.com.ua/>

ДОДАТКИ

Додаток А

Форма заяви про затвердження теми кваліфікаційної роботи

Деканові

(назва факультету/інституту)

Волинського національного університету імені
Лесі Українки

(прізвище, ініціали)

студента (ки) _____ групи
спеціальності _____
освітньо-професійної програми _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

Заява

Прошу затвердити тему кваліфікаційної роботи _____

Науковим керівником прошу призначити _____

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

Дата

Підпис

Візи:

Завідувач кафедри

Керівник кваліфікаційної роботи

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Факультет економіки та управління

Кафедра маркетингу

Другий (магістерський) рівень

Спеціальність 075 Маркетинг

Освітньо-професійна програма Маркетинг та міжнародна логістика

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

«__» вересня 2024 року

**ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
ЗДОБУВАЧУ ОСВІТИ**

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проекту (роботи)_____

Керівник проекту (роботи)_____

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

2. Строк подання студентом роботи (проекту) _____

3. Мета та завдання випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

4. Дата видачі завдання _____

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ**

Кафедра маркетингу

На правах рукопису

КОВАЛЬЧУК НАЗАР ВАСИЛЬОВИЧ

АНАЛІЗ ТА РОЗРОБКА КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Спеціальність 075 Маркетинг

Освітньо-професійна програма «Маркетинг та міжнародна логістика»

Робота на здобуття освітнього рівня «Магістр»

Науковий керівник:
САК ТЕТЯНА ВАСИЛІВНА,
кандидат економічних наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол № ____
засідання кафедри маркетингу
від __.__.2025 р.

Завідувач кафедри
_____ доц. Сак Т.В.

ЛУЦЬК – 2025

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПОЛІТИКИ РОЗПОДІЛУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	
1.1. Політика розподілу в системі збутової діяльності підприємства.....	8
1.2. Показники оцінки ефективності збутової діяльності переробних підприємств	12
1.3. Зарубіжний досвід управління збутовою діяльністю переробних підприємств.....	16
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИКИ РОЗПОДІЛУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	
2.1. Аналіз стану і тенденцій розвитку ринку переробної промисловості...	21
2.2. Загальна характеристика підприємства та діагностика його збутової діяльності.....	27
2.3. Дослідження розподільчої політики та споживчих переваг продукції підприємства і задоволеності споживачів.....	32
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПОЛІТИКОЮ РОЗПОДІЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	
3.1. Перспективи розвитку підприємства.....	37
3.2. Стратегії забезпечення ефективності управління політикою розподілу на підприємстві.....	41
3.3 Економічне обґрунтування моделі вибору торгового посередника для підприємства.....	49
ВИСНОВКИ.....	54

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	60
ДОДАТКИ.....	63

Форма подання голові екзаменаційної комісії щодо захисту кваліфікаційної роботи

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Подання голові екзаменаційної комісії щодо захисту кваліфікаційної роботи

Скеровується здобувач освіти _____ до захисту

(прізвище та ініціали)

кваліфікаційної роботи за спеціальністю _____

освітньо-професійною програмою _____

(назва)

на

тему:

_____ (назва теми)

Кваліфікаційна робота (проект) і рецензія додаються.

Декан _____ факультету _____ (директор інституту) _____

(підпис)

Довідка про успішність

_____ за період навчання на факультеті _____ (прізвище та ініціали здобувача освіти)

_____ з 20__ року до 20__ року повністю виконав навчальний план за спеціальністю, освітньо-професійною програмою з таким розподілом оцінок за:

лінгвістичною шкалою: відмінно __%, дуже добре __%, добре __%, задовільно __%, достатньо __%; шкалою ECTS: A __%; B __%; C __%; D __%; E __%.

Методист (диспетчер) факультету _____

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Висновок керівника кваліфікаційної роботи (проекту)

Здобувач(ка) освіти _____

Керівник роботи (проекту) _____

(підпис)

«__» _____ 20__ року

Висновок кафедри про кваліфікаційну роботу (проект)

Кваліфікаційна робота розглянута. Здобувач (ка) освіти _____

(прізвище та ініціали)

допускається до захисту цієї кваліфікаційної в ЕК.

Завідувач кафедри _____

(назва кафедри)

_____ (Ініціали, прізвище)

(підпис)

«__» _____ 20__ року

Міністерство освіти і науки України
Волинський національний університет імені Лесі Українки

Рецензія
на кваліфікаційну роботу здобувача освіти

(назва спеціальності, освітньо-професійної програми)

(прізвище, ім'я, по батькові)

Тема кваліфікаційної роботи _____

Актуальність теми

Наявність самостійних розробок автора

Практична цінність і основні висновки та рекомендації

Наявність недоліків

Оцінка рецензента (за бальною та розширеною лінгвістичною шкалою («відмінно», «дуже добре», «добре», «достатньо», «задовільно», «незадовільно»))

Рецензент _____

(підпис)

(прізвище, посада)

«__» _____ 20__ р.

Навчально-методичне видання

Сак Тетяна Василівна
Милько Інна Петрівна

Методичні вказівки до виконання кваліфікаційної роботи

Видається в авторській редакції

Формат 60x84/16. Гарантітура Times
Ум. друк. арк. 1,84.