

Міністерство освіти і науки України
Державний вищий навчальний заклад
«Національний гірничий університет»

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
до виконання дипломної роботи магістра

для студентів спеціальності 8.03050701 - „Маркетинг”

Рекомендовано до видання
науково-методичною радою університету
(Протокол № 2 від 05 лютого 2002 р.)

Дніпропетровськ 2005

Методичні вкаїївки до виконання дипломної роботи магістра для студентів спеціальності 8.03050701 - "Маркетинг" / Уклад.: Т.Б. Рєшетілова.- Дніпропетровськ: Національний гірничий університет, 2005.- 28 с.

Укладач:

Т.Б. Рєшетілова, д-р економ, наук, проф.

Відповідальна за випуск: завідувача кафедрою маркетингу

Т.Б. Рєшетілова, д.е.н. професор.

Відповідальна за випуск: завідувача кафедрою маркетингу Т.Б. Рєшетілова.
л.е.н. професор.

Друкується в редакційній обробці укладача.

ЗМІСТ

	Стор.
ВСТУП.....	4
1. ВИМОГИ ДО ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ МАГІСТРА.....	5
1.1. Структура роботи.....	5
1.2. Тема роботи.....	6
1.3. Рекомендована тематика роботи.....	7
2. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВИКОНАННЯ РОБОТИ..	9
2.1 Вступ до роботи.....	9
2.2 Теоретичний розділ.....	11
2.3 Аналітичний розділ.....	12
2.4 Дослідницький розділ.....	14
2.5 Проектний розділ	14
2.6 Заключення.....	15
3. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ РОБОТИ.....	15
4. ОРГАНІЗАЦІЯ ВИКОНАННЯ РОБОТИ ТА ЇЇ ЗАХИСТУ	18
3.1. Обов'язки керівника.....	19
3.2. Обов'язки консультанта	19
3.3. Обов'язки магістра.....	20
3.4. Порядок рецензування.....	20
3.5. Порядок захисту.....	20
Додатки.....	23

ВСТУП

Підготовка та захист дипломної роботи магістра є завершальним етапом навчання, що дає право на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня магістр. Вона являє собою наукове дослідження, виконане під керівництвом провідного фахівця кафедри (для робіт, що виконуються на межі напрямків, — із залученням одного або двох консультантів). Робота визначає наукову ерудицію, практичні уміння, що одержані за увесь період навчання, і є самостійною роботою, яка підводить підсумки вивчення фундаментальних та професійно-орієнтованих дисциплін, а також проходження передбачених навчальним планом практик: виробничої за спеціальністю і науково-дослідної.

Дипломна робота магістра є кваліфікаційною роботою, на підставі якої Державною екзаменаційною комісією (ДЕК) здійснюється державна атестація випускника. ДЕК визначає рівень теоретичної підготовки студента, його готовність до самостійної наукової та виробничої діяльності за фахом і приймає рішення щодо надання кваліфікації "економіст" рівня "магістр" за спеціальністю "маркетинг".

Виконання магістерської роботи повинно підтвердити спроможність студента обґрунтовувати ідеї та здійснювати їхню практичну реалізацію, самостійно проводити наукові дослідження та аналітичну діяльність, в тому числі:

- вміти чітко визначити проблему, мету, задачі і сформулювати план дослідження;
- вибирати необхідні методи і засоби вирішення наукових і практичних задач, залучаючи сучасні інформаційні технології і засоби автоматизації досліджень;
- вести бібліографічну роботу із залученням сучасних інформаційних технологій;
- робити висновки із отриманих результатів, підводити підсумки виконаної роботи у відповідності до загальноприйнятих вимог щодо їхнього оформлення, використовуючи для цього сучасні засоби редагування та друкування.

Дипломна робота магістра виконується за матеріалами виробничої практики. Написання роботи без використання і аналізу матеріалів, що характеризують діяльність конкретної організації (підприємства) не допускається.

1 ВИМОГИ ДО ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ МАГІСТРА

1.1. Структура роботи

Дипломна робота магістра повинна містити:

титульний аркуш (додаток А),
завдання на дипломну роботу (додаток Б),
зміст,
перелік умовних позначень (при необхідності),
вступ,
перший (теоретичний) розділ,
другий (аналітичний) розділ,
третій або при необхідності інші дослідницькі розділи,
четвертий (проектний) розділ (при необхідності),
висновки після кожного розділу,
заключення,
перелік використаних літературних джерел (додаток В),
додатки за сутністю роботи (при необхідності),
довідку про практичну значимість роботи (при наявності),
відгук керівника дипломної роботи магістра,
рецензію на дипломну роботу магістра, яку здійснює провідний фахівець даної галузі науки.

Обсяг дипломної роботи магістра залежить від особливостей теми і може становити в середньому 60 - 100 стор., в тому числі:

- вступ - 3-5 стор.,
- теоретичний розділ-20-30 стор.,
- аналітичний розділ - 15-30 стор.,

- дослідницький розділ - 20-30 стор.,
- проектний розділ (при необхідності) — 20-40 стор.,
- заключення - 1 -3 стор.

При викладенні матеріалу магістр повинен виходити з таких умов:

- кількість сторінок в окремих розділах не регламентується, але має відповідати вимогам достатньої інформативності та обґрунтованості висновків;
- найбільш вагомою і об'ємною має бути аналітичний (для робіт теоретичного спрямування) або дослідницький і проектний (для робіт практичного спрямування) розділи;
- об'ємні розрахунки та таблиці дослідницького розділу, розрахунки проектних пропозицій, результати детальних розрахунків за допомогою економіко-математичних моделей доцільно виносити в додатки.

1.2 Тема роботи

Назва дипломної роботи магістра повинна бути, по можливості, короткою, відповідати освітньо-кваліфікаційній характеристиці магістра зі спеціальності 8.03050701 "Маркетинг" та суті наукової або практичної задачі, яку вирішується.

Тема повинна бути актуальною, мати теоретичне і практичне значення, відповідати сучасному стану та перспективному розвитку економічної науки, а також господарської діяльності підприємства, на якому студент проходив виробничу практику.

Тематика охоплює усі напрямки маркетингової і логістичної діяльності на підприємствах і в організаціях різних форм власності. Для невеликих підприємств вона може торкатися питань вдосконалення діяльності по декількох складових комплексу маркетингу. Для великих підприємств і організацій - може передбачатись комплексна тематика дипломних робіт магістрів для декількох студентів, кожен з яких опрацьовує свій напрямок вдосконалення маркетингової діяльності. Також тему може бути запропоновано у розвиток результатів індивідуальних і науково-дослідних робіт, виконаних студентами за тематикою досліджень випускної кафедри.

Дипломні роботи магістрів мають бути реальними, базуватись на маркетингових дослідженнях, а розроблені рекомендації доцільно подавати керівництву підприємств з метою їх реального використання у господарській діяльності. Широке застосування має знайти практика виконання робіт на замовлення підприємств. Пропозиції щодо їхньої тематики мають бути оформлені у вигляді листа від керівництва підприємства на ім'я завідувача кафедри.

Робота вважається реальною за виконання однієї з умов:

- тема роботи запропонована підприємством, виконується на його замовлення, що оформлено листом від керівництва;
- до роботи прикладені документи щодо впровадження її результатів.

Результати досліджень, що містяться в роботі, повинні обов'язково:

- знайти відображення у публікаціях автора у відкритому друці;
- бути апробованими на наукових (науково-практичних) конференціях, що підтверджується включенням до програми конференції, друкуванням тез доповіді або спеціальною довідкою.

Зміст дипломної роботи магістра визначається індивідуальним завданням (додаток Б), яке складає керівник роботи на підставі поданого магістром плану виконання дипломної роботи і затверджує завідувач кафедри. У завданні наводяться вихідні дані до роботи, окреслюється коло питань, які необхідно розглянути, та здійснюється їхнє угруповання по трьох розділах: теоретичному, аналітичному, дослідницькому.

Тема дипломної роботи магістра повинна повністю відображати зміст індивідуального завдання.

Завдання на дипломну роботу видається і затверджується одразу після закінчення виробничої практики магістра.

1.3 Рекомендована тематика роботи

Доцільно, щоб тема дипломної роботи відповідала одному із наведених нижче напрямів наукових досліджень:

- реформування діяльності підприємства на засадах маркетингової концепції;

- ▶ маркетингові дослідження на ринку..., регіональному тощо;
- ▶ інтеграція маркетингових досліджень у виробничу політику підприємства;
- ▶ удосконалення маркетингової діяльності підприємства в цілому чи по окремих напрямках (у тому числі на зовнішніх ринках);
- ▶ маркетингове стратегічне планування;
- ▶ розробка товару та продуктово-ринкової стратегії;
- ▶ управління якістю продукції на підприємстві;
- ▶ стратегія та методи ціноутворення;
- ▶ стратегія збуту та розподілу;
- ▶ стратегія просування товару;
- ▶ формування ефективного комплексу маркетингових комунікацій підприємства;
- ▶ реклама у системі маркетингових комунікацій;
- ▶ організація служби маркетингу на підприємстві;
- ▶ концепція маркетингу в стратегічному логістичному менеджменті;
- ▶ логістика збуту та постачання і система маркетингу;
- ▶ інтегрована система "маркетинг - логістика - контролінг";
- ▶ створення маркетингової інформаційної системи на підприємстві;
- ▶ інформаційна підтримка маркетингових рішень.

У той же час формулювання конкретної теми дипломної роботи не повинно повторювати назву приведеного вище напрямку досліджень, але повинно міститися у його рамках.

Ці рекомендації не є обов'язковими. Тема роботи може являти собою відображення комплексу питань з різних напрямів, якщо це необхідно для вирішення поставленої задачі.

2 МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВИКОНАННЯ РОБОТИ

Зміст кожного розділу дипломної роботи магістра значною мірою визначається обраною темою та індивідуальним завданням. Однак наведені нижче рекомендації узагальнюють досвід виконання магістерських робіт по кафедрі, тому дотримання їх сприятиме якісній розробці і успішному захисту дипломної роботи магістра.

2.1 Вступ до дипломної роботи магістра

У вступі визначається актуальність обраної теми, сутність наукового завдання та необхідність його дослідження, мета і зміст поставлених задач, формулюються об'єкт і предмет дослідження, вказується обраний метод (методи) дослідження та сфера його застосування, основні положення, що виносяться на захист (наукова значимість і прикладна цінність одержаних результатів), сфера використання результатів роботи, апробація результатів досліджень, перелік публікацій за результатами досліджень.

Мета дослідження — кінцевий результат, який повинен бути отриманий в результаті проведення досліджень.

Приклад:

Оцінка можливостей використання окремих методів для підвищення обсягу продаж/ споживчих товарів на регіональних ринках, а також розробка практичних рекомендацій щодо стимулювання продажу безалкогольних напоїв на ринку м. Дніпропетровська.

Задачі дослідження - комплекс питань, які необхідно вирішити для досягнення поставленої мети (до них відносяться наукові та практичні задачі). Рекомендується формулювати задачі як: "Узагальнити існуючі положення...", "Виконати аналіз сучасного стану...", "Дослідити особливості діяльності...", "Розробити економіко-математичну модель...", "Дослідити залежності...", "Здійснити оптимізацію...".

Приклад:

- проаналізувати форми та відповідні до них методи продажу;
- розкрити об'єктивний характер взаємозв'язку стилів та методів продажу;
- розробити проект організації акції по стимулюванню продажу безалкогольних напоїв торгової марки "Злагода" та здійснити аналіз результатів її проведення у м. Дніпропетровську.

Об'єкт дослідження — маркетингова та логістика діяльність організації, яка породжує проблемну ситуацію і обрана для вивчення.

Приклад:

Об'єкт дослідження - процес продажу товарів.

Предмет дослідження - задачі і функції маркетингу, що обрані для дослідження і містяться у межах об'єкту.

Приклад:

Предмет дослідження - форми та методи продажу споживчих товарів.

Методи дослідження - подають перелік використаних методів дослідження для досягнення поставленої в роботі мети, коротко та змістовно визначаючи що саме досліджувалося кожним із методів.

Приклад:

В роботі були використані: метод ситуаційного аналізу (при розробці підходів до визначення маркетингового управління), статистичні методи (при проведенні аналітичних оцінок якості персоналу).

Положення, що захищаються — подається коротке формулювання рішень, запропонованих магістром особисто. Кожне положення чітко формулюється з відокремленням його основної сутності. Не можна викладати положення шляхом констатації так, що не має можливості виявити його сутність. Подання положення у вигляді розширеної анотації теж є помилкою.

Приклад:

Знання психології покупця та технічний бік представлення товару продавцем безпосередньо впливають на методи продажу споживчих товарів. Тому не існує універсального методу або стилю продажу споживчих товарів.

На засадах дослідження структури та функцій системи управління кадровим потенціалом визначена необхідність удосконалення взаємодії кадрових потоків як товару зі споживачем - організацією, підрозділом. Це зумовлює місце маркетингу в діяльності кадрової служби промислового підприємства.

Сфера використання результатів роботи - вказується, що і на якому підприємстві знайшло (або знайде) практичне використання.

Апробація результатів роботи — вказується на яких наукових (науково-практичних) конференціях оприлюднені результати дослідження, що включені до дипломної роботи магістра.

Приклад:

Основні положення магістерської роботи оприлюднені на Другій міжвузівській конференції студентів та аспірантів "Маркетинг та підприємництво в перехідній економіці" (Львів, 2002 р.),

Публікації — надається повний перелік робіт, опублікованих у відкритому

друці за результатами досліджень.

Приклад:

Сидорова Н.М. Стимулювання продажу на регіональному ринку // Маркетинг та підприємництво в перехідній економіці: Матеріали II міжвуз. наук. конф. студ. і асп. -К.: КНЕУ, 2002. С.163-164

2.2 Теоретичний розділ

Метою цього розділу є обґрунтування теоретичної бази розв'язання наукової задачі, якій присвячено роботу. Обґрунтування вибору наукової задачі передбачає опис проблемної ситуації, умов, при яких вона виникає, критичний аналіз існуючих засобів її розв'язання.

Стан розробки обраної теми подається магістром через огляд літературних джерел. Він повинен дати загальне уявлення про стан питання і показати розуміння магістром наукової задачі та шляхів її вирішення. У результаті аналізу магістр повинен дійти висновку, що обрана тема або ще не розкрита, або розкрита лише частково, або не в тому аспекті, якого потребує практика господарювання конкретного підприємства, і тому потребує подальшої розробки. Крім того огляд літературних джерел за темою повинен показати ґрунтовне знайомство зі спеціальною літературою, вміння критично розглядати різні наукові погляди, виділяти істотне, правильно оцінювати зроблене іншими дослідниками. Матеріали такого огляду потрібно систематизувати в певному логічному зв'язку, а не в хронологічному порядку їх публікацій.

Оскільки дипломна робота магістра досліджує вузьку тему, то огляд наукових робіт потрібно робити тільки з питань обраної теми.

У теоретичному розділі необхідно відобразити такі аспекти:

- загальну характеристику об'єкта дослідження;
- обґрунтування і вибір методів дослідження відповідно до поставленої мети;

- методику кількісної та якісної оцінки факторів, що впливають на формування досліджуваних показників та їхню класифікацію;

Висновки по теоретичному розділу:

- повинні відобразити специфіку обраного об'єкту дослідження; містити теоретичне обґрунтування шляхів і засобів досягнення поставленої мети;
- висвітлити ступінь новизни обраного теоретичного підходу до вирішення конкретної економічної задачі в дипломній роботі магістра.

2.3 Аналітичний розділ

Метою даного розділу є обґрунтування моделі проведення дослідження (економічної або економіко-математичної), розробка алгоритму розв'язання задачі, розробка методики проведення дослідження.

Модель є найважливішим інструментом вивчення об'єкта дослідження. Вона повинна складатися так, щоб відобразити характеристики об'єкта (властивості, взаємозв'язки, структурні і функціональні параметри тощо), вагомі відносно до поставленої мети дослідження. Зміст процесу моделювання становлять: складання моделі на основі попереднього вивчення об'єкту і виділення його суттєвих характеристик, експериментальний і (або) теоретичний аналіз моделі, співставлення результатів з даними про об'єкт, корегування моделі тощо.

Реалізація даного етапу передбачає розв'язання двох концептуальних протиріч:

з одного боку, необхідно досить широко охопити явище, яке моделюється, тому, що інакше модель може не дати глобального оптимуму і не буде відображати реальне явище;

з іншого - модель повинна бути настільки простою, наскільки це можливо, для того, щоб можна було її оцінити й перевірити.

Важливо чітко і коректно сформулювати припущення, котрі забезпечать адекватність математичної моделі і реального економічного об'єкта, і, як наслідок, - достовірність отриманих результатів.

При побудові моделі слід враховувати наступні моменти:

- досліджувані фактори — їхня кількість та перелік визначаються метою досліджень і зумовлюють вигляд і складність моделі;
- просторові аспекти - якщо досліджуваний об'єкт зосереджений більше, ніж в одній точці, то в моделі слід враховувати відповідні розподільчі процеси (транспортування, складування тощо);
- часові аспекти - моделювання системи в динаміці, щоб отримати залежності зміни координат досліджуваної системи в часі або ж розглядати статичне функціонування системи в певний момент часу, а потім повторити розрахунки на створеній моделі через певні інтервали часу.

Таким чином в аналітичному розділі виконуються три етапи моделювання будь-якої економічної системи:

- постановка економічної задачі дослідження;
- складання моделі (економічної або економіко-математичної);
- технічна реалізація створеної моделі.

Четвертий етап моделювання - одержання необхідних результатів за допомогою моделі — є змістом наступного, дослідницького, розділу дипломної роботи магістра.

Для моделювання об'єкту дослідження можливе використання стандартних об'єктно-орієнтованих програмних продуктів, які містять набір математичних моделей окремих елементів економічних систем, а також засобів і методів для дослідження цих моделей (Marketing Expert, Project Expert, Ithink, БЭСТ-Маркетинг тощо) або універсальних програмних продуктів (Місгозой Excel, MathCAD, Matlab). Критеріями вибору програмного продукту повинні бути простота і зручність складання моделі для опису конкретного економічного об'єкта та наявність стандартних інструментів для її розв'язання.

Висновки по аналітичному розділу повинні містити:

- обґрунтований перелік припущень, на яких базується обрана модель, та стисле викладення її переваг для даного дослідження;
- висвітлення ступеню новизни використовуваної моделі;
- обґрунтування адекватності створеної моделі об'єкту відносно постав-

леної мети дослідження;

- напрями використання моделі для дослідження у наступному розділі.

2.4 Дослідницький розділ

Дослідницький розділ є логічним продовженням аналітичного розділу тому, що він містить дослідження на розробленій вище моделі. Даний розділ має містити:

- перелік економічних параметрів та показників, що характеризують конкретну ситуацію і задачу;
- план (сценарій) проведення експерименту на моделі;
- параметри точок моделі, в яких слід вимірювати отримані результати;
- здійснення оцінки достовірності отриманих результатів шляхом порівняння з процесами в реальному економічному об'єкті.

Розрахунки на моделі здійснюються для кількох (як мінімум двох) варіантів з вибором найкращого з них. Порівняльний аналіз варіантів обов'язково має містити, в тому числі, висновки про співвідношення отриманих результатів з метою і задачами, поставленими в роботі і сформульованими у вступі, а також оцінку економічної ефективності обраного варіанту.

Висновки по дослідницькому розділу повинні містити:

- стисле викладення плану (сценарію) дослідження;
- основні параметри найкращого варіанту, який відібрано за допомогою моделі;
- економічний ефект обраного варіанту з характеристикою, шляхів його досягнення.

2.5 Проектний розділ

У деяких дипломних роботах магістра, кінцевою метою яких є вдосконалення організації виробництва і праці, може виділятися проектний розділ.

Залежно від специфіки теми проектні пропозиції можуть подаватися у вигляді організаційних, економічних, інноваційних, технологічних та інших захо-

дів, розділів бізнес-плану або плану маркетингу, нормативного документу (інструкції, положення).

Проектні розробки можуть стосуватися однієї складової комплексу маркетингу підприємства або охоплювати різні напрями маркетингової діяльності, мати стратегічний або тактичний характер. Рекомендується у роботі надавати (при можливості) економічне обґрунтування доцільності їхнього впровадження.

2.6 Заключення

Наводиться стисла характеристика результатів досліджень, здійснених у роботі. Вони не повинні підмінятися механічним підсумовуванням висновків по окремих розділах, а мають містити те істотне, що складає підсумкові результати дослідження, а також відображати результати, які винесені на захист дипломної роботи магістра. Висновки повинні бути конкретними, містити перелік пропозицій і рекомендацій щодо вдосконалення діяльності досліджуваних підприємств і організацій.

Приклад:

1. Процес дослідження розвитку ринку кондитерських виробів пропонується здійснювати в три етапи: етап визначення впливу соціодемографічних факторів, етап оцінки позицій підприємств та їхнього впливу на розвиток ринку, етап аналізу тенденцій ринку згідно комплексу 4"Р". Це надає можливості проводити оцінку поточного та перспективного стану ринку кондитерських виробів.

2. На основі аналізу діяльності служби персоналу промислового підприємства, зарубіжного та вітчизняного досвіду кадрових служб, дослідження системи управління персоналом обґрунтовано необхідність використання маркетингового підходу з метою підвищення якості взаємодії між відділом кадрів та окремими підрозділами підприємства, що в кінцевому підсумку веде до підвищення ефективності роботи промислового підприємства.

3 ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ РОБОТИ

Дипломна робота магістра має виконуватися державною мовою. В інших випадках дозвіл надається завідувачем кафедри.

Текст роботи повинен викладатися сучасною літературною мовою з використанням загальноприйнятої економічної та математичної термінології, не мати граматичних та стилістичних помилок.

Робота оформлюється як рукопис, надрукований за допомогою комп'ютеру на одній стороні аркушу білого паперу формату А4 (297х210 мм), абзацний відступ 10мм, міжрядковий інтервал - 1,5 (до 30 рядків на сторінці) і набирається шрифтом Times New Roman Cyr, 14. Формули набираються в Microsoft Equation. Можна також використати формат паперу А3 для оформлення таблиць та ілюстрацій.

Текст роботи необхідно розмішувати на сторінці, залишаючи поля таких розмірів: ліве - 30 мм, праве, верхнє та нижнє - по 20 мм.

Текст роботи поділяють на розділи, підрозділи, пункти та підпункти.

Заголовки структурних частин роботи "ЗМІСТ", "ВСТУП", "ВИСНОВКИ" та ін. друкують великими літерами симетрично до тексту. Заголовки підрозділів друкують маленькими літерами (крім першої) з абзацу. Крапку в кінці заголовку не ставлять. Якщо заголовок складається з двох або більше речень їх розділяють крапками. Заголовки пунктів - маленькими літерами (крім перших великих) з абзацу в розрядці в підбір до тексту. В кінці заголовку, надрукованого в підбір до тексту, ставиться крапка.

Відстань між заголовками (за виключенням заголовка пункту) та тексту повинна дорівнювати 3-4 інтервалам. Кожну структурну частину роботи треба починати з нової сторінки.

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

Першою сторінкою курсової роботи є титульний аркуш, який включають до загальної нумерації сторінок роботи. На титульному аркуші номер сторінки не ставлять, на наступних сторінках номер проставляють у правому верхньому куті сторінки без крапки в кінці.

Зміст, вступ, висновки, список використаних джерел не нумерують. Номер розділу ставлять після слова "РОЗДІЛ", після номеру крапку не ставлять, потім з нового рядка друкують заголовок розділу.

Підрозділи нумерують у межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номеру розділу і порядкового номеру підрозділу, між якими ставлять

крапку. В кінці номеру підрозділу повинна стояти крапка, наприклад: "2.3." (третій підрозділ другого розділу). Потім у тому ж рядку йде заголовок підрозділу. Пункти нумерують у межах кожного підрозділу. Номер пункту складається з порядкових номерів розділу, підрозділу, пункту, між якими стаалять крапку. В кінці номеру повинна стояти крапка, наприклад: "1.3.2." (другий пункт третього підрозділу першого розділу). Потім у тому ж рядку йде заголовок пункту. Пункт може не мати заголовку. Підпункти нумерують у межах кожного пункту за такими ж правилами як пункти.

Ілюстрації (креслення, схеми, графіки) і таблиці необхідно подівати в роботі безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше, або на наступній сторінці. Ілюстрації і таблиці, які розміщені на окремих сторінках роботи, включають до загальної нумерації сторінок. Ілюстрації позначають словом "Рис." і нумерують послідовно з межах розділу, за виключенням ілюстрацій, поданих у додатках. Номер ілюстрації повинен складатися з номеру розділу і порядкового номеру ілюстрації, між якими ставиться крапка. Наприклад: Рис. 1.2 (другий рисунок першого розділу). Номер ілюстрації, її назва і пояснювальні підписи розміщують послідовно під ілюстрацією. Приклад оформлення подано у додатку Г. Таблиці нумерують послідовно (за винятком таблиць, поданих у додатках) в межах розділу. В правому верхньому куті над відповідним заголовком таблиці, розміщують напис "Таблиця" із зазначенням її номеру. Номер таблиці повинен складатися з номеру розділу і порядкового номеру таблиці, між якими ставиться крапка, наприклад: "Таблиця 1.2" (друга таблиця першого розділу). При переносі частини таблиці на іншу сторінку слово "Таблиця" і номер її вказують один раз справа над першою частиною таблиці, над іншими частинами пишуть слова "Продовження табл." і вказують номер таблиці, наприклад: "Продовження табл. 1.2". 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 граф таблиці повинні починатися з великих літер, підзаголовки - з маленьких, якщо вони складають одне речення із заголовком, і з великих, - якщо вони є самостійними

(приклад оформлення подано у додатку Г). Таблицю розміщують після першого згадування про неї в тексті, таким чином, щоб її можна було читати без повороту переплетеного блоку роботи, або поворотом за годинниковою стрілкою.

Формули в роботі нумерують у межах розділу. Номер формули складається з номеру розділу і порядкового номеру формули в розділі, між якими ставлять крапку. Нумери формул пишуть біля правого берега аркушу на рівні відповідної формули в круглих дужках, наприклад: (3.1) (перша формула третього розділу).

Під час написання роботи автор повинен давати посилання на літературні джерела, звідки запозичений матеріал або окремі результати. У випадку виявлення запозиченого матеріалу (тексту, таблиць, розрахунків, графіків тощо) без посилання на автора та джерело робота знімається із захисту. Посилання в тексті роботи на джерела слід розпочати порядковим номером за переліком посилань, виділеним двома квадратними дужками, наприклад, "...у працях [1-7]...".

Список використаних джерел слід розміщувати у порядку згадування джерел у тексті за їх наскрізною нумерацією. Відомості про джерела, які включені до списку, необхідно давати згідно з вимогами державного стандарту з обов'язковим наведенням назв праць (приклад оформлення відомостей подано у додатку В).

Додатки слід позначати великими літерами української абетки, наприклад,

Додаток А, Додаток Б і т.д.

4 ОРГАНІЗАЦІЯ ВИКОНАННЯ РОБОТИ ТА ЇЇ ЗАХИСТУ

Тема і завдання на дипломну роботу видаються одразу після закінчення виробничої практики магістра, а затверджуються після науково-дослідної практики. Зміна теми після її затвердження наказом ректора вирішується на засіданні кафедри за поданням керівника дипломної роботи магістра та теж оформлюється відповідним наказом ректора.

Дипломна робота повинна готуватися кожним магістром самостійно. Керівник роботи здійснює консультації щодо виконання роботи. За магістром залишається право дотримуватися власної точки зору, коли вона не співпадає з точкою зору керівника, та захищати її в ДЕК.

4.1 Обов'язки керівника:

- консультування магістра з питань вибору теми дипломної роботи, розробки її плану, змісту окремих розділів, допомоги в доборі спеціальної літератури;
- контроль якості роботи: керівник вказує на помилки та неточності, пояснює, в чому вони полягають, пропонує раціональні шляхи їхнього усунення;
- контроль дотримання магістром регламенту підготовки роботи. У разі невиконання зазначеного плану керівник повинен письмово доповісти завідувачу кафедри і декану факультету та висловити відповідні пропозиції щодо цього питання. У разі невиконання завдання у повному обсязі у зазначений термін питання про недопущення студента до захисту роботи на ДЕК розглядається на засіданні випускної кафедри, на якому обов'язкова присутність магістра та його керівника. Протокол засідання кафедри з мотивованим висновком подається декану факультету для підготовки відповідного наказу по університету;
- підготовка відгуку про дипломну роботу з аргументованою характеристикою її якості відповідно до критеріїв оцінки, з відзначенням елементів новизни та практичної цінності. У відгуку повинна бути надана характеристика студента як фахівця зі спеціальності та ступеня самостійності у виконання роботи, здійснена оцінка роботи за чотирибальною системою, а також надані рекомендації щодо присвоєння випускнику певної кваліфікації.

4.2 Обов'язки консультанта

- консультування магістра зі спеціальних питань, допомоги в доборі спеціальної літератури;
- контроль якості роботи;

- підготовка рецензії на окремі спеціальні питання та рішення, які здійснено у дипломній роботі і їхня оцінка за чотирибальною системою.

4.3 Обов'язки магістра

Магістр повинен самостійно обрати тему дипломної роботи та скласти план її виконання протягом навчального року, узгодити його з керівником роботи та отримати від нього індивідуальне завдання на рік щодо виконання роботи.

Починаючи з виробничої практики за спеціальністю, у терміни, визначені керівником, але не менше одного разу на місяць, магістр зобов'язаний звітувати перед ним про хід виконання плану підготовки дипломної роботи. Відповідальність за виконання плану підготовки роботи покладається безпосередньо на магістра - виконавця дипломної роботи.

4.4 Порядок рецензування

Закінчена дипломна робота магістра, яка містить рецензію консультанта (консультантів) та відгук керівника подається завідувачу кафедри, який на підставі цих матеріалів приймає рішення щодо допущення дипломної роботи магістра до захисту та направляє її на рецензію. До рецензування залучаються провідні фахівці у даній галузі науки з науково-дослідних інститутів, вищих навчальних закладів. Коло наукових та фахових інтересів рецензента повинно відповідати тематиці дипломної роботи магістра. У рецензії відзначаються значення роботи з позиції науки та практики, вказуються недоліки, здійснюється оцінка роботи за чотирибальною системою, а також надаються рекомендації щодо присвоєння випускнику певної кваліфікації.

4.5 Порядок захисту

Перед захистом магістр зобов'язаний ознайомитися з відгуком керівника та рецензіями, проаналізувати їх та підготувати відповіді на зауваження.

До захисту не допускаються магістри, які не виконали навчальний план і на момент подання дипломної роботи до захисту мають академічну заборгованість.

Захист дипломних робіт магістрів проводиться на відкритому засіданні ДЕК за участю не менш як половини її складу при обов'язковій присутності голови комісії та керівника роботи.

Процедура захисту дипломної роботи магістра складається із:

- доповіді магістра в межах 15 хвилин;
- відповідей на запитання членів ДЕК;
- відповідей на зауваження керівника, консультанта (-ів) та рецензента;
- підведення підсумків захисту дипломної роботи.

Під час захисту ведеться протокол засідання ДЕК. Окремо відзначаються висновки ДЕК щодо практичної значимості результатів дослідження та рекомендації щодо подальшого їхнього використання.

Магістр готує до захисту тези доповіді та демонстраційний матеріал (креслення, таблиці, графіки, діаграми, рисунки, блок-схеми алгоритмів, формули), які повинні повністю відображати положення, що захищаються, та розкривати тему і результати дослідження. Демонстраційний матеріал може подаватися на аркушах паперу стандартних форматів А1 або А4 та оформлюватися аркуші олівцем, тушшю, фломастером, на комп'ютері.

- У разі представлення матеріалів на аркушах формату А1 їхня кількість становить 4 - 6; на кожному аркуші в правому нижньому його куті виконується штамп згідно діючих стандартів.

- У разі представлення матеріалів на аркушах формату А4 їхня кількість становить 6-12. Вони оформлюються титульним аркушем (додаток Д) та брошуруються у такій кількості комплектів: кожному члену ДЕК і один комплект-для зберігання в архіві.

Доповідь може супроводжуватися комп'ютерною презентацією або презентацією за допомогою графопроектора.

У доповіді магістр повинен розкрити:

- актуальність, мету, об'єкт, предмет і задачі дослідження;
- положення, що захищаються;
- наукову значимість і практичну цінність одержаних результатів;
- зміст запропонованих заходів з обґрунтуванням їхньої ефективності;
- ступінь впровадження результатів дослідження.

Після публічного захисту дипломних робіт ДЕК на своєму закритому засіданні обговорює результати захисту, враховує отримані відгуки, рецензію, акти про впровадження і простою більшістю голосів виносить рішення щодо оцінки дипломної роботи та присвоєння магістру відповідної кваліфікації.

ДЕК може рекомендувати магістра до вступу до аспірантури.

Магістри, які одержали під час захисту дипломної роботи незадовільні оцінки, відраховуються з університету, отримуючи академічну довідку. До повторного захисту дипломну роботу можна подавати протягом трьох років після закінчення навчання в університеті.

**Міністерство освіти і науки України
Державний вищий навчальний заклад
"Національний гірничий університет"**

Фінансово-економічний

(факультет)

Кафедра маркетингу

(повна назва)

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

дипломної роботи

магістра

(назва освітньо-кваліфікаційного рівня)

галузь знань 0305 Економіка і підприємництво

(шифр і назва галузі знань)

напрямок підготовки 6.030507 Маркетинг

(код і назва напрямку підготовки)

спеціальність 8.03050701 Маркетинг

(код і назва спеціальності)

освітній рівень магістр

(назва освітнього рівня)

кваліфікація магістр з маркетингу, економіст

(код і назва кваліфікації)

на тему: _____

Виконавець:

студент 5 курсу, групи МКсу-13-1м

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка	Підпис
проекту			
розділів:			

Рецензент			
Нормоконтроль			

**Дніпропетровськ
2014**

**Міністерство освіти і науки України
Державний вищий навчальний заклад
"Національний гірничий університет"**

« _____ » 20__ року

Тема дипломної роботи

Розділ	Зміст	Термін виконання

(прізвище, ініціали)

***Приклад оформлення
списку використаних літературних джерел***

Монографії і брошури, будь-які навчальні книги

1. Решетилова Т.Б. Горная рента в механизме управления использованием недр.- М: Изд-во МГГУ, 1997.- 178 с.
2. Решетилова Т.Б., Райхель Б.Л., Поляков С.В. Угольная промышленность в развитии производительных сил Украины.-М: Изд-во МГГУ, 1997.-160 с.
3. Салли В.И., Малов В.И., Бычков В.И. Поддержание мощности угольных шахт при ограниченных объемах нового строительства.- М.: Недра, 1994.- 272 с.

Статті у наукових та періодичних виданнях

1. Райхель Б.Л., Решетилова Т.Б. Плата за разработку угольных месторождений Украины // Экономика Украины. - 1993.- №8. - С.54-60.
2. Решетилова Т.Б. Сущность современной корпорации и ее место как формы хозяйствования в стратегии развития угледобывающей отрасли промышленности // Актуальні проблеми економіки. - Дніпропетровськ: Навчальна книга. - 1998. - Т.3.-С.77-98
3. Райхель Б.Л., Решетилова Т.Б. Методология и нормативная база платного использования угольных месторождений // Уголь Украины. - 1994.-№4. - С.8-13.
4. Гуменик И.Л., Решетилова Т.Б. Пути интенсификации использования минерально-сырьевых ресурсов горнодобывающих регионов // Известия Днепропетровского горного института. - М.: Недра. - 1990. - С.71-75.

Приклад оформлення таблиці

Таблиця 2.3

Вплив факторів маркетингового середовища
на діяльність підприємства

№ пп	Фактор маркетингового середовища	Характеристики	Механізм впливу
1	2	3	4

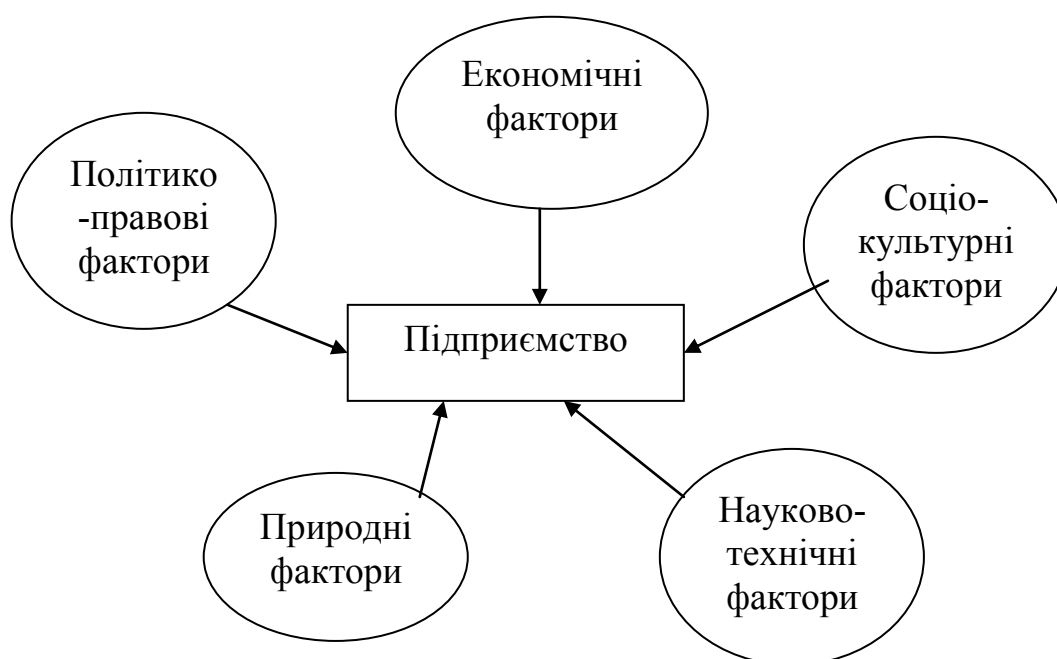
Приклад оформлення ілюстрації

Рис. 2.3 Фактори макросередовища

**Міністерство освіти і науки України
Державний вищий навчальний заклад
"Національний гірничий університет"**

Фінансово-економічний

(факультет)

Кафедра маркетингу
(повна назва)

ДЕМОНСТРАЦІЙНИЙ МАТЕРІАЛ

до дипломної роботи

магістра

(назва освітньо-кваліфікаційного рівня)

галузь знань 0305 Економіка і підприємництво

(шифр і назва галузі знань)

напрямок підготовки 6.030507 Маркетинг

(код і назва напрямку підготовки)

спеціальність 8.03050701 Маркетинг

(код і назва спеціальності)

освітній рівень магістр

(назва освітнього рівня)

кваліфікація магістр з маркетингу, економіст

(код і назва кваліфікації)

на тему: _____

Виконавець:

студент 5 **курсу, групи** МКсу-13-1м

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка	Підпис
проекту			
розділів:			

Рецензент			
Нормоконтроль			

**Дніпропетровськ
2014**

Укладач
Тетяна Борисівна Решетілова

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
до виконання дипломної роботи магістра
для студентів спеціальності 8.03050701 - „Маркетинг”

Центр маркетингових технологій
Національний гірничий університет

Підписано до друку 12.01.2005. Формат 30х42/4

Папір Pollux. Умовн. друк. арк. 1,4

Обліково-видавн. арк. 1,4 Тираж 25 прим.

Національний гірничий університет
49005, м.Дніпропетровськ – 05, просп. К.Маркса, 19