

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА
ДИЗАЙНУ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА КОМУНІКАЦІЙНОГО ДИЗАЙНУ**

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ
РОБОТИ**

**РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ ДРУГИЙ (МАГІСТЕРСЬКИЙ)
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ D БІЗНЕС, АДМІНІСТРУВАННЯ ТА ПРАВО
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ D5 МАРКЕТИНГ
ОСВІТНЯ ПРОГРАМА КОМУНІКАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ**

КИЇВ 2025

Методичні рекомендації з виконання кваліфікаційної роботи, рівень вищої освіти другий (магістерський), галузь знань D Бізнес, адміністрування та право, спеціальність D5 Маркетинг, освітня програма Комунікаційний маркетинг/ укл. Євсейцева О.С., Бебко С.В., Орел А.М., Квіта Г.М., Шіковець К.О., Городецький Ю.Д., Шевчук П.Д. - Київ: КНУТД, 2025. - 37 с.

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Загальні положення.....	5
Права та обов'язки здобувача освіти, наукового керівника, рецензента кваліфікаційної роботи.....	7
Структура та зміст кваліфікаційної роботи.....	9
Вимоги до оформлення кваліфікаційної роботи.....	16
Дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти при написанні кваліфікаційної роботи.....	20
Захист кваліфікаційної роботи	21
Додатки	24

Вступ

Методичні рекомендації з виконання кваліфікаційної роботи розроблено відповідно до вимог галузевого стандарту вищої освіти України з підготовки фахівців за другим (магістерським) рівнем вищої освіти галузі знань D Бізнес, адміністрування та право, спеціальності D5 «Маркетинг».

Методичні рекомендації з виконання кваліфікаційної роботи складено з метою надання допомоги здобувачам освіти щодо організації виконання кваліфікаційної роботи магістра, розуміння завдань, змісту, структури, правил оформлення та представлення кваліфікаційної роботи магістра до захисту, а саме:

Вимоги до змісту кваліфікаційної роботи: кваліфікаційна робота має базуватися на ґрунтовному аналізі законодавства України, спеціальній літературі з маркетингу, актуальних наукових дослідженнях, а також реальних даних, зібраних здобувачем освіти під час проходження ним переддипломної практики; особливий акцент у роботі робиться на власних дослідженнях здобувача освіти та практичному застосуванні отриманих ним результатів.

Організація кваліфікаційної роботи: до виконання кваліфікаційної роботи допускаються здобувачі освіти, які завершили навчальну програму, склали всі іспити, заліки, пройшли виробничу, переддипломну практики та успішно захистили звіти. Кожному здобувачу освіти призначається науковий керівник, який надає науково-методичну допомогу здобувачу освіти у його самостійній роботі над написанням кваліфікаційної роботи, контролює графік виконання роботи та готує здобувача освіти до захисту кваліфікаційної роботи.

Структура та оформлення кваліфікаційної роботи:

кваліфікаційна робота повинна мати чітку структуру (титульна сторінка, зміст, вступ, основна частина (розділи), висновки, список використаних джерел та додатки); оформлення кваліфікаційної роботи має відповідати затвердженим стандартам (ДСТУ), які включають вимоги до шрифту, інтервалу, полів сторінки, нумерації тощо.

Процес захисту та оцінювання кваліфікаційної роботи: кваліфікаційна робота подається на кафедру маркетингу в установлені строки для перевірки відповідності методичним вимогам; науковий керівник надає відгук на роботу, а рецензент здійснює оцінку кваліфікаційної роботи; публічний захист кваліфікаційної роботи відбувається перед екзаменаційною комісією, де здобувач освіти презентує свої дослідження, обґрунтовує висновки та відповідає на запитання.

1. Загальні положення

Кваліфікаційна робота є підсумковою науковою роботою, що засвідчує рівень засвоєння здобувачем освіти теоретичних знань та практичної підготовки, дає змогу виявити здатність здобувача освіти до самостійної роботи за спеціальністю D5 Маркетинг. Кваліфікаційна робота повинна поглибити і закріпити знання, набуті здобувачем освіти під час теоретичного навчання і практичної підготовки у закладі вищої освіти.

Тему кваліфікаційної роботи здобувач освіти може обрати з орієнтовного переліку тем кваліфікаційних робіт які рекомендує кафедра маркетингу (Додаток М), а також здобувач освіти може запропонувати власну тему, з урахуванням напрямів наукової роботи кафедри маркетингу, про що пише відповідну заяву (Додаток А). Кафедра маркетингу проводить розподіл тем кваліфікаційних робіт на основі заяв здобувачів освіти та призначає наукового керівника який у подальшому консулює здобувача освіти, надає науково-методичну допомогу при написанні та підготовці до захисту кваліфікаційної роботи. Науковий керівник доводить до відома здобувача освіти вимоги щодо змісту, оформленню, термінів виконання кваліфікаційної роботи. Теми кваліфікаційних робіт здобувачів освіти узгоджені та затверджені наказом ректора до початку переддипломної практики. Тема кваліфікаційної роботи може бути уточнена за бажанням здобувача освіти та наукового керівника, та відповідно оформлена додатковим наказом.

Основними завданнями кваліфікаційної роботи є:

- систематизація та поглиблення теоретичних і методичних знань у межах обраної тематики дослідження;
- використання методологічних основ та проведення аналізу із застосуванням сучасних методів і інструментів;
- аналіз і розробка альтернативних способів вирішення поставлених завдань;
- обґрунтування наукових і практичних рішень, що пропонуються.

Під час виконання кваліфікаційної роботи здобувач освіти самостійно планує, організовує та проводить наукове дослідження, виявляючи вміння діалектично мислити і творчо застосовувати отримані результати з метою оптимального вирішення проблем, що виникають у досліджуваній сфері.

Кваліфікаційна робота має виконуватися на матеріалах функціонуючого підприємства (організації, фірми), з діяльністю якого

здобувач освіти ознайомився в процесі проходження переддипломної практики. У процесі виконання кваліфікаційної роботи здобувачу освіти необхідно раціонально поєднувати теоретичні знання з науково-виробничим досвідом та максимально застосовувати досягнення міжнародних практик з маркетингу при визначенні конкретних пропозицій щодо розвитку підприємства (організації, фірми). На високому професійному рівні проводити розрахунки обраних науково-практичних рішень (застосовувати сучасні математичні і технічні засоби).

Кваліфікаційна робота повинна бути логічно побудована, містити глибокий аналіз досліджуваної проблеми, реальні пропозиції щодо вдосконалення діяльності підприємства (організації, фірми). Висновки у роботі мають бути аргументованими та обґрунтованими. Результати наукового дослідження обов'язково мають бути опубліковані у вигляді статей у друкованих чи електронних наукових виданнях і матеріалів доповідей наукових конференцій.

Кваліфікаційна робота повинна виконуватися у повній відповідності із затвердженим завданням та календарним планом *(Додаток В)*. Відповідно до календарних етапів здобувач освіти має подавати роботу частинами на перегляд, а у встановлений графіком кінцевий термін подати завершену кваліфікаційну роботу для написання відгуку науковому керівнику роботи. У випадках відставання від графіка здобувач освіти зобов'язаний подати письмове пояснення своєму науковому керівнику або завідувачу кафедри маркетингу.

За десять календарних днів до захисту науковий керівник подає в електронному вигляді (у форматі .doc) одним файлом з титульною сторінкою кваліфікаційну роботу у відділ моніторингу якості підготовки фахівців та аналітичної роботи, на перевірку наявності ознак плагіату. Кваліфікаційна робота, яка не пройшла перевірку на наявність ознак плагіату, до захисту не допускається і рішенням екзаменаційної комісії знімається з розгляду, виставляється незадовільна оцінка. Повторний допуск до захисту можливий не раніше наступного семестру.

Прошита кваліфікаційна робота подається особисто здобувачем освіти рецензенту для надання рецензії *(Додаток К)*. Рецензування кваліфікаційних робіт проводять кваліфіковані фахівці відповідної галузі виробничих, наукових і проектних організацій, закладів освіти тощо. Вони можуть бути практиками або представниками наукового середовища. Негативна оцінка рецензента не є підставою для відхилення рекомендації наукового керівника до захисту кваліфікаційної роботи здобувачем освіти.

Захист кваліфікаційної роботи відбувається публічно на засіданні екзаменаційної комісії. Здобувачу освіти, який успішно захистив кваліфікаційну роботу, рішенням комісії надається освітній ступінь «магістр». На підставі цих рішень в Університеті видається наказ про завершення навчання і видається документ про освіту (кваліфікацію) державного зразка.

Кваліфікаційна робота яка не відповідає вимогам щодо змісту, оформленню, написана без дотримання затвердженого плану, не містить матеріалів конкретного дослідження на обраному підприємстві, не має обґрунтованих пропозицій, виконана з порушенням затвердженого графіку, не має позитивних висновків по рецензії та відгуку, має ознаки плагіату, порушення академічної доброчесності, до захисту не допускається. Здобувачі освіти, які не подали кваліфікаційні роботи у визначені терміни та здобувачі освіти, у яких відсутня апробація результатів дослідження до захисту також не допускаються. Рішення про готовність до захисту кваліфікаційної роботи приймається на засіданні кафедри маркетингу.

2. Права та обов'язки здобувача освіти, наукового керівника, рецензента кваліфікаційної роботи

Права та обов'язки здобувача освіти щодо виконання кваліфікаційної роботи:

- здобувач освіти має право обрати тему кваліфікаційної роботи з числа запропонованих кафедрою або запропонувати власну тему в межах напряму наукових досліджень кафедри маркетингу з вмотивованим обґрунтуванням доцільності її розробки і можливості виконання;
- здобувач освіти має право у разі обґрунтованої необхідності може ініціювати питання щодо уточнення теми кваліфікаційної роботи;
- здобувач освіти зобов'язаний своєчасно (у встановлені терміни) обрати тему кваліфікаційної роботи;
- здобувач освіти зобов'язаний отримати завдання від наукового керівника, опрацювати матеріали, необхідні для виконання кваліфікаційної роботи під час проходження переддипломної практики;
- здобувач освіти зобов'язаний відвідувати консультації, призначені науковим керівником під час написання кваліфікаційної роботи;
- здобувач освіти зобов'язаний розробити та узгодити з науковим керівником календарний план виконання кваліфікаційної роботи;

- здобувач освіти зобов'язаний регулярно інформувати наукового керівника про стан виконання кваліфікаційної роботи відповідно до плану, та своєчасно надавати на вимогу керівника необхідні матеріали для перевірки;
- здобувач освіти зобов'язаний обґрунтувати прийняті рішення, розрахунки, якість оформлення роботи та графічного матеріалу, їх відповідність методичним рекомендаціям, чинним нормативним документам та стандартам вищої освіти, положенням Університету;
- здобувач освіти зобов'язаний дотримуватися календарного плану виконання кваліфікаційної роботи, своєчасно та адекватно коригувати роботу відповідно до зауважень та рекомендацій наукового керівника;
- здобувач освіти зобов'язаний надавати кваліфікаційну роботу на перевірку науковому керівнику у встановлений термін і після виправлення зауважень повторно подавати роботу керівнику для отримання відгуку;
- здобувач освіти зобов'язаний особисто подати кваліфікаційну роботу рецензенту;
- здобувач освіти зобов'язаний ознайомитися зі змістом відгуку та рецензії на кваліфікаційну роботу та підготувати (за необхідності) аргументовані відповіді на зауваження під час захисту в екзаменаційній комісії;
- здобувач освіти зобов'язаний отримати необхідні підписів на завданні, а також резолюцію завідувача кафедри маркетингу про допуск кваліфікаційної роботи до захисту;
- здобувач освіти зобов'язаний подати кваліфікаційну роботу до екзаменаційної комісії у термін, затверджений завідувачем кафедри маркетингу;
- здобувач освіти зобов'язаний своєчасно прибути на захист кваліфікаційної роботи або попередити завідувача кафедри маркетингу та голову екзаменаційної комісії (у письмовій формі, через секретаря ЕК) про неможливість присутності на захисті з зазначенням причини та наданням документів, які засвідчують її поважність.

Права та обов'язки наукового керівника кваліфікаційної роботи:

- надання рекомендацій здобувачу освіти щодо обрання теми кваліфікаційної роботи;
- спільне зі здобувачем освіти визначення мети, завдання, предмету і об'єкту дослідження, складання плану кваліфікаційної роботи;

- видача завдання на кваліфікаційну роботу включаючи визначення календарного плану та його виконання;
- надання рекомендацій щодо опрацювання необхідної літератури, нормативних та довідкових матеріалів, наукових видань тощо згідно з тематикою кваліфікаційної роботи;
- надання організаційної та науково-методичної допомоги шляхом проведення систематичних консультацій відповідно до встановленого графіка;
- контроль ходу виконання роботи, звітування на засіданні кафедри маркетингу про стан виконання кваліфікаційної роботи. У разі суттєвих порушень виконання календарного плану, які можуть призвести до зриву встановлених термінів подання кваліфікаційної роботи до захисту, інформування керівництва кафедри маркетингу з метою прийняття необхідних заходів аж до прийняття рішення про недопущення здобувача освіти до захисту кваліфікаційної роботи;
- перевірка та оформлення виконаної кваліфікаційної роботи відповідно до вимог;
- підготовка відгуку про виконання здобувачем освіти кваліфікаційної роботи. У разі невиконання здобувачем освіти рекомендацій щодо виправлення таких помилок, науковий керівник зазначає це у своєму відгуку (Додаток Ж);
- підготовка здобувача освіти до участі у наукових конференціях, науково-методичних семінарах, конкурсах наукових, творчих робіт;
- підготовка здобувача освіти до захисту кваліфікаційної роботи.

Права та обов'язки рецензента кваліфікаційної роботи:

- ознайомлення із змістом пояснювальної записки та ілюстративним матеріалом кваліфікаційної роботи, якістю та повнотою розробки за темою кваліфікаційної роботи звертаючи увагу на науковість, сучасність та раціональність прийнятих рішень, а також правильність розрахунків, використання новітніх технологій, дотримання вимог стандартів вищої освіти тощо. За необхідності, рецензент отримує від здобувача освіти пояснення (в усній формі) щодо суті кваліфікаційної роботи;
- написання рецензії на кваліфікаційну роботу на бланку встановленого зразка (Додаток К).

3. Структура та зміст кваліфікаційної роботи

Структура кваліфікаційної роботи визначається її темою і відображається у змісті. Здобувач освіти самостійно або за рекомендацією наукового керівника добирає інформаційні джерела та відповідні нормативні документи і складає проект змісту, який обговорює з науковим керівником. Незалежно від обраної теми, структура кваліфікаційної роботи складається з таких елементів:

- титульний аркуш (Додаток Б);
- завдання кваліфікаційної
- роботи (Додаток В);
- анотація та ключові слова українською та англійською мовами
- 1 сторінка (Додаток Г);
- зміст - 1 сторінка (Додаток Д);
- вступ - 2-3 сторінки;
- основна частина, що містить такі структурні елементи: розділи та підрозділи – 75-80 сторінок;
- висновки – 2-4 сторінки;
- список використаних джерел посилання – не менше 30;
- додатки.

Титульний аркуш є першою сторінкою кваліфікаційної роботи і повинен мати всі реквізити та підписи на бланку встановленого зразка (Додаток Б), а саме: повна назва міністерства, якому підпорядковано заклад вищої освіти; повна назва закладу вищої освіти; повна назва факультету, повна назва випускової кафедри; тема кваліфікаційної роботи відповідно до наказу; відомості про виконавця кваліфікаційної роботи; відомості про наукового керівника (науковий ступінь, вчене звання), прізвище, ім'я та його підпис; відомості про рецензента та його підпис; місце знаходження навчального закладу та рік виконання кваліфікаційної роботи.

Завдання кваліфікаційної роботи оформлюється на окремому бланку встановленого зразка (Додаток В) і розміщується після титульного листа. Завдання на кваліфікаційну роботу складається науковим керівником разом зі здобувачем освіти перед початком переддипломної практики, уточняється за її підсумками, затверджується завідувачем кафедри маркетингу і видається здобувачу освіти за його власноручним підписом.

У завданні зазначаються: інформація про заклад вищої освіти, факультет, випускову кафедру, спеціальність та освітню програму; тему кваліфікаційної роботи та наказ ректора (номер та дата затвердження теми кваліфікаційної роботи та наукового керівника); термін виконання

кваліфікаційної роботи; зміст пояснювальної записки (перелік усіх її розділів); перелік ілюстративного матеріалу (креслень, діаграм, плакатів тощо); календарний план (перелік та планові терміни виконання конкретних завдань за кожним розділом роботи; видачі завдання на кваліфікаційну роботу; підписи наукового керівника, здобувача освіти, рецензента та засвідчення відділом моніторингу якості підготовки фахівців та аналітичної роботи результату проходження кваліфікаційної роботи на перевірку ознак плагіату.

В анотації зазначається прізвище та ініціали здобувача освіти, назва кваліфікаційної роботи, основний зміст та результати дослідження (Додаток Г). Анотація повинна бути написана українською та англійською мовами, розміщуватися на окремому аркуші разом з ключовими словами та передувати змісту. Ключові слова (слова специфічної термінології за темою, які найчастіше зустрічаються у кваліфікаційній роботі) наводяться у називному відмінку. Кількість ключових слів – 3-5.

Зміст кваліфікаційної роботи містить найменування всіх структурних частин пояснювальної записки (Додаток Д). Зміст кваліфікаційної роботи визначається її темою і відтворюється у плані, розробленому здобувачем освіти за допомогою наукового керівника на підставі вивчення відповідних нормативних документів та необхідних літературних джерел. Зміст кваліфікаційної роботи повинен містити: вступ, три розділи, висновки; список використаних джерел та додатки. Такі елементи роботи, як титульна сторінка, завдання на кваліфікаційну роботу та анотація у змісті не зазначаються.

У вступі кваліфікаційної роботи розкривається суть та стан проблеми (задачі), її значущість, підстави та вихідні дані для виконання кваліфікаційної роботи за даною темою, обґрунтовуються методи дослідження, характеризуються отримані результати. Характеристику кваліфікаційної роботи у вступі рекомендується подавати в такій послідовності:

Актуальність теми: подається коротка характеристика суті та стану проблеми, що досліджується, обґрунтовується доцільність розробки теми для розвитку Національної економіки та економіки підприємства (організації, фірми) – бази дослідження, наводиться перелік провідних вітчизняних та зарубіжних вчених, що працюють над проблемою, із зазначенням посилань на їх праці, які досліджувались в процесі виконання роботи. Висвітлення актуальності не повинно бути багатослівним.

Об'єкт дослідження: це процес, система або явище, що породжує проблемну ситуацію і обране для дослідження.

Предмет дослідження: все те, що знаходиться в межах об'єкта дослідження у визначеному аспекті пізнання. Це одна з актуальних проблем, яка потребує вирішення професійних завдань, передбачених у вимогах до здобувача освіти відповідної освітньої програми. Об'єкт і предмет дослідження є категоріями наукового процесу і співвідносяться між собою як загальне і часткове. У об'єкті виділяється та його частина, що служить предметом дослідження. Саме на нього і спрямована основна увага здобувача освіти, саме предмет дослідження визначає тему кваліфікаційної роботи.

Мета і завдання дослідження: зазвичай, тісно переплітається з назвою роботи і повинна чітко вказувати, що саме вирішується. Мета дослідження це запланований результат вирішення визначеної проблеми із використанням теоретичних, методичних і практичних положень та методів дослідження. Метою дослідження кваліфікаційної роботи є покращення властивостей, показників обраного об'єкта дослідження. Мета дослідження пов'язана з об'єктом і предметом дослідження, а також з його кінцевим результатом і шляхом його досягнення. Не слід формулювати мету як «Дослідження...», «Вивчення...», тому що ці слова вказують на засіб досягнення, а не на саму мету. Мету слід формулювати, починаючи зі слів «Дослідити...», «Вивчити...», «Розробити...» і т. ін. Завдання це те, що підлягає дослідженню у розділах роботи. Завдання необхідно формулювати якомога ретельніше, оскільки опис їх вирішення має скласти зміст розділів кваліфікаційної роботи.

Методи дослідження: це спосіб набуття достовірних наукових знань, умінь та практичних навичок у різних сферах діяльності. Подається перелік використаних методів дослідження для досягнення поставленої в роботі мети. Перераховувати їх треба не відірвано від змісту роботи, а коротко та змістовно визначаючи, що саме досліджувалось тим чи іншим методом. Це дасть змогу пересвідчитися в логічності та прийнятності вибору саме цих методів.

Практичне значення одержаних результатів: зазначають, де і яким чином можуть бути використані результати дослідження. У роботі, що має теоретичне значення, наводяться відомості про наукове використання результатів досліджень або рекомендації щодо їх використання, а в роботі, що має прикладне значення – відомості про практичне застосування отриманих результатів або рекомендації щодо їх використання.

Апробація одержаних результатів: виступи на наукових конференціях, публікації у фахових виданнях тощо. Подаються відомості про участь

здобувача освіти у міжнародних, всеукраїнських науково-практичних конференціях, круглих столах, конкурсах наукових та творчих робіт тощо. Необхідно зазначити назву конференції, місто, термін проведення. Обсяг вступу не повинен перевищувати 2-3 сторінки.

Основна частина кваліфікаційної роботи розкриває її суть. Матеріал основної частини подається у розділах, які можуть поділятися на підрозділи. Кожний розділ починається з нової сторінки і повинен мати завершену форму (висновки).

Теоретичний розділ включає, зазвичай, три підрозділи. У ньому визначаються роль та місце досліджуваних явищ і процесів у діяльності підприємства (організації, фірми), відповідно до обраної теми, розкриваються орієнтовно такі питання: основні категорії та терміни, система показників, існуючі методи та методичні підходи щодо вивчення обраної проблеми, вибір системи показників і методичних підходів як інструменту для аналітичного розділу. Розділ виконується з використанням різних літературних джерел, порівнянням точок зору авторів на проблему, що досліджується. Обов'язковим є посилання на літературне джерело. В цьому розділі визначаються роль та місце досліджуваних явищ і процесів у діяльності підприємства (організації, фірми). У ньому також обґрунтовується теоретична база обраної теми дослідження, здійснюється огляд літературних джерел, наукових досягнень, тощо. На основі вивчення наукової та навчально-методичної літератури, в тому числі іноземної, розкриваються підходи різних авторів до розв'язання проблеми, зазначається, у чому полягає подібність, а у чому – відмінність їх поглядів, а також обґрунтовуються власні погляди на проблему. У цьому розділі подається оцінка діючих законів, постанов, указів та інших розпорядчих документів, нормативної та довідкової бази за досліджуваною проблемою. Розкривається власне розуміння цієї бази, обґрунтовуються значення окремих документів. Доцільним є теоретичне обґрунтування, суть, значення, класифікаційні характеристики, історія та сучасні тенденції предмету дослідження. Методичні підходи повинні мати певні елементи наукової новизни, полемічності, власної позиції щодо обраних методів дослідження, що дає змогу перейти в наступному розділі до конкретного аналітичного дослідження.

Обсяг першого розділу не повинен перевищувати 25% загального обсягу кваліфікаційної роботи.

Аналітичний розділ включає, зазвичай, три підрозділи, що забезпечують логічну послідовність дослідження. Вони мають стати перехідним до наступного третього розділу і поєднати набуті теоретичні знання та вміння,

використовувати обрані методи і певний методичний інструментарій. Цей розділ містить детальний аналіз ринку на якому функціонує досліджуване підприємство (організація, фірма), соціально-економічний аналіз діяльності підприємства (організації, фірми), що є об'єктом дослідження, опис, маркетингове діагностування діяльності підприємства (організації, фірми), щодо обраного напрямку дослідження, ґрунтовний маркетинговий аналіз із використанням накопиченого фактичного матеріалу та із залученням усіх теоретичних знань, певного методичного інструментарію. Загальна характеристика підприємства (організації, фірми), та дослідження господарської діяльності підприємства (організації, фірми), повинні розкривати такі питання: історична довідка та організаційно-правова форма, асортимент продукції, цінова політика, збут продукції, комунікаційна складова, організаційна структура управління. Маркетинговий аналіз основних показників роботи підприємства (організації, фірми) потребує здійснення оцінки діяльності об'єкта дослідження в динаміці за кілька останніх років (не менше трьох). Необхідно здійснити маркетинговий аналіз стану підприємства (організації, фірми), зробити висновки, а також акцентувати увагу на проблемних питаннях діяльності підприємства (організації, фірми), особливо тих, що визначаються темою роботи. Ключовими словами назви параграфів цього розділу є наступні: «Характеристика.....», «Сучасний стан.....», «Аналіз.....», «Дослідження.....», «Особливості.....». Усі аналітичні розрахунки, таблиці, графіки, діаграми мають супроводжуватися тлумаченням та висновками, які дозволяють визначити сутність управлінських процесів, що спостерігаються на підприємстві (організації, фірмі), їх особливості, тенденції, створити базу для виявлення невикористаних резервів. Аналіз проблеми повинен здійснюватися з урахуванням чинників позитивного та негативного впливу. Текст доцільно ілюструвати реальними документами, що наводяться у додатках, та обов'язково стисло коментувати їх. Для виконання другого розділу здобувач освіти має зібрати фактичні дані під час переддипломної практики. За достовірність інформаційної бази несе відповідальність здобувач освіти. Достовірність цифрового матеріалу, який використовується для аналізу діяльності підприємства (організації, фірми), визначається статистичною звітністю підприємства (організації, фірми), що подається у кваліфікаційній роботі у вигляді додатків. Правильність розрахунків перевіряється керівником. В аналітичних розрахунках доцільне застосування економіко-математичних методів (наприклад, кореляційно-регресійний аналіз). Результатом даного розділу мають бути виявлені резерви, на яких потім базуватиметься розроблення рекомендаційного розділу. Особливе значення має правильне узагальнення накопиченого фактичного матеріалу,

групування та обробка даних, на основі яких здійснюється кваліфікований аналіз, обґрунтовуються пропозиції.

Обсяг другого розділу – у межах 35% загального обсягу кваліфікаційної роботи.

Завданням третього рекомендаційного розділу є розроблення конкретних рекомендацій, маркетингових пропозицій управління параметрами розвитку та діяльності підприємства (організації, фірми). Викладення матеріалу рекомендується подавати у такій послідовності: зробити підсумок виявлених в аналітико-дослідницькому підрозділі проблем, з'ясувати резерви, які можуть бути використані для їх подолання, на цій основі розробити конкретні рекомендації щодо вдосконалення маркетингової діяльності підприємства (організації, фірми), у відповідності до обраного напрямку дослідження. Ключовими словами у назвах параграфів рекомендаційного розділу є: «Основні напрямки здійснення....», «Пропозиції щодо удосконалення....», «Стратегія розвитку....», «Удосконалення...».

Детальні пропозиції щодо удосконалення маркетингової діяльності підприємства (організації, фірми), мають відповідати напряму дослідження: з розгорнутим обґрунтуванням, як наслідок висновків з аналізу, що проведено у другому розділі, відштовхуючись від виявлених відхилень, проблем та недоліків. Пропозиції здобувача освіти щодо практичного вирішення досліджуваної теми повинні відповідати критеріям практичного значення.

Рекомендований обсяг третього розділу – 35% загального обсягу кваліфікаційної роботи.

Висновки містяться підсумки проведеного дослідження, основні результати, рекомендації щодо їх практичного використання. Висновки формуються відповідно до поставлених завдань. Власні пропозиції щодо розв'язання проблемних питань відповідного об'єкта дослідження повинні кореспондуватися з висновками.

Список використаних джерел містить найменування та вихідні дані всіх використаних праць (монографій, наукових статей, наукових збірників, посібників, підручників, програм, законів, періодичних і архівних джерел тощо). Список використаних джерел формується в алфавітному порядку та оформляється згідно ДСТУ 8302:2015. Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання, прийнятого Наказом ДП «УкрНДНЦ» від 22.06.2015 р. № 61 (*Додаток Л*). Використання російськомовних джерел при написанні кваліфікаційної роботи не допускається.

Додатки розміщуються після списку використаних джерел. Вони мають включати допоміжний матеріал, необхідний для повноти сприйняття роботи

(таблиці, графіки, ілюстрації, ескізи, замальовки, фотографії, рекомендації, акти щодо впровадження) і наводяться тільки в разі необхідності, якщо ця інформація не може бути поміщена безпосередньо у тексті кваліфікаційної роботи.

Апробація результатів дослідження та інші публікації. Подаються відомості (копії публікацій у наукових фахових виданнях, у матеріалах конференцій та інших виданнях, сертифікати, дипломи, грамоти) про участь здобувача освіти у міжнародних, всеукраїнських науково-практичних конференціях, круглих столах, наукових та творчих конкурсах тощо.

4. Вимоги до оформлення кваліфікаційної роботи

Кваліфікаційна робота має відповідати загальним вимогам відповідно до державних стандартів. Кваліфікаційна робота повинна мати обсяг 55-65 сторінок надрукованого тексту на одному боці аркушу білого паперу формату А4. Матеріали кваліфікаційної роботи слід подати у такій послідовності:

- титульна сторінка (Додаток Б);
- бланк завдання (Додаток В);
- анотація (Додаток Г);
- зміст (Додаток Д);
- вступ;
- основна частина;
- висновки;
- перелік використаних джерел (Додаток Л);
- додатки.

Мова кваліфікаційної роботи – українська, з дотриманням академічної доброчесності, стиль викладення – діловий, чіткий, без орфографічних і синтаксичних помилок, логічно-послідовний.

Кваліфікаційна робота має бути надрукована на одному боці сторінок стандартного білого паперу формату А4 (210×297 мм), текст – 14-й кегль, 1,5 інтервалу між рядками, шрифт – Times New Roman. Текст кваліфікаційної роботи розміщується на аркуші з дотриманням таких розмірів берегів: з лівого боку – 30 мм, з правого – 10 мм, зверху – 20 мм, знизу – 20 мм. Роздруковані документи прикладних програм мають відповідати формату А4 і розміщуватися, як правило, у додатках.

Заголовки структурних частин кваліфікаційної роботи друкуються маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу. Крапка в кінці заголовка не ставиться. Відстань між заголовком, приміткою, прикладом і подальшим або попереднім текстом має бути не менше ніж два міжрядкові

інтервали. Кожну структурну частину кваліфікаційної роботи слід починати з нової сторінки.

Сторінки кваліфікаційної роботи нумерують наскрізно арабськими цифрами, охоплюючи додатки. Номер сторінки роботи, яка виконана на аркушах формату А4, проставляють праворуч у верхньому куті сторінки без крапки в кінці.

Титульний аркуш (завдання та анотація) входять до загальної нумерації сторінок роботи. Номер сторінки на них не проставляють.

«Зміст», «Вступ», «Висновки», «Перелік використаних джерел» та «Додатки» як розділи не нумерують. Підрозділи нумерують у межах кожного розділу, використовуючи номер розділу і порядковий номер підрозділу, між якими ставиться крапка: *наприклад, «1.1» (перший підрозділ першого розділу)*. Потім у тому ж рядку йде заголовок підрозділу.

Ілюстрації. Зміст ілюстрацій має доповнювати текст роботи, поглиблювати розкриття суті явища, наочно ілюструвати думки автора, і тому, в тексті на кожному з них повинно бути посилання з коментарем. Ілюстрації позначають словом «Рис.» і нумерують послідовно в межах розділу, за винятком ілюстрацій, поданих у додатках. Номер ілюстрації складається з номеру розділу і порядкового номера ілюстрації, між якими ставиться крапка. *Наприклад: рис. 1.2 (другий рисунок першого розділу).* Номер, назва ілюстрації та пояснювальні підписи розміщують послідовно під ілюстрацією, вирівнюючи по центру. Рисунки слід розташовувати безпосередньо після тексту, у якому він згадується вперше, або на наступній сторінці. На всі рисунки мають бути посилання в тексті. При цьому слово «рисунок» пишуть скорочено, *наприклад: «... на рис. 1.2.»*. У повторних посиланнях на рисунки скорочено пишуть слово «дивись», *наприклад: «див. рис. 1.2.»*.

Таблиці. Таблиці нумерують послідовно (за винятком тих, що розміщені в додатках) у межах розділу. У правому верхньому куті розміщують напис «Таблиця» із зазначенням її номера, який складається з номера розділу і порядкового номера таблиці, між якими ставиться крапка, *наприклад, «Таблиця 2.3» (третья таблиця другого розділу), нижче розміщується назва таблиці*. Таблицю слід розташовувати безпосередньо після тексту, у якому вона згадується вперше, або на наступній сторінці. На всі таблиці мають бути посилання в тексті. При цьому слово «таблиця» пишуть скорочено, *наприклад: «... у табл. 1.2.»*. У повторних посиланнях на таблиці та ілюстрації скорочено пишуть слово «дивись», *наприклад: «див. табл. 1.2.»*. Слово «Таблиця» вказують один раз справа над першою частиною таблиці, над

іншими частинами пишуть: «Продовження таблиці» із зазначенням номера таблиці. У таблицях слід обов'язково зазначати одиниці виміру. Якщо одиниці виміру є однакові для всіх показників таблиці, вони зазначаються у заголовку у відповідності до стандартів. Числові величини у таблиці повинні мати однакову кількість десяткових знаків. Якщо цифрові або інші дані в якому-небудь рядку таблиці не наводяться, то в ньому ставиться прочерк (-). Заголовки граф починаються з великих літер, підзаголовки – з малих, якщо складають одне речення із заголовком, і з великих – якщо вони є самостійними. Таблицю розміщують після першого згадування про неї в тексті таким чином, щоб її можна було читати без обертання тексту або з обертанням за годинниковою стрілкою. Таблиця повинна містити посилання на джерело інформації. В тому разі, якщо таблиця узагальнює статистичні дані або погляди науковців на певну проблему, то у посиланні зазначається літературне джерело та сторінка – [7, с. 12] або під таблицею бути зазначено *Складено автором на основі [7; 45; 87]* або *Розроблено/Складено/Розраховано автором на основі даних ТОВ «...»*.

Формули. Формули нумерують у межах розділу. Номер формули складається з номера розділу та порядкового номера формули в розділі, відокремлених крапкою. Номери формул пишуть біля правого поля сторінки на рівні відповідної формули у круглих дужках, *наприклад: (2.1) (перша формула другого розділу)*. Посилання на формули зазначають порядковим номером формули в дужках, *наприклад: «... у формулі (2.1)»*. Формули розташовуються безпосередньо після тексту, в якому на них є посилання, всередині рядка, з полями зверху і знизу не менше одного рядка. Пояснення символів і числових коефіцієнтів формул треба приводити безпосередньо під формулою в тій послідовності, в якій вони дані в формулі. *Наприклад: норматив чисельності інженерно-управлінського персоналу для виконання функцій можна визначити за формулою:*

$$H = \frac{t \cdot Q}{\Phi \cdot K}, \quad (1.1)$$

де t – час для виконання певної операції;

Q – кількість операцій за певною управлінською функцією;

Φ – річний фонд часу на одного співробітника управлінського апарату;

K – коефіцієнт, що відображає збільшення продуктивності праці при виконанні певної операції.

Якщо рівняння не вміщується в один рядок, його слід перенести після знака рівності (=) або після знаків плюс (+), мінус (-), множення ($\times$ або $\cdot$) і ділення (:).

Цитування та посилання на використані джерела. У процесі підготовки кваліфікаційної роботи для підтвердження власних аргументів посиланням на авторитетне джерело або для критичного аналізу того чи того опублікованого твору, слід наводити цитати, цифрові дані, рисунки, оригінальні думки інших авторів. Науковий етикет вимагає точно відтворювати цитований текст, бо найменше скорочення наведеного витягу може спотворити зміст, закладений автором. Загальні вимоги до цитування такі:

- текст цитати починається і закінчується лапками і наводиться в тій граматичній формі, в якій він поданий в джерелі, із збереженням особливостей авторського написання;
- кожна цитата обов'язково супроводжується посиланням на джерело інформації.

При написанні кваліфікаційної роботи слід давати посилання на джерела, матеріали з яких наводяться в роботі, або на ідеях і висновках яких розробляються проблеми, задачі, питання, вивченню яких присвячена кваліфікаційна робота. Обов'язково посилання слід давати на усі цифрові дані. Такі посилання дають змогу відшукати документи і перевірити достовірність відомостей з цитованого документа, дають необхідну інформацію щодо нього, допомагають з'ясувати його зміст, мову тексту, обсяг тощо. Якщо використовують відомості, матеріали з монографій, оглядових статей, інших джерел з великою кількістю сторінок, у посиланні необхідно точно вказати номери сторінок, ілюстрацій, таблиць, формул із джерела, на яке посилаються. На запозичену з літературних і статистичних джерел інформацію (формули, таблиці, схеми, графіки, узагальнення, висновки тощо) обов'язково слід робити посилання одразу після закінчення цитати чи інших використаних чужих даних. Посилання даються у квадратних дужках, де вказується порядковий номер джерела у списку літератури та відповідна сторінка джерела (*наприклад, [4, с. 35]*). Бібліографічні описи в переліку посилань подають у алфавітному порядку. Порядкові номери описів у переліку є посиланнями в тексті. Бібліографічні описи посилань у переліку наводять відповідно до стандарту ДСТУ 8302:2015 «Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання». Приклади оформлення бібліографічних описів наведено у (Додатку Л). Перелік посилань включають у зміст роботи.

Додатки. Матеріал, що доповнює або унаочнює текст документа, дозволено розміщувати в додатках. Додатки, як правило, виконують на листах формату А4. Наприклад, у додатках можна розміщувати рисунки, таблиці великого формату, розрахунки. Додатки оформлюють як продовження документа. Додатки позначають великими літерами української абетки, починаючи з А. за винятком Г, Є, З, І, Ї, Й, О, Ч, Ї. Дозволено позначати додатки літерами латинської абетки, за винятком літер І та О. У разі повного використання літер української і (або) латинської абеток дозволено позначати додатки арабськими цифрами. Якщо в документі один додаток, його позначають «Додаток А». Кожен додаток має мати назву, яку записують симетрично відносно тексту з першої великої літери окремим рядком. Допускається записувати великими літерами. Кожний додаток треба починати з нової сторінки із зазначенням зверху посередині сторінки слова «Додаток» із першої великої літери і його позначення. Текст кожного додатка можна поділити на розділи, підрозділи, пункти, підпункти. У додатках розділи, підрозділи, пункти, підпункти, рисунки, таблиці та формули нумерують у межах кожного додатка. Перед номерами ставлять літерне позначення цього додатка. Сторінки, на яких розміщено додатки, мають наскрізну для усього документа нумерацію. У тексті документа на всі додатки повинні бути посилання. Додатки розташовують у порядку посилання на них у тексті документа.

5. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти при написанні кваліфікаційної роботи

Рекомендації щодо запобігання академічному плагіату та його виявлення в наукових роботах наводяться в листі Міністерства освіти і науки України №1/11-8681 від 15.08.2018 р. та в Додатку до нього. В листі зазначено: «Статтею 42 Закону України «Про освіту» визначено єдині для всіх рівнів освіти види порушень академічної доброчесності (академічний плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання); особливості дотримання академічної доброчесності науково-педагогічними і науковими працівниками та здобувачами освіти; види академічної відповідальності науково-педагогічних і наукових працівників та здобувачів освіти; права осіб, стосовно яких порушено питання про порушення ними академічної доброчесності тощо. Відповідно до пункту 8 частини другої статті 16 Закону України «Про вищу освіту» наявність внутрішньої системи забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти є обов'язковою у закладах вищої освіти, що

передбачає забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату. З метою належної реалізації норм Законів України «Про освіту» та «Про вищу освіту», що стосуються дотримання основних принципів академічної доброчесності та системного підходу до розвитку методів та засобів виявлення плагіату в освітньому просторі, Міністерством освіти і науки України пропонуються для уваги та використання у роботі Рекомендації щодо запобігання академічному плагіату та його виявлення в наукових роботах (наукових доповідях, статтях тощо)».

З кодексом академічної доброчесності Київського національного університету технологій та дизайну» можна ознайомитися на сайті.

https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/kodeks_akadem_dobrochesnosti_knutd_15.09.2021.pdf

6. Захист кваліфікаційної роботи

Публічний захист кваліфікаційної роботи відбувається в два етапи:

Перший етап – попередній захист на засіданні кафедри маркетингу;

Другий етап – захист на засіданні Екзаменаційної комісії.

Попередній захист кваліфікаційної роботи. Мета першого етапу полягає в тому, що визначити стадії готовності до захисту кваліфікаційної роботи. Як правило, призначається не пізніше ніж за два тижня до засідання Екзаменаційної комісії. Попередній захист проводиться перед комісією, призначеною завідувачем кафедри. Для проведення попереднього захисту здобувач освіти повинен подати на кафедру маркетингу т роботу у друкованому вигляді не переплетену у жорстку палітурку, також – наукову статтю, тези доповіді на науковій конференції та повинен бути готовим коротко доповісти основний зміст роботи. Кафедра може вимагати від студента доопрацювання кваліфікаційної роботи та визначити відповідні завдання. Рішення про допуск кваліфікаційної роботи до захисту в ДЕК після доопрацювання приймають спільно науковий керівник та завідувач кафедри. Здобувачі освіти, які в установлений термін не подали кваліфікаційні роботи або одержали висновок про їх невідповідність вимогам, до захисту не допускаються.

Захист кваліфікаційної роботи. Захист кваліфікаційної роботи відбувається на відкритому засіданні екзаменаційної комісії, графік роботи якої затверджується наказом ректором Університету.

Голові екзменаційної комісії до початку кожного засідання щоденно надаються такі документи:

- витяг із наказу ректора про затвердження персонального складу екзменаційної комісії;
- список здобувачів освіти, які допущені до захисту кваліфікаційних робіт за підписом декана факультету.

До початку роботи екзменаційної комісії здобувач освіти подає секретарю екзменаційної комісії наступні документи:

- довідку з деканату про виконання здобувачем вищої освіти навчального плану та про одержані ним оцінки з теоретичних дисциплін, виробничої та переддипломної практик;

- кваліфікаційну роботу (зшити в твердій палітурці);
- довідку про перевірку на наявність ознак плагіату

у

кваліфікаційній роботі бакалавра;

- письмовий відгук керівника кваліфікаційної роботи;
- зовнішню рецензію з підприємства або внутрішню рецензію НПП кафедри;
- роздатковий матеріал до кваліфікаційної роботи;
- подання про практичну цінність (бажано, не обов'язково, визначається керівником);
- акт впровадження у виробництво, затверджений на підприємстві (бажано, не обов'язково);
- інші матеріали, які характеризують наукову цінність виконаної роботи (список наукових праць здобувача за роки навчання).

Процедура захисту кожної кваліфікаційної роботи протоколюється секретарем комісії.

Під час підготовки до захисту здобувач освіти має погодити зі своїм науковим керівником складену ним стислу доповідь на захисті кваліфікаційної роботи і підготовлені наочні матеріали (6-8 сторінок з найважливішими ілюстративними матеріалами, оформленими у вигляді роздаткового матеріалу, презентації). Обсяг тексту доповіді має відповідати 5-7 хвилинам виступу, містити інформацію про актуальність теми роботи, основні результати аналізу матеріалів об'єкта дослідження і розробок автора, пропозицій і рекомендацій, які впливають із проведеного дослідження, висновки. Після доповіді здобувача освіти зачитується рецензія на кваліфікаційну роботу, відгук наукового керівника, і здобувач освіти має відповісти на всі зауваження рецензента. Під час захисту кваліфікаційної роботи члени екзменаційної комісії, присутні на захисті НПП, спеціалісти

можуть задавати здобувачеві освіти запитання щодо змісту кваліфікаційної роботи. Відповіді здобувача освіти мають бути чіткими і аргументованими. В кінці захисту голова експертної комісії оголошує рішення про результати захисту кваліфікаційних робіт і присвоєння здобувачам освіти кваліфікації магістра з комунікаційного маркетингу. Рішення по кожному здобувачу освіти приймається на закритому засіданні експертної комісії шляхом відкритого голосування звичайною кількістю голосів членів комісії. При однаковій кількості голосів голос голови експертної комісії має вирішальне значення. Здобувач освіти, який отримав на захисті кваліфікаційної роботи незадовільну оцінку, має бути відрахованим з Університету і в цьому випадку йому видається академічна довідка встановленого зразка. За ним залишається право бути повторно допущеним до захисту кваліфікаційної роботи протягом наступних трьох років. Повторно кваліфікаційна робота виконується за наявності заяви здобувача освіти про допуск до захисту, дозволу ректора і рішення кафедри маркетингу про затвердження теми і об'єкта дослідження, призначення наукового керівника. На вимогу кафедри тему кваліфікаційної роботи може бути змінено або в межах тієї ж теми матеріали роботи можуть бути ним суттєво оновлено і доопрацьовано. Процедура захисту документується секретарем комісії у протоколах, які підписують голова і члени експертної комісії. Звіт експертної комісії обговорюється на засіданні кафедри маркетингу. Захищені кваліфікаційні роботи випускова кафедра здає до архіву навчального закладу, де вони зберігаються.

ДОДАТОК АФорма заяви здобувача освіти щодо теми та наукового керівника
кваліфікаційної роботи

Завідувачу кафедри маркетингу та
комунікаційного дизайну

(власне ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

Здобувача вищої освіти другого
(магістерського) рівня освіти, групи _____

(повністю П.І.Б студента)

ЗАЯВА

Прошу затвердити тему кваліфікаційної роботи по кафедрі маркетингу та
комунікаційного дизайну:

(підпис здобувача освіти)

Науковим керівником кваліфікаційної роботи призначити:

Погоджено:

Завідувач кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну _____

(підпис)

(Власне ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

«_____» _____ 20__ р.

Науковий керівник кваліфікаційної роботи _____

(підпис)

(Власне ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

«_____» _____ 20__ р.

ДОДАТОК Б

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА
ДИЗАЙНУ
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА БІЗНЕС-ДИЗАЙНУ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА КОМУНІКАЦІЙНОГО ДИЗАЙНУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА на тему:

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Галузь знань D Бізнес, адміністрування та право

Спеціальність D5 Маркетинг

Освітня програма Комунікаційний маркетинг

Виконав: студент ____ курсу, групи _____

(прізвище та ініціали)

Науковий керівник _____

(науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали)

Рецензент _____

(науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали)

Київ 2025

ДОДАТОК В

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ
ТА ДИЗАЙНУ

Факультет Управління та бізнес-дизайну
 Кафедра маркетингу та комунікаційного дизайну
 Рівень вищої освіти другий (магістерський)
 Спеціальність D5 Маркетинг
 Освітня програма Комунікаційний маркетинг

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри маркетингу та
комунікаційного дизайну

(підпис)

(П.І.Б)

« ____ » _____ 2025 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

(прізвище, ім'я, по батькові студента)

1. Тема кваліфікаційної роботи _____

Науковий керівник роботи _____

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

Затверджено наказом КНУТД від « ____ » _____ 2025 року № _____

2. Строк подання студентом роботи на кафедру _____ 3.

Вихідні дані до кваліфікаційної роботи _____

4.

Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно опрацювати):

5.

Перелік графічного матеріалу (із зазначенням обов'язкових креслень): _____

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ			
Розділ 1			
Розділ 2			
Розділ 3			
Висновки			

7. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вступ	дата	Підпис наукового керівника, студента
2	Розділ 1. Назва розділу	дата	Підпис наукового керівника, студента
3	Розділ 2. Назва розділу	дата	Підпис наукового керівника, студента
4	Розділ 3. Назва розділу	дата	Підпис наукового керівника, студента
5	Висновки	дата	Підпис наукового керівника, студента
6	Оформлення (чистовий варіант)	дата	Підпис наукового керівника, студента
7	Подача кваліфікаційної роботи науковому керівнику для відгуку (за 14 днів до захисту)	дата	Підпис наукового керівника, студента
8	Подача кваліфікаційної роботи для рецензування (за 12 днів до захисту)	дата	Підпис студента, рецензента
9	Перевірка кваліфікаційної роботи на наявність ознак плагіату (за 10 днів до захисту)	дата	Підпис фахівця відділу моніторингу якості

10	Подання кваліфікаційної роботи завідувачу кафедри (за 7 днів до захисту)	дата	Підпис завідувача кафедри, студента
----	--	------	--

З завданням ознайомлений:

Студент

(підпис)

(Власне ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

Науковий керівник

(підпис)

(Власне ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

ДОДАТОК Г

Зразок анотації кваліфікаційної роботи

АНОТАЦІЯ

Коваленко В.В. «Оцінка лояльності споживачів до послуг підприємства», м. Київ – Рукопис.

Кваліфікаційна робота на здобуття другого рівня вищої освіти зі спеціальності D5 Маркетинг. – Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ, 2025.

В кваліфікаційній роботі розглянуто існуючі методичні засади оцінювання та підвищення рівня лояльності споживачів підприємства. Досліджено поняття лояльності споживачів, її сутність та особливості лояльності туристичної галузі, методи дослідження лояльності. В роботі проаналізовано процес формування лояльності та фактори, що впливають на нього. Досліджено рівень лояльності споживачів до послуг підприємства на основі методів розрахунку індексу споживчої лояльності NPS, визначення узагальненої лояльності на основі показників емоційної та поведінкової лояльності. Розраховано показники коефіцієнтів плинності споживачів, лояльності споживачів, утримання споживачів та середній термін обслуговування споживачів задля визначення способів підвищення лояльності. На основі узагальнення результатів дослідження розроблено пропозиції та щодо підвищення рівня лояльності споживачів, розроблено маркетинговий бюджет та розраховано очікувані результати від впровадження маркетингового заходу, визначено його вплив на основні показники діяльності підприємства. *Ключові слова: лояльність споживачів, фактори лояльності.*

ANNOTATION

Kovalenko V. «Assessment of Consumer Loyalty to Enterprise Services», Kyiv – Manuscript.

Qualification work for obtaining the second (master's) level of higher education in the specialty D5 Marketing. – Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, 2025.

The bachelor's qualification work examines the existing methodological foundations for assessing and enhancing the level of consumer loyalty to enterprise services. The concept of consumer loyalty, its essence, and the specific features of loyalty in the tourism industry are explored, along with methods for researching loyalty. The work analyzes the process of forming loyalty and the factors that influence it.

The level of consumer loyalty to the enterprise's services is investigated using methods for calculating the Net Promoter Score (NPS) index, as well as determining overall loyalty based on indicators of emotional and behavioral loyalty. Indicators such as customer churn rates, consumer loyalty, customer retention, and the average service duration were calculated to identify ways to improve loyalty. Based on a summary of the research findings, proposals were developed to enhance consumer loyalty. A marketing budget was prepared, and the expected results of implementing a marketing initiative were calculated, along with its impact on the enterprise's key performance indicators.

Keywords: consumer loyalty, loyalty factors.

ДОДАТОК Д

Зразок оформлення змісту кваліфікаційної роботи

ЗМІСТ

Вступ.....	06
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПОВЕДІНКОЮ СПОЖИВАЧІВ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	09
1.1 Сутність поведінки споживачів продукції підприємства.....	09
1.2 Фактори впливу на поведінку споживачів підприємства.....	17
1.3 Методи дослідження та оцінки поведінки споживачів продукції підприємств...	29
Висновки до розділу 1.....	32
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	38
2.1 Аналіз ринку (досліджуваної) продукції підприємства.....	38
2.2 Організаційно-економічна характеристика підприємства.....	46
2.3 Аналіз маркетингової діяльності підприємства.....	49
Висновки до розділу 2.....	53
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБЛЕННЯ ПРОПОЗИЦІЙ ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ПІДВИЩЕННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВА.....	54
3.1 Маркетингове обґрунтування запропонованого заходу для підвищення лояльності споживачів послуг підприємства.....	54
3.2 Визначення факторів які позитивно вплинуть на рівень загальної лояльності споживачів.....	58
Висновки до розділу 3.....	64
Висновки.....	65
Список використаних джерел.....	67
Додатки	

ДОДАТОК Ж

Структура відгуку наукового керівника кваліфікаційної
роботи

ВІДГУК

наукового керівника кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня магістра
виконаної на тему: _____

_____ студентом(-кою) _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

Складається у довільній формі із зазначенням:

- головної мети кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня магістра в інтересах чи на замовлення якої організації вона виконана (у рамках науково-дослідної роботи кафедри, підприємства), тощо;
- відповідності виконаної кваліфікаційної роботи завданню;
- основні найвагоміші результати;
- дотримання академічної доброчесності;
- ступеня самостійності при виконанні кваліфікаційної роботи;
- рівня підготовленості випускника до прийняття сучасних рішень;
- умінь аналізувати необхідні літературні джерела, приймати правильні наукові рішення, застосовувати сучасні системні та інформаційні технології, проводити фізичне або математичне моделювання, обробляти та аналізувати результати експерименту; найбільш важливих теоретичних і практичних результатів, апробації їх (участь у конференціях, семінарах, оформлення патентів, публікація у наукових журналах тощо);
- загальні оцінки виконаної роботи, відповідності якості підготовки випускника вимогам освітньої програми (назва освітньої програми) і можливості присвоєння освітнього ступеня магістра і освітньої кваліфікації магістра з _____; - інші питання, які характеризують професійні риси випускника.

Кваліфікаційна робота виконана у повному обсязі, відповідає встановленим вимогам і заслуговує позитивної оцінки, а її автору, _____, може бути присвоєна освітня кваліфікація магістра з _____ із спеціальності _____.

Науковий керівник кваліфікаційної
роботи

науковий ступінь, вчене звання _____
(підпис)

_____ (Власне ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

ДОДАТОК К

Структура рецензії на кваліфікаційну роботу

РЕЦЕНЗІЯ на кваліфікаційну роботу

Студент _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

на тему: _____

Складається у довільній формі із зазначенням:

- відповідності кваліфікаційної роботи затвердженій темі та завданню;
- актуальності теми, новизни постановки і розроблення задачі;
- основні найвагоміші результати;
- оригінальності прийнятих рішень та отриманих результатів;
- правильності проведених розрахунків;
- можливості впровадження результатів;
- обґрунтованості висновків та пропозицій;
- використання наукових методів дослідження;
- вміння студента чітко, грамотно і аргументовано викладати матеріал, правильно оформлювати його;
- участі студента у проведених дослідженнях, теоретичній та аналітичній обробці отриманих результатів;
- зауваження, щодо змісту роботи або оформлення;
- рекомендація до захисту (висновки із зазначенням оцінки роботи).

Рецензент

_____ (посада, науковий ступінь, вчене звання)

_____ (підпис)

_____ (ініціали та прізвище)

Печатка установи, організації рецензента (тільки для зовнішнього рецензента)

ДОДАТОК Л

Зразок оформлення переліку використаних джерел

Характеристика джерела	Приклад оформлення
Один автор	1. Дичківська О. О. Інноваційний менеджмент : конспект лекцій. Київ : ДІА, 2018. 82 с. 2. Бондаренко В. Г. Історія України. Львів, 2017. 153 с. 3. Прищенко С. В. Кольоровознавство : навч. посіб. 3-тє вид., випр. і допов. Київ : Кондор, 2018. 436 с.
Два автори	1. Мартиненко З. Е., Макар І. В. Управління підприємством: теоретико-методичні засади : монографія. Харків : Щедра садиба плюс, 2017. 296 с. 2. Боярин М. В., Нетробчук І. М. Основи гідроекології: теорія й практика : навч. посіб. Луцьк : Вежа-Друк, 2016. 365 с. 3. Білоус С. І., Корнійчук В. П. Філософія освіти : навч.-метод. посіб. Переяслав-Хмельницький, 2016. 176 с
Три автори	1. Тарнавська Г. Я., Марценюк Н. С., Герасимова Т. М. Фінанси : навч. посіб. Львів : Магнолія 2006, 2017. 412 с. 2. Коваленко А. Д., Герасимчук О. П., Данилюк А. С. Міжнародне кредитування. 2-ге вид. Київ : Наука, 2018. 155 с. 3. Пустовенко В. В., Максименко І. Л., Яким А.С. Безпека життєдіяльності : монографія. Харків : ХНПУ, 2017. 348 с
Чотири автори	1. Інновації : навч. посіб. / Гуревич Д. Т., Чекан О. С., Грибан О. М., Макарова В. В. Запоріжжя : ЗНУ, 2016. 389 с. 2. Вища математика : конспект лекцій / Ткачук Т.С. та ін. Київ, 2015. 82 с. 3. Міжнародна торгівля / Ю. Г. Козак та ін. 5-те вид., перероб. та допов. Київ : Центр учб. літ., 2015. 272 с.

П'ять та більше авторів	1. Операційний менеджмент : підручник / С. М. Поплавська та ін. Київ : ЦУЛ, 2011. 267 с. 2. Охорона праці : навч. посіб. / О. І. Подольська та ін. 2-ге вид. Київ : ЦУЛ, 2017. 264 с. 3. Сучасна українська мова / О. М. Григор'єв та ін. 3-тє вид., перероб. Київ : Либідь, 2005. 488 с.
Без автора	1. Економічна енциклопедія / за ред. В. В. Шевченка. Київ : Альманах, 2016. 304 с 2. Етнографія : конспект лекцій / за заг. ред. В. І. Гарапка; уклад. А. І. Гарапко. Київ : ЦУЛ, 2018. 320 с. 3. Routledge handbook of international statebuilding / ed. by D. Chandler, T. D. Sisk. London : Routledge, 2013. 448 p.
Матеріали конференцій	1. Святецька А. В. Діалектизми у повісті М. Коцюбинського «Тіні забутих предків» : семантико-стилістичний аспект. Стратегії розвитку та пріоритетні завдання філологічних наук : матеріали Всеукр. наук.практ. конф., м. Запоріжжя, 19-20 жовт. 2018 р. / Класич. приват. ун-т. Запоріжжя, 2018. С. 19-23 2. Максименко Д. В. Методи оперативної діагностики виробничої діяльності підприємства // Зростання ролі бухгалтерського обліку в сучасній економіці : збірник тез та доповідей I Міжнародної науковопрактичної конференції (м. Київ, 21 лютого 2013 р.) / відпов. за
	випуск Мельничук Б.В. Київ, 2013. С.331–335.
Законодавчі та нормативні документи	1. Конституція України : офіц. текст. Київ : КМ, 2015. 98 с. 2. Про вищу освіту : Закон України від 05.09.2016 р. № 2145- VIII. Голос України. 2016. 27 верес. (№ 178-179). С. 10–22. 3. Про освіту : Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII. Дата оновлення: 28.09.2018. URL:http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18 (дата звернення: 15.11.2024).
Наукові статті	1. Кучеренко О. О. Конституційні права людини і громадянина // Часопис Київського університету права. 2007. № 4. С. 88–92. 29 журналів, збірників 2. Коваль Л., Коваль П. Переваги дистанційної роботи. Урядовий кур'єр. 2017. 1 листоп. (№ 205). С. 5. 3. Chua N. Y., Lundbye J. Endovascular catheter as a rewarming method for accidental hypothermia. Therapeutic hypothermia and temperature management. 72 2012. Vol. 2, no. 2. P. 89-91.
Електронні ресурси	1. Україна очима дітей : фотовиставка. URL: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/photogallery/gallery?galleryId=15725757& (дата звернення: 15.11.2024). 2. Хміль І. О. Шляхи подолання правового нігілізму в Україні. Вісник Запорізького національного університету. Юридичні науки. Запоріжжя, 2016. № 3. – С. 20–27. – URL:http://ebooks.znu.edu.ua/files/Fakhovivdannya/vznu/juridichni/VestUr2015v3/5.pdf. (дата звернення: 15.11.2024).

ДОДАТОК М*Орієнтовна тематика кваліфікаційних робіт*

1. Удосконалення маркетингової комунікаційної діяльності з метою просування бренду
2. Удосконалення виставково-ярмаркової діяльності підприємств
3. Засоби реклами як інструмент позиціонування торгових марок
4. Зв'язки з громадськістю в системі маркетингових комунікацій
5. Інноваційні технології в рекламній діяльності підприємства
6. Формування комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій підприємства
7. Удосконалення маркетингової комунікаційної політики підприємства
8. Маркетингова політика комунікацій та її вплив на поведінку споживачів
9. Формування маркетингових комунікаційних інструментів для забезпечення конкурентоспроможності підприємства
10. Управління мерчандайзингом в діяльності підприємства роздрібною торгівлі
11. Оптимізація розміщення рекламних звернень у засобах масової інформації та оцінювання їх комунікативної ефективності
12. Формування комунікаційної підтримки бренду
13. Формування маркетингової комунікаційної діяльності підприємства в мережі Інтернет
14. Управління рекламною діяльністю інтернет-магазину
15. Управління рекламною діяльністю туристичного агентства
16. Формування комплексу маркетингових комунікацій підприємства
17. Формування рекламної стратегії підприємства у мережі Інтернет
18. Управління рекламним креативом у маркетинговій комунікаційній політиці підприємства

- 19.Розвиток комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій на підприємстві
- 20.Удосконалення маркетингової комунікаційної стратегії вищого навчального закладу
- 21.Удосконалення маркетингової комунікаційної стратегії торговельної марки
- 22.Удосконалення рекламної компанії підприємства
- 23.Формування рекламної стратегії підприємства
- 24.Формування системи маркетингових комунікацій виробничо-торговельного підприємства
- 25.Стратегічне планування рекламних кампаній на підприємстві
- 26.Управління рекламною діяльністю підприємства
- 27.Управління системою маркетингових комунікацій некомерційної організації
- 28.Формування PR-програми на підприємстві
- 29.Формування іміджу підприємства
- 30.Формування програми івент-заходів на підприємстві 31. Формування рекламної кампанії виробничого підприємства