

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання дипломної роботи магістра

для студентів професійно-освітньої програми «Маркетинг»

Затверджено на засіданні НМК
зі спеціальністю 075 «Маркетинг» НТУ «ДП»
Протокол № 3 від “18”червня 2018 р.

Дніпро
2018

Методичні вказівки до виконання дипломної роботи магістра для студентів освітньо-професійної програми - "Маркетинг" / Уклад.: Т.Б. Решетілова.-Дніпро: Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», 2018.- 37 с.

Укладач:

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

Відповідальна за випуск: завідувача кафедрою маркетингу

Т.Б. Решетілова, д.е.н. професор.

Відповідальна за випуск: завідувача кафедрою маркетингу Т.Б.

Решетілова. д.е.н. професор.

Друкується в редакційній обробці укладача.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
1 ВИМОГИ ДО ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ МАГІСТРА	6
1.1 Структура роботи	6
1.2 Тема роботи	7
1.3 Рекомендована тематика роботи	8
2 МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВИКОНАННЯ РОБОТИ	11
2.1 Вступ до дипломної роботи	11
2.2 Теоретичний розділ	13
2.3 Дослідницький розділ	14
2.4 Проектний розділ	17
2.5 Заключення	17
3 ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ РОБОТИ	18
4 ОРГАНІЗАЦІЯ ВИКОНАННЯ РОБОТИ ТА ЇЇ ЗАХИСТУ	26
4.1 Обов'язки керівника	26
4.2 Обов'язки консультанта	27
4.3 Обов'язки магістра	27
4.4 Порядок рецензування	28
4.5 Порядок захисту	28
ДОДАТКИ	31

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 екзаменаційною комісією (ЕК) здійснюється державна атестація випускника. ЕК визначає рівень теоретичної підготовки студента, його готовність до самостійної наукової та виробничої діяльності за фахом і приймає рішення щодо надання професійної кваліфікації "магістр маркетингу" за спеціальністю "маркетинг".

Виконання магістерської роботи повинно підтвердити спроможність студента, в тому числі:

- виявляти проблемні ситуації в маркетинговій діяльності організації, діагностувати їх першопричини, організувати і провести комплексну діагностику стану маркетингової діяльності і розробити маркетингові заходи щодо усунення виявлених проблем;
- вміти чітко визначити актуальну наукову проблему в сфері маркетингу; мету, об'єкт та предмет дослідження, означити задачі і сформулювати план дослідження;
- у відповідності до виявленої наукової проблеми вміти узагальнювати і критично оцінювати результати, отримані вітчизняними і закордонними дослідниками;

- визначити способи аналізу і передбачення ринкових явищ та процесів із погляду фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності;

- вибирати необхідні методи і засоби вирішення наукових і практичних задач, залучаючи сучасні інформаційні технології і засоби автоматизації досліджень;

- обґрунтувати маркетингові рішення на основі використання необхідного аналітичного і методичного інструментарію;

- оцінювати ефективність використання маркетингових ресурсів організації, обґрунтувати програму їх залучення.

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

РОЗДІЛ 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 (дослідницький) розділ;

третій (проектний) розділ;

заключення;

список використаних джерел (додаток В);

додатки за сутністю роботи (при необхідності);

реферат (українською та англійською мовами);

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.

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 має бути дослідницький розділ;

- 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 075 "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 науково-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, дослідницькому, проектному.

Тема дипломної роботи магістра повинна повністю відображати зміст індивідуального завдання.

Завдання на дипломну роботу видається і затверджується одразу після закінчення науково-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.

РОЗДІЛ 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 Дослідницький 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 аналітично-дослідницькому 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 (Мікрософт 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.

Даний розділ також 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.

2.4 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 заходів, 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 можливість 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.

РОЗДІЛ 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.

Інтервал, шрифт. Робота оформлюється як рукопис, надрукований за допомогою комп'ютеру на одній стороні аркушу білого паперу формату А4 (297x210 мм), абзацний відступ 1,25 см, міжрядковий інтервал – 1,5 (до 30 рядків на сторінці) і набирається шрифтом Times New Roman Cyr, 14. Формули набираються в Microsoft Equation. Розмір шрифту для написання заголовків у рядках і колонках таблиць і пояснювальних даних на рисунках і в таблицях встановлює виконавець звіту.

Поля. Текст роботи необхідно друкувати, залишаючи поля таких розмірів: ліве - 30 мм, праве - 20 мм, верхнє - 20 мм, нижнє - 20 мм

Заголовки структурних частин роботи "ЗМІСТ", "ВСТУП", "ВИСНОВКИ", «РОЗДІЛ 1» та ін. друкують великими літерами симетрично до тексту та виділяють жирним накресленням. Заголовки підрозділів друкують маленькими літерами (крім першої) з абзацу, жирним накресленням, вирівняти за шириною. 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 заголовком, приміткою, прикладом має бути не менше ніж два міжрядкових інтервали. Не дозволено розміщувати назву розділу, підрозділу, а також пункту й підпункту на останньому рядку сторінки. Кожну структурну частину роботи треба починати з нової сторінки.

Нумерація. Першою сторінкою 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. Нумерація сторінки роботи мають бути пронумеровані арабськими цифрами (у правому верхньому куті без тире, крапки та знака №). Нумерація має бути наскрізною від титульного аркуша до останньої сторінки, включаючи всі ілюстрації та додатки. (Номер сторінки на титульному аркуші не проставляється)

Позначення сторінок дипломної роботи починається зі «ЗМІСТУ». Розділи: РЕФЕРАТ, ЗМІСТ, ВСТУП, ВИСНОВКИ, СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ, ДОДАТКИ не нумерують. Розділи пронумеровані арабськими цифрами, після номера крапку не ставлять, потім з нового рядка друкують заголовок розділу. Підрозділи нумерують у межах кожного розділу, використовуючи номер розділу і порядковий номер підрозділу, між якими ставиться крапка.

Рисунки. Рисунки (фотографії, креслення, схеми, графіки, карти, діаграми) і таблиці необхідно розміщувати безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше, або ж на наступній сторінці. Якщо ілюстрації і таблиці розміщені на окремих сторінках, то ці сторінки нумерують за загальною нумерацією сторінок. Таблицю чи ілюстрацію на аркуші формату, більшого за А4, враховують як одну сторінку і розміщують у відповідних місцях після згадування в тексті або в додатках. Рисунок розміщують по центру без абзацного відступу.

1. Якщо рисунки створені не автором звіту, подаючи їх у звіті, треба дотримуватися вимог чинного законодавства України про авторське право.

Рисунки нумерують наскрізно арабськими цифрами, крім рисунків у додатках.

Дозволено рисунки нумерувати в межах кожного розділу. У цьому разі номер рисунка складається з номера розділу та порядкового номера рисунка в цьому розділі, які відокремлюють крапкою, наприклад, «Рисунок 3.2» – другий рисунок третього розділу.

2. Рисунки кожного додатка нумерують окремо. Номер рисунка додатка складається з позначки додатка та порядкового номера рисунка в додатку, відокремлених крапкою. Наприклад, «Рисунок В.1 – _____», тобто перший рисунок додатка В.

3. Назву рисунка друкують з великої літери та розміщують під ним посередині рядка, наприклад, «Рисунок 2.1 – Схема устаткування».

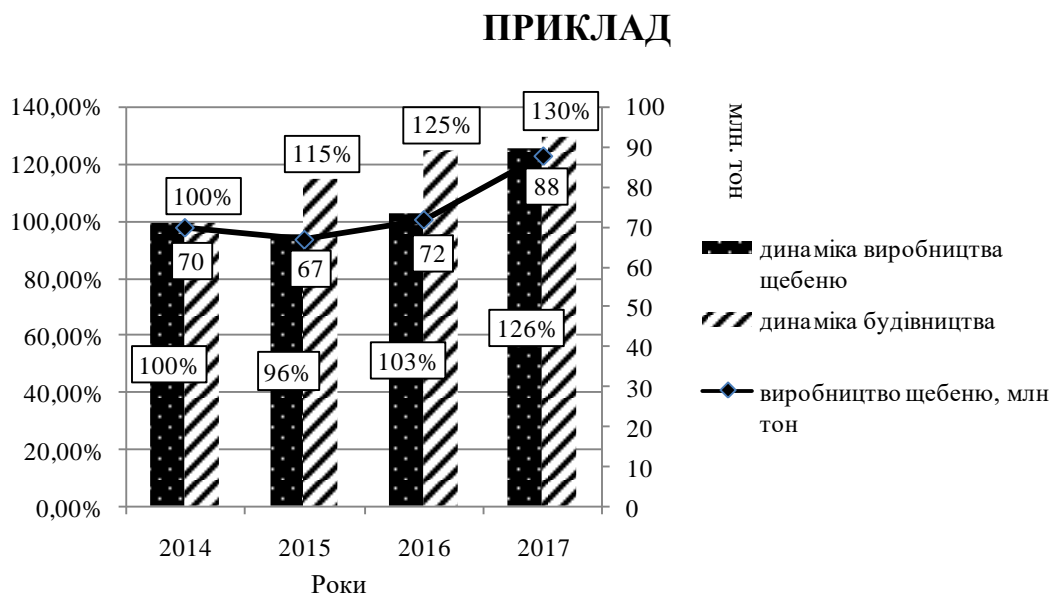


Рисунок 1.1 – Тенденції розвитку добування щебеню та будівництва 2014-2017рр.

Таблиці. Цифрові дані звіту треба оформлювати як таблицю відповідно до форми, поданої нижче. Таблицю розміщують посередині.

1. Горизонтальні й вертикальні лінії, що розмежують рядки таблиці, можна не наводити, якщо це не ускладнює користування таблицею.

ПРИКЛАД

Таблиця 1.1 – Приклад оформлення таблиць

Голова	Заголовки колонок		Заголовки колонок		Заголовки колонок	
	підзаголовк и колонок	підзаголов ки колонок	підзаголов ки колонок	підзаголовк и колонок	підзаголовк и колонок	підзаголов ки колонок
Колонка для заголовка рядків						
Колонка для заголовка рядків						
Колонка для заголовка рядків						

Таблиці нумерують наскрізно арабськими цифрами, крім таблиць у додатках.

Дозволено таблиці нумерувати в межах розділу. У цьому разі номер таблиці складається з номера розділу та порядкового номера таблиці, відокремлених крапкою, наприклад, «Таблиця 2.1» – перша таблиця другого розділу.

2. Таблиці кожного додатка нумерують окремо. Номер таблиці додатка складається з позначення додатка та порядкового номера таблиці в додатку, відокремлених крапкою. Наприклад, «Таблиця В.1 – _____», тобто перша таблиця додатка В.

Якщо рядки або колонки таблиці виходять за межі формату сторінки, таблицю поділяють на частини, розміщуючи одну частину під іншою або поруч, чи переносять частину таблиці на наступну сторінку. У кожній частині таблиці повторюють її головку та боковик.

У разі поділу таблиці на частини дозволено її головку чи боковик замінити відповідно номерами колонок або рядків, нумеруючи їх арабськими цифрами в першій частині таблиці.

Слово «Таблиця » подають лише один раз над першою частиною таблиці. Над іншими частинами таблиці з абзацного відступу друкують «Продовження таблиці » або «Кінець таблиці ____» без повторення її назви, вирівнявши за шириною.

Назву таблиці друкують з великої літери і розміщують над таблицею з абзацного відступу, вирівнявши за шириною.

Формули в роботі (якщо їх більше однієї) нумерують у межах розділу. Номер формули складається з номера розділу і порядкового номера формули в розділі, між якими ставлять крапку. Нумери формул пишуть біля правого поля сторінки на рівні відповідної формули в круглих дужках, наприклад: (3.1) (перша формула третього розділу).

1. Формули та рівняння подають посередині сторінки симетрично тексту окремим рядком безпосередньо після тексту, у якому їх згадано.

Найвище та найнижче розташування запису формул(и) та/чи рівняння(-нь) має бути на відстані не менше ніж один рядок від попереднього й наступного тексту.

2. Нумерують лише ті формули та/чи рівняння, на які є посилання в тексті звіту чи додатка.

3. Формули та рівняння у звіті, крім формул і рівнянь у додатках, треба нумерувати наскрізно арабськими цифрами. Дозволено їх нумерувати в межах кожного розділу.

4. Номер формули чи рівняння друкують на їх рівні праворуч у крайньому положенні в круглих дужках, наприклад (3). У багаторядкових формулах або рівняннях їхній номер проставляють на рівні останнього рядка

ПРИКЛАД

$$f_z(t) = z \cdot e^{-zt}, \quad (1)$$

де z – є щільність потоку потреби у відповідному товарі;
 e – фундаментальна математична константа.

Посилання. Під час написання роботи автор повинен давати посилання на використані 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. У разі посилання на структурні елементи бакалаврської роботи зазначають відповідно номери розділів, підрозділів, пунктів, підпунктів, позицій переліків, рисунків, формул, рівнянь, таблиць, додатків.

Посилаючись, треба використовувати такі вирази: «у розділі 2», «див. 2.1», «відповідно до 2.1», «(рисунок 2.3)», «відповідно до таблиці 2.3», «згідно з формулою (2.1)», «у рівняннях (2.2) – (2.5)», «(додаток Г)» тощо.

Дозволено в посиланні використовувати загальноприйняті та застандартовані скорочення згідно з ДСТУ 3582: 2013, наприклад, «згідно з рис. 1.1», «див. табл. 3.3» тощо.

Посилаючись на позицію переліку, треба зазначити номер структурного елемента роботи та номер позиції переліку з круглою дужкою, відокремлені комою. Якщо переліки мають кілька рівнів – їх зазначають, наприклад: «відповідно до 2.1, б), 2)».

Посилання на джерело інформації, наведене в переліку джерел посилання, рекомендовано подавати так: номер у квадратних дужках, за яким це джерело зазначено в переліку джерел посилання, наприклад, «у роботах [2] – [3]».

Список використаних джерел формується у порядку появи посилань у тексті.

Бібліографічний опис списку використаних джерел у роботі може оформлятися студентом за його вибором з урахуванням Національного стандарту України ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація».

Бібліографічний опис використаного джерела може обмежуватися обов'язковою інформацією, необхідною для однозначної ідентифікації цього джерела.

ПРИКЛАД

Статті

Куваєва Т.В. Дослідження особливостей транзакційної форми маркетингової діяльності промислового підприємства в умовах нестійкого попиту / Економічний вісник Державного вищого навчального закладу "Український державний хіміко-технологічний університет", 2017. №1. с. 137-141.

Підручники

Ульянченко О.В. Дослідження операцій в економіці: підручник для студентів вузів / Харк. нац. аграр. університет ім. В.Докучаєва. Харків: Гриф, 2002. 580 с.

Електронний ресурс

Куваєва Т.В. Організаційні форми маркетингової діяльності промислових підприємств в умовах нестабільності зовнішнього середовища / Науковий економічний електронний журнал «Проблеми економіки та політичної економії». НМетАУ, 2017. вип.(1). с.142-156. URL: politico.nmetau.edu.ua/journals/1/8_a_ua.p (дата звернення: 01.12.2017)

Монографія

Крикавський Є.В. Партнерські відносини на ринку B2B та B2C [монографія] / Є.В. Крикавський, І. Петецький, Я. Циран, З. Люльчак // Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2015. 232 с. (Серія «світ маркетингу і логістики»; вип.11).

Додатки. До додатків може включатися допоміжний матеріал, необхідний для повноти сприйняття роботи:

- проміжні формули і розрахунки;
- таблиці допоміжних цифрових даних;
- ілюстрації допоміжного характеру;
- інші дані та матеріали.

Додатки позначають послідовно великими літерами української абетки, крім літер Г, Є, З, І, Ї, Й, О, Ч, Ь, наприклад, ДОДАТОК А, ДОДАТОК Б. Дозволено позначати додатки літерами латинської абетки, крім літер I та O. У разі повного використання літер української і/або латинської абеток дозволено позначати додатки арабськими цифрами.

Один додаток позначають як ДОДАТОК А, друкують великими літерами симетрично до тексту та виділяють жирним накресленням.

Рисунки, таблиці, формули та рівняння в тексті додатків треба нумерувати в межах кожного додатка, починаючи з літери, що позначає додаток, наприклад, рисунок Г.3 — третій рисунок додатка Г; таблиця А.2 — друга таблиця додатка А; формула (А.1) — перша формула додатка А. Якщо в додатку один рисунок, одна таблиця, одна формула чи одне рівняння, їх нумерують, наприклад, рисунок А.1, таблиця Г.1, формула (В.1).

РОЗДІЛ 4 ОРГАНІЗАЦІЯ ВИКОНАННЯ РОБОТИ ТА ЇЇ ЗАХИСТУ

Тема і завдання на дипломну роботу видаються одразу після закінчення науково-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 ЕК.

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 ЕК 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 ЕК 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 ЕК;
- відповідей на зауваження керівника, консультанта (-ів) та

рецензента;

- підведення підсумків захисту дипломної роботи.

Під час захисту ведеться протокол засідання ЕК. Окремо відзначаються висновки ЕК 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 ЕК і один комплект-для зберігання в архіві.

Доповідь може супроводжуватися комп'ютерною презентацією.

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 ЕК 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.

ЕК 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.

ДОДАТОК А

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
"Дніпровська політехніка"

ФЕФ

(факультет)

Кафедра Маркетингу
(повна назва)

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до дипломної роботи

магістра

(назва освітньо-кваліфікаційного рівня)

галузь знань 07 Управління та адміністрування
(шифр і назва галузі знань)

спеціальність 075 Маркетинг
(код і назва спеціальності)

освітній рівень магістр
(назва освітнього рівня)

кваліфікація магістр маркетингу
(код і назва кваліфікації)

на тему: «Формування маркетингової стратегії підприємства»

Виконавець: студент 2 курсу, групи 075М-17-1

Іванов Іван Іванович

(підпис)

(Іванов І.І.)

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка	Підпис
проекту	Сидоров О.О.		
розділів:			
1. Теоретичний	Сидоров О.О.		
2. Дослідницький	Сидоров О.О.		
3. Проектний	Сидоров О.О.		
Рецензент			
Нормоконтроль	Магеррамова І.А		

Дніпро
2018

ДОДАТОК Б

**Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
"Дніпровська політехніка"**

ЗАТВЕРДЖЕНО:

завідувач кафедри
маркетингу

Решетілова Т.Б.

«_____» _____ 2018 року

ЗАВДАННЯ

на виконання кваліфікаційної роботи магістра

спеціальності 075 Маркетинг

студенту групи **075м-17-1** **Іванову І.І.**

Тема дипломної роботи магістра:

Формування маркетингової стратегії підприємства

1. ПІДСТАВИ ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ РОБОТИ

Наказ ректора НТУ "ДП" від _____ № _____

2. МЕТА ТА ВИХІДНІ ДАНІ ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ РОБІТ

Об'єкт досліджень процес просування нового підприємства на ринку

Предмет досліджень механізм маркетингової стратегії просування підприємства

Мета НДР обґрунтування маркетингового стратегічного плану виведення нового магазину на споживчий ринок

Вихідні дані для проведення роботи: матеріали науково-виробничої та науково-дослідної практик

3. ОЧІКУВАНІ НАУКОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Наукова новизна: на підставі досліджень доведено, що методи просування підприємства на ринок по різному впливають на позиціонування підприємства, тому формування маркетингової стратегії просування є необхідністю для стабільної діяльності

Практична цінність: розроблено програму заходів по просуванню підприємства

на споживчому ринку, сформовано бюджет та оцінено доцільність

4. ВИМОГИ ДО РЕЗУЛЬТАТІВ ВИКОНАННЯ РОБОТИ (Обґрунтування економічної доцільності запропонованих маркетингових заходів). Запропоновані заходи просування нового магазину дозволяють за рік досягти товарообігу у ***,* тис. грн. і отримати чистий прибуток **, * тис. грн. Отже, запропоновані заходи можна охарактеризувати як ефективні, а тому прийнятними для реалізації.

5. ЕТАПИ ВИКОНАННЯ РОБІТ

Найменування етапів робіт	Строки виконання робіт (початок-кінець)
Теоретичні дослідження	
Ринкові дослідження	
Обґрунтування та розробка маркетингових заходів	
Оформлення дипломної роботи магістра	

6 РЕАЛІЗАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ

Економічний ефект: Ефективність запропонованих заходів становить 23%.

Соціальний ефект: За рахунок впроваджених заходів реалізується спрощений доступ до широкого асортименту товарів

7 ДОДАТКОВІ ВИМОГИ (Оприлюднення результатів досліджень)

Ivanov I. Analysis of the market of office supplies// Majesty of Marketing: Materials of the International conference for the students and junior research staff. - Dnipro, National Mining University, 2017 – p. 150-151

Завдання видав _____

(підпис)

Сидоров О.О.

(прізвище, ініціали)

Завдання прийняв до виконання _____

(підпис)

Іванов І.І.

(прізвище, ініціали)

Дата видачі завдання: 03.09.2018 р.

Термін подання дипломної роботи магістра до ЕК _____.12.2018 р.

ДОДАТОК В

Приклад списку використаних джерел

Статті

Куваєва Т.В. Дослідження особливостей транзакційної форми маркетингової діяльності промислового підприємства в умовах нестійкого попиту / Економічний вісник Державного вищого навчального закладу "Український державний хіміко-технологічний університет", 2017. №1. с. 137-141.

Підручники

Ульянченко О.В. Дослідження операцій в економіці: підручник для студентів вузів / Харк. нац. аграр. університет ім. В.Докучаєва. Харків: Гриф, 2002. 580 с.

Електронний ресурс

Куваєва Т.В. Організаційні форми маркетингової діяльності промислових підприємств в умовах нестабільності зовнішнього середовища / Науковий економічний електронний журнал «Проблеми економіки та політичної економії». НМетАУ, 2017. вип.(1). с.142-156. URL: politico.nmetau.edu.ua/journals/1/8_a_ua.p (дата звернення: 01.12.2017)

Монографія

Крикавський Є.В. Партнерські відносини на ринку B2B та B2C [монографія] / Є.В. Крикавський, І. Петецький, Я. Циран, З. Люльчак // Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2015. 232 с. (Серія «світ маркетингу і логістики»; вип.11).

ДОДАТОК Г

Приклад оформлення таблиці

Таблиця 1.1 – Приклад оформлення таблиць

Голова	Заголовки колонок		Заголовки колонок		Заголовки колонок	
	підзаголовк и колонок	підзаголов ки колонок	підзаголов ки колонок	підзаголовк и колонок	підзаголовк и колонок	підзаголов ки колонок
Колонка для заголовка рядків						
Колонка для заголовка рядків						
Колонка для заголовка рядків						

Приклад оформлення рисунку

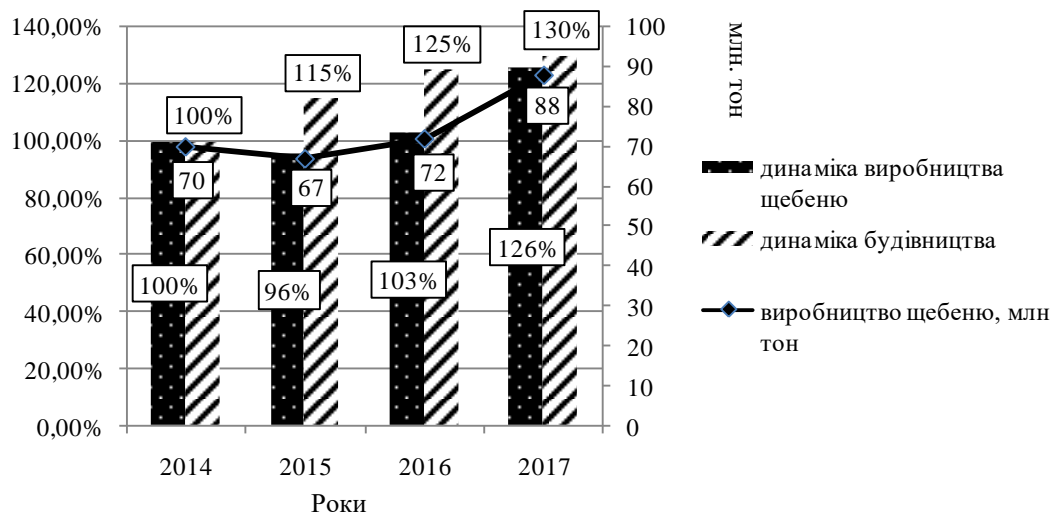


Рисунок 1.1 – Тенденції розвитку добування щебеню та будівництва 2014-2017рр.

ДОДАТОК Д

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
"Дніпровська політехніка"

ФЕФ

(факультет)

Кафедра Маркетингу
(повна назва)

ДЕМОНСТРАЦІЙНИЙ МАТЕРІАЛ

до дипломної роботи

магістра

(назва освітньо-кваліфікаційного рівня)

галузь знань 07 Управління та адміністрування
(шифр і назва галузі знань)

спеціальність 075 Маркетинг
(код і назва спеціальності)

освітній рівень магістр
(назва освітнього рівня)

кваліфікація магістр маркетингу
(код і назва кваліфікації)

на тему:

Формування маркетингової стратегії підприємств

Виконавець: студент 2 курсу, групи 075м-17-1

Іванов Іван Іванович

(підпис)

(Іванов І.І.)

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка	Підпис
проекту	Сидоров О.О.		
розділів:			
1. Теоретичний	Сидоров О.О.		
2. Дослідницький	Сидоров О.О.		
3. Проектний	Сидоров О.О.		
Рецензент			
Нормоконтроль	Магеррамова І.А		

Дніпро
2018

Укладач
Тетяна Борисівна Решетілова

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
до виконання дипломної роботи магістра
для студентів професійно-освітньої програми «Маркетинг»

Центр маркетингових технологій
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Підписано до друку 12.07.2018. Формат 30x42/4
Папір Pollux. Умовн. друк. арк. 1,4
Обліково-видавн. арк. 1,4 Тираж 25 прим.

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»
49005, м.Дніпро – 05, просп. Д.Яворницького, 19