Львівський національний університет імені Івана Франка

Є.Й. Майовець

І.В. Городняк

Т.М. Кушнір

О.П.Кундря-Висоцька

Т.В.Яворська

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання, оформлення та захисту кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня «Магістр»
(для здобувачів спеціальності D5 «Маркетинг», ОПП «Маркетинг»
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»

Львів 2026

Методичні вказівки до виконання, оформлення та захисту кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня «Магістр» (для здобувачів ОПП «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»). Укл. Майовець Є.Й., Городняк І.В., Кушнір Т.М., Кундря-Висоцька О.П., Яворська Т.В. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2026. 45 с.

Укладачі: д.е.н., проф. Майовець Є.Й.
к.соц.н., доц. Городняк І.В.
к.е.н., доц. Кушнір Т.М.
к.е.н., проф. Кундря-Висоцька О.П.
д.е.н., проф. Яворська Т.В.

Рецензенти:
Дайновський Юрій Анатолійович – доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу Львівського торговельно-економічного університету
Урба Світлана Іванівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки підприємства Львівського національного університету імені Івана Франка

Рекомендовано до друку
на засіданні
кафедри маркетингу
протокол №1 від «31» серпня 2026 р.

Зміст стор.

ВСТУП.....5

РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ.....6

1.1. Кваліфікаційна робота магістра як завершальний етап підготовки магістра……..……6

1.2. Академічна доброчесність……....7

1.3. Наукове керівництво кваліфікаційною роботою магістра …….....10

РОЗДІЛ 2. ОСНОВНІ ЕТАПИ ВИКОНАННЯ І ЗАХИСТУ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ МАГІСТРА.....11

2.1. Вибір теми та об’єкта дослідження……11

2.2. Отримання завдання від керівника……12

2.3. Формування мети за основних завдань кваліфікаційної роботи……12

2.4. Пошук, збір та опрацювання інформації……..13

2.5. Складання змісту кваліфікаційно роботи на основі групування та систематизації зібраних матеріалів……..13

2.6. Написання та оформлення кваліфікаційної роботи згідно із встановленими вимогами …….14

2.7. Подання готової кваліфікаційної роботи на рецензію……14

2.8. Підготовка презентації результатів кваліфікаційної роботи…….15

2.9. Попередній захист кваліфікаційної роботи на кафедрі……..16

2.10. Захист кваліфікаційної роботи магістра…….16

2.11. Критерії оцінювання кваліфікаційної роботи магістра……18

РОЗДІЛ 3. СТРУКТУРА ТА ВИМОГИ ДО НАПОВНЕННЯ РОЗДІЛІВ КВАЛІФІКАЦІНОЇ РОБОТИ МАГІСТРА.....20

3.1. Загальна структура кваліфікаційної роботи магістра…….20

3.2. Вступ……20

3.3. Основна частина…….21

3.4. Висновки та пропозиції……...22
3.5. Список використаних джерел…….....23
3.6. Додатки…….....23
3.7. Анотація…….....23
РОЗДІЛ 4. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ ТЕКСТУ РОБОТИ.....23
4.1. Загальні вимоги…….....23
4.2. Нумерація матеріалів рукопису та структурних елементів кваліфікаційної роботи……..24
4.3. Оформлення ілюстрацій, таблиць та формул…….....25
4.4. Загальні правила цитування та посилання на використані джерела…...27
4.5. Правила дотримання академічної доброчесності при написанні кваліфікаційної роботи магістра…….....28
4.6. Порядок оформлення списку використаних джерел…….....29
4.7. Оформлення додатків……..29
4.8. Анотації…….....29
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДЛЯ ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ МАГІСТРА…….....31
ДОДАТКИ……...34

ВСТУП

Метою методичних вказівок є надання практичної допомоги здобувачам освітнього ступеня магістра щодо написання, оформлення та захисту кваліфікаційної роботи.

Написання та захист кваліфікаційної роботи магістра є завершальним етапом навчання у закладі вищої освіти. Її виконання є узагальнюючим процесом, який дає змогу майбутньому магістру з маркетингу поєднати здобуті теоретичні знання з практичними навичками й продемонструвати власні думки та наукові переконання. Кваліфікаційна робота є результатом вивчення комплексу навчальних дисциплін, здійснення самостійних науково-дослідницьких пошуків та проведення маркетингового дослідження. Якість підготовки і захисту кваліфікаційної роботи демонструє ступінь професійної підготовки та практичних навичок магістра, підтверджує його здатність до самостійного мислення та прийняття фахових рішень.

Здобувач готується до написання та захисту кваліфікаційної роботи впродовж усього навчання у ЗВО, поступово набуваючи навички самостійного опрацювання наукових джерел, періодичної преси, бібліографічних джерел, спеціалізованих видань тощо. У кваліфікаційній роботі здобувач освітнього ступеня «Магістр» повинен продемонструвати вміння використовувати теоретичні положення для діагностики практичних аспектів обраної проблематики, користуватися монографічною, періодичною, нормативно-правовою літературою; аналізувати вплив макро- та мікроекономічних чинників на предмет дослідження; сформулювати власне бачення шляхів розв'язання конкретних завдань, організувати та провести маркетингове дослідження, інтерпретувати отримані результати.

Метою кваліфікаційної роботи є демонстрація здобувачем набутих ґрунтовних професійних знань з маркетингу за весь період навчання шляхом написання підсумкової роботи з обраної проблеми.

Завданням кваліфікаційної роботи є глибоке і творче дослідження конкретної проблеми теорії та практики маркетингу з елементами поглибленої діагностики, опанування методів наукового пошуку. Головними завданнями кваліфікаційної роботи є прикладне застосування (відповідно до обраної проблеми) теоретичних знань з методології наукових досліджень маркетингу, а також практичних навичок, набутих у процесі навчальної, виробничої та переддипломної практики в економічних суб'єктів.

РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1. Кваліфікаційна робота як завершальний етап підготовки магістра

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «Магістр» є завершальним етапом підготовки здобувача вищої освіти, що засвідчує рівень сформованості його загальних і фахових компетентностей, здатність самостійно розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми, здійснювати наукові дослідження, аналізувати сучасні тенденції розвитку відповідної галузі знань і розробляти обґрунтовані рекомендації щодо вдосконалення професійної діяльності.

У Львівському національному університеті імені Івана Франка виконання магістерської роботи регламентовано «Положенням про організацію освітнього процесу у Львівському національному університеті імені Івана Франка» (2024), «Положення про контроль та оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти Львівського національного університету імені Івана Франка» (2026), «Положення про екзаменаційнукомісію у Львівському національному університеті імені Івана Франка» (2016), «Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освіти у Львівському національному університеті імені Івана Франка» (2019).

Зокрема, у «Положенні про організацію освітнього процесу …» визначено, що кваліфікаційна робота – самостійно виконана науково-дослідницька робота здобувачів вищої освіти за ступенем «магістр», головною метою і змістом якої є наукові дослідження з актуальних питань теоретичного або прикладного характеру за профілем підготовки.

Значення кваліфікаційної роботи полягає у підтвердженні готовності магістранта до професійної та науково-дослідної діяльності, демонстрації вміння застосовувати сучасні теоретичні концепції, методологію наукового дослідження, методи аналізу й оцінювання, а також формувати практично значущі висновки та пропозиції. Виконання роботи сприяє розвитку критичного мислення, навичок пошуку, систематизації та інтерпретації інформації, академічної доброчесності, наукової комунікації та презентації результатів дослідження.

Основними завданнями кваліфікаційної роботи є:

- обґрунтування актуальності обраної теми дослідження та визначення її теоретичного і практичного значення;
- аналіз сучасного стану наукової розробленості проблеми на основі вітчизняних і зарубіжних джерел;
- визначення мети, завдань, об'єкта, предмета та методів дослідження;
- проведення комплексного аналізу досліджуваного об'єкта із застосуванням сучасних наукових методів та інформаційно-аналітичних інструментів;
- виявлення проблем, тенденцій і закономірностей розвитку досліджуваного явища або процесу;

- розроблення науково обґрунтованих рекомендацій, моделей, стратегій чи практичних заходів щодо вирішення виявлених проблем;
- оцінювання ефективності запропонованих рішень та визначення перспектив їх практичного впровадження;
- формулювання аргументованих висновків, що відповідають поставленим меті й завданням дослідження;
- дотримання принципів академічної доброчесності, вимог до наукового стилю викладу матеріалу та оформлення результатів дослідження відповідно до чинних стандартів.

Здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти приймає участь у наукових конференціях за обраним напрямом дослідження. За результатами участі у конференціях здійснює публікацію тез наукових доповідей, наукових статей. Копія публікації тез прикріпляється до Додатків кваліфікаційної роботи і включається до списку літератури із відповідним посиланням по тексту кваліфікаційної роботи.

Таким чином, кваліфікаційна робота магістра є самостійним науковим дослідженням, яке інтегрує набуті здобувачем теоретичні знання, практичні навички та дослідницькі компетентності, а її успішний захист підтверджує готовність випускника до професійної діяльності, подальшої наукової роботи та безперервного професійного розвитку.

1.2. Академічна доброчесність

Дотримання академічної доброчесності у Львівському національному університеті імені Івана Франка врегульоване «Положенням про забезпечення академічної доброчесності у Львівському національному університеті імені Івана Франка», у якому визначено, що «академічна доброчесність – це сукупність етичних принципів та визначених законом правил, якими повинні керуватися учасники освітнього процесу та наукової діяльності під час навчання, викладання та провадження наукової (творчої) діяльності з метою забезпечення довіри до результатів навчання та/або наукових (творчих) досягнень».

Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти при написанні кваліфікаційної роботи передбачає:

- самостійне виконання завдання з написання кваліфікаційної роботи;
- посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
- недопущення академічного плагіату;
- доброчесне використання штучного інтелекту;
- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.

Видами порушень академічної доброчесності згідно Закону України «Про академічну доброчесність», які можуть виникати при написанні здобувачем кваліфікаційної роботи є:

1) відчуження авторства – передача автором (авторами) створеного ним (ними) на замовлення або без такого замовлення, платно чи безоплатно, академічного твору (його частини) іншій особі та подальше оприлюднення такого академічного твору (його частини) із зазначенням як автора особи, яка не є його (її) автором.

2) академічний плагіат – це оприлюднення (частково або повністю) наукового (творчого) результату, отриманого іншою особою (іншими особами), як результату власної академічної діяльності та/або відтворення в академічному творі чи навчальній роботі (частково або повністю) раніше оприлюдненого (опублікованого) твору (навчальної роботи) іншого автора (інших авторів) без посилання на відповідне джерело інформації та/або його (її) автора (авторів) (за наявності інформації про автора/авторів), та/або оприлюднення в академічному творі (навчальній роботі) перекладу іншомовного твору (його частини) без зазначення автора (авторів) перекладеного твору.

3) приписування авторства – оприлюднення твору, серед авторів якого зазначена особа, яка не брала участі у його створенні.

4) самоплагіат – це оприлюднення (частково або повністю) власних раніше опублікованих наукових результатів без зазначення інформації про джерело попереднього оприлюднення.

5) фабрикація – це вигадування суб’єктом академічної діяльності даних чи фактів про результати власної академічної діяльності.

6) фальсифікація – це свідома зміна чи модифікація наявних даних, що призводить до створення завідомо неправдивої інформації щодо результатів академічної діяльності.

7) недоброчесне використання результатів, згенерованих штучним інтелектом – це оприлюднення текстів, зображень, моделей, даних, інших результатів, згенерованих штучним інтелектом, як результатів власної академічної діяльності, якщо цей факт не зазначено в академічному творі чи супровідних матеріалах до нього.

8) несамостійне виконання завдання – це виконання навчального, конкурсного завдання, зокрема під час оцінювання результатів навчання, із залученням не дозволених для використання джерел інформації, технічних засобів та/або недозволеної допомоги іншої особи (інших осіб).

9) недозволена допомога – це надання допомоги, не передбаченої умовами навчального, конкурсного завдання, яка призвела або могла призвести до викривлення оцінки результатів академічної діяльності.

Застосування засобів штучного інтелекту для виконання допоміжних завдань при написанні кваліфікаційної роботи є допустимим за умови дотримання принципів академічної доброчесності та прозорості. Здобувач може використовувати ШІ для генерування ідей, пошуку літературних джерел, редагування та перекладу тексту, аналізу даних, візуалізації результатів дослідження та схожих завдань, які полегшують дослідницьку роботу, пришвидшують отримання результатів, однак не змінюють внесок самого автора.

Здобувач – автор кваліфікаційної роботи, зобов’язаний декларувати використання ШІ в роботі. Для цього треба вказувати назву використовуваного інструменту, методику генерування (коротко описати характер запитів (промптів), які використовувалися, або навести найважливіші з них), мету та способи використання ШІ, чітко визначивши, яка частина роботи була сформована або оброблена з використанням штучного інтелекту.

Якщо здобувач дотримався усіх вимог щодо розкриття використання ШІ належним чином, то таке використання ШІ не вважається проявом академічної недоброчесності.

У вступі доцільно зазначити використання інструментів штучного інтелекту як допоміжних засобів підготовки роботи, чітко прописавши для чого і з якою метою. Наприклад: «Під час написання кваліфікаційної роботи автором було використано ChatGPT для формування напрямів пошуку літератури, після чого пошук джерел здійснювався у наукових базах даних. Достовірність джерел ретельно перевірена автором, аналіз тексту джерел автором здійснювався самостійно. Переклад іншомовних джерел здійснено за допомогою Google Translate».

Результати, отримані за допомогою ШІ, повинні бути критично перевірені автором за допомогою наукових джерел.

Недоброчесним використанням ШІ вважаються такі дії, які є забороненими та підлягають застосуванню санкцій:

1. Приховане використання ШІ – видавання текстів, зображень, даних, моделей чи інших результатів, повністю або частково згенерованих за допомогою ШІ, за власні результати та здобутки без будь-якого зазначення цього факту.
2. Генерація основного змісту роботи без авторського внеску та розкриття.
3. Використання засобів ШІ для фабрикації або фальсифікації інформації.
4. Генерування тексту з допомогою ШІ на основі чужих робіт без належно оформлених та достовірних посилань може кваліфікуватись як академічний плагіат.
5. Незадекларованe використання інструментів ШІ.

Повну відповідальність за достовірність інформації, правильність цитування, інтерпретацію результатів і висновки несе автор кваліфікаційної роботи.

Основними санкціями за порушення правил академічної доброчесності та доброчесного використання ШІ для здобувачів вищої освіти при написанні кваліфікаційної роботи є:

1) виховні заходи реагування:

· відвідування тематичних занять (урок, лекція, курс, тренінг тощо) з академічної доброчесності та/або академічного письма;

· усне попередження про необхідність дотримання академічної доброчесності та можливе притягнення до академічної відповідальності;

· письмове попередження про необхідність дотримання академічної доброчесності та можливе притягнення до академічної відповідальності;

· повторне виконання завдання.

2) заходи в межах притягнення до академічної відповідальності:

· повторне проходження (виконання) відповідного освітнього компонента освітньої програми;

· повторне проходження оцінювання (включаючи підсумкове оцінювання або атестацію);
· позбавлення права брати участь у конкурсах щодо отримання стипендій, грантів, участі у програмах академічної мобільності на строк від одного до трьох років;
· відрахування з числа осіб, які здобувають освіту за державним чи регіональним замовленням;
· позбавлення пільг з оплати навчання та/або інших пільг, наданих закладом освіти, науковою установою, на строк від одного до трьох років;
· позбавлення академічної стипендії на строк до одного навчального року;
· виключення зі складу вченої ради з позбавленням права бути членом вченої ради на строк від одного до трьох років;
· відрахування здобувача вищої освіти (крім осіб з особливими освітніми потребами).

1.3. Наукове керівництво кваліфікаційною роботою магістра

У «Положенні про екзаменаційну комісію у Львівському національному університеті імені Івана Франка» визначено, що наукові керівники кваліфікаційних (бакалаврських), дипломних робіт призначаються із числа професорів і доцентів, старших викладачів, асистентів Університету. Науковими керівниками кваліфікаційних (магістерських) робіт призначають з числа науково-педагогічних працівників із вченими званнями або науковими ступенями.

Науковий керівник відповідає за дотримання у роботі сучасних вимог та оформлення. Науковий керівник готує на кваліфікаційну роботу відгук, що включає обґрунтування актуальності теми, логічності і структури викладення матеріалу, якості огляду і аналізу літератури, коректності посилань на наведені в тексті цитати інших авторів, коректності і обгрунтованості вибору методів дослідження, якості емпіричного матеріалу, ретельності обробки експериментальних даних, коректності формулювання власних висновків, відповідності висновків меті та завданням роботи, якості оформлення роботи, апробацію результатів дослідження. Консультації щодо виконання кваліфікаційних робіт проводяться з метою отримання студентом відповідей на окремі теоретичні або практичні питання.

Цим положенням визначено обовязки наукового керівника та студента.

Обов'язки наукового керівника кваліфікаційної роботи:

- надавати допомогу студентові у виборі теми наукових досліджень, складати індивідуальний навчальний план; оформляти та видавати студентові завдання;

- консультувати студента щодо опрацювання необхідної літератури та інших джерел;

- допомагати студентові у складанні календарного плану-графіка виконання кваліфікаційної роботи.

У разі суттєвих порушень, які можуть призвести до зриву встановлених термінів підготовки кваліфікаційної роботи, інформувати керівництво кафедри для

прийняття відповідних рішень, у тому числі й про недопущення до захисту; здійснювати загальне керівництво і нести відповідальність за наявність у роботі помилок системного характеру;

- використовувати час, відведений на керівництво, для систематичних співбесід і консультацій.

Обов'язки студента:

- дотримуватися календарного плану виконання кваліфікаційної роботи;
- своєчасно виконувати рекомендації кафедри, наукового керівника кваліфікаційної (дипломної роботи щодо підготовки до атестації.

РОЗДІЛ 2. ОСНОВНІ ЕТАПИ ВИКОНАННЯ І ЗАХИСТУ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Перелік і послідовність основних етапів виконання і захисту кваліфікаційної роботи:

2.1. Вибір теми, визначення об’єкта та предмета дослідження

Важливим і відповідальним етапом у написанні кваліфікаційної роботи є вибір теми. Успіх роботи великою мірою залежить від зацікавленості здобувача проблемою дослідження. Тематика кваліфікаційної роботи визначається випускаючою кафедрою – кафедрою маркетингу. Під час формулювання та обрання теми кваліфікаційної роботи слід врахувати не тільки її актуальність в науковому та практичному аспектах, але й наявність наукової літератури та довідкових джерел. Водночас, тема повинна надати здобувачу можливість проявити себе як дослідника та презентувати себе як зрілого фахівця.

Тема кваліфікаційної роботи повинна становити інтерес для здобувача, бути пов'язаною з його діяльністю і сприяти максимальному використанню здобутих знань і практичного досвіду. За необхідності здобувач може отримати консультацію у наукового керівника. Здобувач вільно вибирає тему із запропонованої тематики, яка може бути логічним продовженням попередніх наукових досліджень: курсових робіт, рефератів, доповідей на наукових семінарах, конференціях тощо.

Кваліфікаційна робота однієї тематики не може виконуватися кількома здобувачами. Закріплення за здобувачем теми, наукового керівника і термінів виконання кваліфікаційної роботи оформлюється наказом ректора.

Об'єкт дослідження кваліфікаційної роботи магістра — це процес, явище, система, організація, діяльність, ринок або сукупність суспільних, економічних, управлінських чи інших відносин, що породжують проблемну ситуацію та є носієм наукової проблеми, яка підлягає вивченню. Об'єкт дослідження визначає сферу наукового пошуку, у межах якої здійснюється дослідження, та окреслює загальний напрям роботи.

Об'єкт дослідження має відповідати темі кваліфікаційної роботи, бути актуальним, реальним для дослідження та забезпечувати можливість досягнення поставленої мети й виконання визначених завдань.

Предмет дослідження є складовою об'єкта дослідження і завжди є вужчим за нього. Якщо об'єкт відповідає на запитання «що досліджується?», то предмет відповідає на запитання «які саме властивості, процеси, механізми чи особливості цього об'єкта досліджуються?». Правильно сформульований предмет дослідження повинен безпосередньо випливати з теми роботи, відповідати її меті та забезпечувати можливість виконання поставлених завдань. Він визначає основний напрям аналізу, вибір методів дослідження та зміст практичних рекомендацій.

***Приклад формулювання об'єкта та предмета дослідження**: Об'єкт дослідження* — система маркетингових комунікацій підприємства. *Предмет дослідження* — механізми, інструменти та напрями підвищення ефективності маркетингових комунікацій.

2.2. Отримання завдання від керівника

Відповідно до обраної теми науковий керівник видає здобувачеві завдання на виконання кваліфікаційної роботи, де вказує основні питання змісту роботи (зміст розрахунково-пояснювальної записки, розділи, параграфи), перелік графічного матеріалу (ілюстрації, графіки, таблиці, схеми, що виносяться на плакати), встановлюється календарний план виконання кваліфікаційної роботи (диференційовані строки виконання за окремими розділами, параграфами тощо). Науковий керівник окреслює коло питань, які необхідно вивчити на підприємстві, щодо ринку, в установі за місцем дослідження і фактологічні матеріали, які необхідно зібрати. При формулюванні завдання науковий керівник може враховувати бачення та задум здобувача щодо розкриття обраної проблеми.

Форма завдання на кваліфікаційну роботу наведена в додатку Б.

2.3. Формування мети та основних завдань кваліфікаційної роботи

В залежності від рівня зрозумілості та точності формулювання мети роботи, вдалими будуть її основні завдання, план, організація виконання та стиль викладу. Правильне визначення мети роботи дасть змогу здобувачеві відокремити в ній основний напрям дослідження, впорядкувати пошук і аналіз матеріалу, уникнути загальних міркувань, підвищити якість роботи.

Узагальненою метою кваліфікаційної роботи є систематизація, розширення та закріплення теоретичної підготовки, поглиблене вивчання і розробка окремої проблеми, формулювання висновків та підготовка пропозицій щодо вдосконалення функціонування об'єкта дослідження конкретного економічного суб'єкта.

Мета кваліфікаційної роботи повинна бути тісно пов'язана з формулюванням її теми.

На основі сформульованої мети здобувач має визначити основні завдання, які необхідно розв'язати в процесі виконання кваліфікаційної роботи. Завдання повинні конкретизувати основну мету роботи, їх визначення слід логічно пов'язувати з назвами розділів роботи.

2.4. Пошук, збір та опрацювання інформації

На початку написання кваліфікаційної роботи здобувачеві потрібно з'ясувати, як розкриваються питання теми в національному нормативно-правовому полі (закони, інструкції, методичні рекомендації тощо). Наступним кроком є огляд предмета дослідження у загальних джерелах (підручниках, посібниках, словниках), а потім поступово перейти до опрацювання спеціалізованої літератури (монографій, статей) вітчизняних і зарубіжних авторів. У пошуку, необхідної для опрацювання літератури, допоможуть каталоги й картотеки, бібліографічні покажчики. Слід пам'ятати, що безсистемний пошук завжди забирає багато часу і не дає гарантії його повноти.

Для більш повного й широкого висвітлення теми кваліфікаційної роботи рекомендується використовувати не менше **60-ти літературних джерел (зокрема, 25-30% джерел – монографії, наукові статті)**. Отже, опрацювання літератури є процесом творчого пошуку і обробки. Її правильний підбір - умова якісного написання кваліфікаційної роботи.

Збір наукової інформації до теми необхідно поєднувати з аналізом опрацьованого матеріалу. Працюючи з літературою, треба робити не тільки виписки (з детальним посиланням на джерело), але й записувати власні думки, які виникають під час опрацювання матеріалу, що полегшить написання тексту роботи.

2.5. Складання змісту кваліфікаційної роботи на основі групування та систематизації зібраних матеріалів

Отримавши завдання наукового керівника, затверджене завідувачем кафедри, зібравши необхідний теоретичний і практичний матеріал, здобувач складає зміст кваліфікаційної роботи, який погоджує з науковим керівником.

Зміст кваліфікаційної роботи є відображенням її структури, під якою розуміється порядок компонування і взаємозв'язок окремих її частин. При написанні кваліфікаційної роботи доцільно складати попередній та остаточний варіант змісту.

Попередній зміст - це задум роботи, який складається після затвердження теми та загального ознайомлення з основними літературними та іншими джерелами. Остаточний варіант у вигляді розгорнутого змісту із зазначенням основних розділів і підрозділів роботи узгоджується з керівником, після чого стає обов'язковим до виконання.

Зміст кваліфікаційної роботи містить перелік основних структурних частин роботи: вступ, розділи (теоретичну і аналітичну частини) та підрозділи, висновки, список використаних джерел, додатки, анотацію. Кожен пункт змісту повинен подаватися з посиланням на номер сторінки, з якої кожен з них розпочинається. Назви розділів та підрозділів повинні повністю відповідати наведеним у тексті роботи.

Формулювання назви розділів, підрозділів повинні відповідати певним вимогам, до яких належать конкретність, відсутність двозначності, лаконічність.

2.6. Написання та оформлення кваліфікаційної роботи згідно з встановленими вимогами

Важливою частиною роботи для здобувача є аналіз і узагальнення зібраних матеріалів, написання основної частини кваліфікаційної роботи. Матеріал роботи здобувач повинен викладати послідовно, логічно взаємопов'язувати окремі його частини, повністю розкрити тему роботи. Для цього необхідно приділити увагу сучасним теоретичним і методичним розробкам, розглянути і творчо осмислити відповідну нормативну літературу, визначити своє ставлення до дискусійних питань теми роботи.

Слід перевірити, наскільки логічно й послідовно викладений матеріал, чи є правильним формулювання та визначення, чи відповідає текст засадам академічної доброчесності. Після усунення структурних дефектів оцінюють обсяг матеріалів, що наводиться в роботі, рівень їх викладення. Наступний етап - перевірка правильності оформлення роботи. Це стосується всіх його елементів: цитування, оформлення таблиць та ілюстрованих матеріалів, складання бібліографічних покажчиків тощо. Завершальний етап - літературна правка і редагування, основним завданням якого є досягнення єдиного стилю викладання і перевірка правильності орфографії та пунктуації.

2.7. Подання готової кваліфікаційної роботи на рецензію

Виконана і підписана здобувачем кваліфікаційна робота подається на підпис науковому керівникові. Керівник підписує перевірену ним кваліфікаційну роботу на титульному аркуші розрахунково-пояснювальної записки та на титульній сторінці роздаткового матеріалу і складає у письмовому вигляді відгук на роботу.

Відгук керівника містить в собі короткий аналіз проведеного дослідження, відображаючи його теоретичний рівень, глибину, доцільність рекомендацій, їх обґрунтованість, відзначаючи елементи самостійного пошуку та висновок про допуск кваліфікаційної роботи до захисту.

Відгук керівника на кваліфікаційну роботу складається після перевірки чистового варіанта кваліфікаційної роботи в довільній формі та повинен містити:

- висновки про актуальність досліджуваної проблеми;
- визначення повноти та якості розробки теми;
- коротку характеристику головних практичних досягнень здобувача;
- висновки про цінність пропозицій здобувача, ступінь їх обґрунтування та можливість практичного застосування;
- характеристику рівня загальної маркетингової підготовки здобувача, вміння самостійно мислити, творчо вирішувати поставлені завдання;
- зазначення ступеня відповідності роботи вимогам щодо змісту та оформлення;
- зауваження щодо наявних у роботі недоліків;
- рекомендації щодо захисту кваліфікаційної роботи магістра.

Відгук складається в одному примірнику й при захисті роботи зачитується на

засіданні ЕК.

Тільки після підпису здобувача та наукового керівника роботу вкладають у тверду палітурку. На зворотному боці палітурки прикріплюють конверт, в який вміщують відгук керівника (бланк у додатку Ж).

Кваліфікаційна робота, підписана здобувачем і керівником, з відгуком подається на рецензію (бланк рецензії у додатку Е). Рецензент дає розгорнутий письмовий відгук (рецензію) на кваліфікаційну роботу.

Рецензія на кваліфікаційну (магістерську) роботу – це критична характеристика роботи студента, яка може надаватися високо кваліфікованим спеціалістом-практиком, науковцем, викладачем закладу вищої освіти, керівником різних рівнів управління, консультантом чи експертом у сфері маркетингу. У рецензії висвітлюється актуальність роботи, значимість отриманих результатів для досліджуваного об’єкта, зазначаються позитивні аспекти та слабкі місця роботи і оцінюється робота в цілому. **Рецензія має бути підписана та завірена печаткою (або на фірмовому бланку організації чи підприємства).**

Рецензія на кваліфікаційну роботу вкладається у конверт, приклеєний до зворотного боку обкладинки. Разом з відгуком і рецензією, ілюстративним матеріалом та електронною версією, кваліфікаційна робота магістра подається на кафедру із зазначенням дати подання.

2.8. Підготовка презентації результатів кваліфікаційної роботи

Презентація кваліфікаційної роботи - це не стислий переказ її змісту. Готуючи презентацію кваліфікаційної роботи, здобувач повинен розробити стислу доповідь щодо основних результатів роботи. Доповідь містить, звичайно, узагальнену інформацію, викладену у вступі й висновках. Презентацію рекомендується готувати у вигляді тез доповіді, а не суцільним текстом.

У доповіді здобувачеві треба розкрити актуальність обраної теми, дати характеристику об'єкта і предмета дослідження, доповісти про отримані результати, висловити основні висновки і пропозиції, які він сформулював під час дослідження обраної теми.

Під час доповіді здобувач має посилатися на роздатковий матеріал своєї роботи для повнішого розкриття обсягу проведеного дослідження та представлення отриманих результатів. Таким чином, наочний матеріал повинен підтримувати лейтмотив доповіді, тобто вони повинні доповнювати один одного.

При захисті кваліфікаційної роботи слід використовувати наочні матеріали. До наочного матеріалу включають роздаткові матеріали, виконані у форматі А4. Головною вимогою до виконання наочного матеріалу є відбиття основних результатів роботи. Роздатковий матеріал може містити графіки, схеми, таблиці, рисунки, алгоритми та інший ілюстрований матеріал. Важливо пам'ятати, що здобувачеві треба максимально уникати розміщення текстової, а також загальновідомої інформації. Матеріал, наведений в роздатковому матеріалі, повинен давати уявлення про особисті результати роботи здобувача під час виконання кваліфікаційної роботи.

Застосування на захисті роздаткового матеріалу дозволяє членам ЕК ретельніше ознайомитися з результатами кваліфікаційної роботи. Роздатковий матеріал збирається в папку-швидкозшивач з файлами, в які вкладають таблиці, рисунки та іншу інформацію, яку здобувач бажає надати членам ЕК. Роздатковий матеріал не повинен бути занадто об'ємним за кількістю сторінок (до 10 сторінок).

Зображення схем, графіків, рисунків повинно бути чітко виконане, відповідати методичним вимогам. Лінії й написи мають бути виразними.

Роздатковий матеріал обов'язково повинен бути схвалений науковим керівником.

2.9. Попередній захист кваліфікаційної роботи на кафедрі

Попередній захист кваліфікаційної роботи проводиться провідними викладачами, які призначаються завідувачем кафедри.

Для проведення попереднього захисту здобувач подає призначеному викладачеві кваліфікаційну роботу.

У ході попереднього захисту здобувач дає стислу характеристику результатів кваліфікаційної роботи, відповідає на запитання викладача, призначеного для здійснення попереднього захисту.

Метою попереднього захисту є встановлення готовності кваліфікаційної роботи до захисту, її актуальності, логічної закінченості, відповідності затвердженим вимогам, апробація підготовленої презентації роботи, а також можливості допуску здобувача до захисту.

2.10. Захист кваліфікаційної роботи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА ПОДАЄТЬСЯ ЗДОБУВАЧЕМ НА ВИПУСКОВУ КАФЕДРУ ЗА ДЕСЯТЬ ДНІВ ДО ДНЯ ЗАХИСТУ. РІШЕННЯ ПРО ДОПУСК (НЕ ДОПУСК) РОБОТИ ДО ЗАХИСТУ УХВАЛЮЄТЬСЯ НА ЗАСІДАННІ ВИПУСКОВОЇ КАФЕДРИ.

Захист кваліфікаційної роботи проходить публічно і відбувається в обстановці високої вимогливості, принциповості, дотримання наукової та педагогічної етики. Під час захисту роботи здобувач використовує ілюстративний матеріал (таблиці, рисунки, графіки, тощо), який роздається членам ЕК або оприлюднюється за допомогою слайдів, плакатів.

ЕК створюється щорічно у складі голови та членів комісії для проведення заключного етапу - захисту кваліфікаційних робіт. До складу ЕК на правах її членів входять провідні фахівці галузі, завідувач випускової кафедри, викладачі окремих дисциплін.

Обов'язки екзаменаційної комісії:

- комплексна перевірка й оцінка теоретичної та практичної фахової підготовки студентів-випускників відповідного ступеня (освітньокваліфікаційного рівня);
- прийняття за результатами атестації рішень про видачу (або відмову у

видачі) випускникам дипломів встановленого зразка (звичайних або з відзнакою) про здобуття ними відповідного ступеня вищої освіти (освітньокваліфікаційного рівня) та кваліфікації;

- аналіз якості освітньої діяльності в Університеті та якості вищої освіти, отриманої випускниками, та розробка пропозицій щодо подальшого поліпшення якості підготовки фахівців з певної спеціальності.

До захисту кваліфікаційної роботи допускаються здобувачі, які виконали всі вимоги навчального плану та програм і склали державний іспит зі спеціальності.

У ЕК до початку захисту кваліфікаційних робіт подаються:

- довідка декана факультету про виконання здобувачем навчального плану і одержаних ним оцінок з усіх видів навчання у ЗВО;
- відгук керівника;
- рецензія на кваліфікаційну роботу фахівця галузі чи науковця.

Кваліфікаційна робота, що отримала позитивні відгук та рецензію, рішенням кафедри допускається до захисту перед ЕК.

Процедура захисту передбачає стисле викладення здобувачем результатів дослідження і відповідей на запитання членів ЕК або інших присутніх. Оскільки в ході захисту оцінюються не тільки робота, а і якість самого захисту, то слід приділити увагу змісту та формі виступу, підготовці наочних матеріалів.

Захист кваліфікаційних робіт здійснюється на відкритому засіданні ЕК. *Порядок захисту* кваліфікаційних робіт такий:

- головуючий зачитує прізвище, ім’я та по батькові здобувача, тему кваліфікаційної роботи, відгук наукового керівника та рецензію на роботу;
- надається слово здобувачеві для повідомлення змісту кваліфікаційної роботи;
- здобувач відповідає на запитання членів ЕК та інших присутніх на захисті;
- надається заключне слово здобувачеві для відповіді на зауваження рецензента.

Мета доповіді здобувача - ознайомити членів Екзаменаційної комісії з результатами свого дослідження. Рекомендується така послідовність виступу:

- тема, мета та завдання кваліфікаційної роботи;
- об'єкт дослідження;
- головні напрями та результати проведеного маркетингового дослідження;
- основні проблеми, виявлені в ході дослідження;
- характеристика розроблених у кваліфікаційній роботі альтернативних можливостей вирішення виявлених проблем;
- оцінка очікуваних результатів від втілення запропонованих заходів та остаточні рекомендації автора.

Час виступу не повинен перевищувати 10 хв. Виступ має бути стислим, конкретним, з використанням ілюстративного матеріалу, який роздається членам ЕК з метою наочнішої ілюстрації ті чи інші твердження автора, зосередити на них увагу членів комісії.

Загальна тривалість захисту - 20 - 30 хвилин.

Результати захисту обговорюються на закритому засіданні ЕК. При винесенні

рішення щодо остаточної оцінки враховуються думки всіх членів комісії, а також наукового керівника і рецензента. При цьому до уваги береться як зміст самої роботи, так і загальна фахова підготовка здобувача, його виступ на захисті, а саме:

1. змістовні аспекти кваліфікаційної роботи: актуальність і глибина обраної теми дослідження; багатогранність і сутність обґрунтованості пропозицій; практична спрямованість та адекватність запропонованих заходів реальним проблемам підприємства; ступінь самостійності проведення дослідження;

2. загальний рівень презентації роботи: логічність, конкретність і переконливість доповіді; правильність відповідей на запитання; вміння аргументовано захистити свої розробки; вільне володіння усною мовою, економічною термінологією, культурою презентації; якість підготовки та ілюстративна цінність наочного матеріалу.

Рішення ЕК щодо оцінки захисту кваліфікаційної роботи оголошується в день захисту і в подальшому вноситься в диплом про вищу освіту.

За умови успішного виконання навчальної програми, яка включає захист кваліфікаційної роботи, здобувачеві присвоюється освітньо-кваліфікаційний рівень магістра і видається відповідний диплом.

Здобувачеві, який склав іспити не менш як з 75 % усіх дисциплін навчального плану з оцінкою "відмінно", а з решти дисциплін - з оцінкою "добре", а також виявив себе в науковій та громадській роботі, видається диплом з відзнакою.

Здобувачам, які захистили кваліфікаційну роботу на позитивну оцінку, рішення Екзаменаційної комісії присвоюється кваліфікація «Магістр маркетингу» та видається диплом встановленого зразка. У випадку, якщо за результатами захисту кваліфікаційної роботи здобувач отримав оцінку «незадовільно», згідно п. 9.8. «Положення про організацію освітнього процесу у Львівському національному університеті імені Івана Франка» https://lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/06/Polozhennia-pro-orhanizatsiiu-osvitnoho-protsesu_Nova-redaktsiia_2024.pdf, він має право її захистити повторно впродовж трьох наступних років.

2.11. Критерії оцінки кваліфікаційної роботи магістра

Оцінку за кваліфікаційну роботу магістра виставляє екзаменаційна комісія більшістю голосів за результатами відкритого голосування. При оцінюванні кваліфікаційної роботи, насамперед, береться до уваги її теоретичний рівень, наукова новизна та практичне значення.

Критерії оцінювання	Максимальна кількість балів
Наукова новизна та практична цінність дослідження	10
Логічність, структурованість і повнота викладу результатів дослідження	20
Коректність формулювання предмета, об’єкта, мети і завдань дослідження	5

Доречність і правильність цитувань, дотримання бібліографічних норм оформлення літератури	5
Чіткість і самостійність формулювання на основі тексту роботи висновків	5
Адекватність та актуальність методологічного інструментарію	10
Відповідність обсягу роботи та її оформлення встановленим вимогам	5
Своєчасність виконання календарного плану та подання кваліфікаційної роботи до захисту	5
Представлення роботи на захисті: чіткість і лаконічність викладу основних положень дослідження та висновків із зазначенням особистого внеску у доповіді, якість мультимедійної презентації та/або роздаткового матеріалу	15
Компетентність, чіткість й аргументованість відповідей, наукова ерудиція та обізнаність із суміжною проблематикою	15
Апробація результатів дослідження	5
Всього	**100**

Оцінювання кваліфікаційної роботи магістра здійснюється за національної шкалою та ECTS, прийнятою у Львівському національному університеті імені Івана Франка.

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	**A**	**Відмінно**	Зараховано
81-89	**B**	**Добре**	
71-80	**C**		
61-70	**D**	**Задовільно**	
51-60	**E**		

Загальні критерії оцінки роботи за національною шкалою наступні:

Оцінка «Відмінно» **-** кваліфікаційна робота магістра є бездоганною: містить елементи новизни, має практичне значення, доповідь логічна і коротка, проголошена вільно, зі знанням справи, відгук і рецензія позитивні, відповіді на запитання членів ЕК правильні і стислі.

Оцінка «Добре» **–** тема роботи розкрита, але мають місце окремі недоліки непринципового характеру: в теоретичній частині здійснений поверхневий аналіз літературних джерел, елементи новизни чітко не подані, недостатньо використані інформаційні матеріали організації, відгук і рецензія мають окремі зауваження, доповідь логічна, проголошена вільно, відповіді на запитання членів ЕК в основному правильні, оформлення роботи в межах вимог.

Оцінка «Задовільно» - тема кваліфікаційної роботи в основному розкрита, але мають місце недоліки змістовного характеру: нечітко сформульована мета роботи,

теоретичний розділ має виражений компілятивний характер, в аналітичній частині є надлишок елементів описовості, добір інформаційних матеріалів (таблиці, графіки, схеми) не завжди обґрунтований, заходи і пропозиції, що містяться в третьому розділі, обґрунтовані непереконливо, рецензія і відгук містять окремі зауваження, доповідь прочитана за текстом, не всі відповіді на запитання членів ЕК правильні або повні. Є зауваження щодо оформлення кваліфікаційної роботи.

Оцінка «Незадовільно» - нечітко сформульована мета кваліфікаційної роботи, розділи погано пов'язані між собою, відсутній критичний огляд сучасних джерел. Аналіз виконаний поверхнево, переважає описовість. Робота не відповідає засадам академічної доброчесності. Пропоновані заходи випадкові і не випливають з аналізу, не повне економічне обґрунтування або повністю відсутнє. Оформлення роботи далеке від зразкового, ілюстрації до захисту відсутні. Відповіді на запитання членів ЕК неточні, неповні або зовсім відсутні.

Кваліфікаційна робота до захисту не допускається. Подана науковому керівникові на перевірку або на будь-який подальший етап проходження з порушенням строків, установлених кафедрою. Написана на тему, яка своєчасно не була затверджена наказом ректора. Виконана не самостійно чи з порушенням правил академічної доброчесності. Структура роботи не відповідає вимогам. Недбало оформлена, по тексту багато граматичних помилок.

РОЗДІЛ 3. СТРУКТУРА ТА ВИМОГИ ДО РОЗДІЛІВ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ МАГІСТРА

3.1. Структура магістерської кваліфікаційної роботи

Кваліфікаційна робота складається з наступних структурних елементів:

1. титульна сторінка (додаток А);
2. завдання на виконання кваліфікаційної роботи (додаток Б);
3. зміст (додаток В);
4. вступ;
5. основна частина (розділи і підрозділи);
5. висновки;
7. список використаних джерел
8. додатки;
9. анотація.

3.2. Вступ

Вступ кваліфікаційної роботи магістра має містити такі структурні елементи:

- Актуальність теми та ступінь дослідження проблематики.
- Мета і завдання дослідження.
- Об'єкт дослідження.
- Предмет дослідження.
- Методи дослідження.
- Наукова новизна одержаних результатів.

- Апробація результатів дослідження.
- Структура роботи.

3.3. Основна частина

Перший розділ кваліфікаційної роботи магістра є *теоретико-методологічним (*20-25 % обсягу роботи, 12-18 сторінок), структурно містить три підрозділи та має відображати:

- обґрунтування теоретичних засад досліджуваної проблеми;
- аналіз сучасних наукових підходів, концепцій, моделей та методів;
- критичний огляд вітчизняних і зарубіжних наукових джерел;
- уточнення понятійно-категоріального апарату;
- характеристика нормативно-правової бази (за необхідності);
- визначення методології, принципів, методів та інформаційної бази дослідження.

За результатами першого розділу доцільно сформулювати короткі проміжні висновки щодо сучасного стану наукової розробленості досліджуваної проблеми.

Другий розділ (35-45% обсягу роботи, 18-27 сторінок) є *аналітико-дослідницьким,* структурно має три підрозділи*,* присвячується комплексному маркетинговому дослідженню обраного об'єкта та має містити:

- виявлення тенденцій, закономірностей, проблем та факторів, що впливають на розвиток об'єкта дослідження;
- аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища;
- оцінювання сучасного стану досліджуваної проблеми;
- застосування сучасних методів економічного, статистичного, маркетингового, фінансового чи іншого аналізу відповідно до тематики роботи;
- загальну характеристику об'єкта дослідження (ринку, виду діяльності, а не підприємства, установи, організації);
- узагальнення отриманих результатів.

У першому підрозділі другого розділу здобувач другого рівня вищої освіти має надати комплексну характеристику та оцінити сучасний стан розвитку ринку, виду діяльності. При цьому має використовувати різноманітні методи аналізу (*PEST-аналіз; аналіз макроекономічних факторів;аналіз конкурентного середовища;модель п'яти конкурентних сил Портера; аналіз споживчих тенденцій; аналіз внутрішнього середовища, SWOT-аналіз тощо).*

У двох інших структурних підрозділах кваліфікаційної роботи здобувач досліджує тенденції, закономірності комплексу маркетингу, проблеми та фактори, що впливають на розвиток об'єкта дослідження. *У Додатку 3* запропоновано можливі інструменти для проведення досліджень відповідно до обраного об’єкта дослідження.

Наприкінці розділу формуються висновки, які є логічним переходом до третього розділу кваліфікаційної роботи.

Третій розділ **(**25-30% обсягу роботи: 12-15 сторінок) є *проєктно-рекомендаційним*, має два підрозділи, у яких розробляються пропозиції щодо вирішення виявлених проблем, зокрема:

- обґрунтовуються напрями вдосконалення діяльності об'єкта дослідження;
- пропонуються сучасні методи, моделі, інструменти або управлінські рішення;
- здійснюється прогнозування результатів їх впровадження;
- визначаються можливі ризики, умови та перспективи реалізації запропонованих рекомендацій;
- оцінюється ефективність запропонованих заходів;

Пропозиції повинні супроводжуватися економічними, соціальними, маркетинговими або організаційними розрахунками, що підтверджують їх ефективність.

3.4. Висновки та пропозиції

Висновки є завершальним структурним елементом кваліфікаційної роботи магістра, у якому узагальнюються основні результати проведеного дослідження та оцінюється ступінь досягнення поставленої мети і виконання визначених завдань. У висновках не допускається виклад нового теоретичного матеріалу чи результатів, які не були розглянуті в основній частині роботи. Висновки повинні бути логічними, конкретними, аргументованими та відповідати структурі дослідження. Доцільно послідовно відобразити:

- підтвердження актуальності теми дослідження;
- основні результати аналізу теоретичних підходів до досліджуваної проблеми;
- результати аналізу діяльності об'єкта дослідження та виявлені проблеми;
- узагальнення результатів проведених розрахунків, оцінювання чи моделювання;
- ступінь досягнення поставленої мети та виконання всіх завдань дослідження;
- наукову новизну (за наявності) та практичну цінність отриманих результатів;
- перспективи подальших наукових досліджень за обраною тематикою.

Обсяг висновків, як правило, становить 2-**3 сторінки** і залежить від загального обсягу кваліфікаційної роботи.

Якість висновків і рекомендацій значною мірою визначає загальний рівень, оскільки саме вони демонструють здатність здобувача освіти узагальнювати результати дослідження, критично їх оцінювати та розробляти науково обґрунтовані практичні рішення.

3.5. **Список використаних джерел**

Список використаних джерел, на які є посилання в основній частині роботи, наводять у кінці тексту роботи, починаючи з нової сторінки. Список використаних джерел має містити не менше 60 назв. У відповідних місцях тексту мають бути посилання на літературні джерела.

До списку використаних джерел включають нормативно-правові акти, спеціальну наукову та навчальну економічну літературу, звітність підприємств та

установ та інші інформаційні матеріали.

3.6. Додатки

У додатках подаються інформаційні матеріали, що становлять базу аналітичних досліджень згідно з обр

аною темою, і розміщуються на останніх сторінках. Додатки є необхідними для повноти роботи, але включення їх до основної частини роботи може змінити впорядковане й логічне уявлення про роботу; матеріали, які через великий обсяг, специфіку викладення або форму подання не можуть бути внесені до основної частини (копії звітів підприємств, що застосовувались для розрахунків; інструкції, методики, опис комп'ютерних програм, розроблених у процесі виконання роботи тощо). Обсяг додатків не обмежується. Додатки позначаються літерами української абетки за виключенням літер Ґ, Є, І, Ї, Й, О, Ч, Ь.

3.7. Анотація

Анотація наводиться українською та англійською мовами, містить бібліографічний опис кваліфікаційної роботи, коротку характеристику досліджуваної проблеми та стислий виклад головних результатів здійсненого магістром дослідження, а також ключові слова (5-7 термінів чи словосполучень, що найкраще розкривають зміст аналізованих проблем). Загальний обсяг анотації не повинен перевищувати однієї сторінки.

4. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

4.1. Загальні вимоги

Мова кваліфікаційної роботи - державна, стиль - науковий, чіткий, без орфографічних і синтаксичних помилок, послідовність - логічна. Викладати матеріал треба від третьої особи однини («автор вибрав», «автор визначив») або в невизначеній формі («приймається», «вибирається», «визначається» і т.д.).

Пряме переписування в роботі матеріалів з літературних джерел є неприпустимим.

Залежно від особливостей і змісту кваліфікаційну роботу виконують у вигляді тексту, ілюстрацій, таблиць або їх поєднання. Кваліфікаційну роботу оформлюють на аркушах формату А4 (210х297 мм). Текст кваліфікаційної роботи друкується на комп'ютері з одного боку аркуша.

Загальний обсяг кваліфікаційної роботи в межах 50-60 сторінок тексту без урахування списку використаних джерел, додатків та анотації. Текст роботи набирають з використанням текстового редактору Microsoft Word, Гарнітура *Times New Roman,* розмір шрифту - 14 пунктів, інтервал - 1,5 (28 - 30 рядків). Допускається розміщувати таблиці та інші ілюстративні матеріали на аркушах формату А3 (не

більше 40 рядків на сторінку).

Текст кваліфікаційної роботи слід друкувати, дотримуючись таких розмірів полів: верхнє і нижнє —20 мм, ліве - 30 мм, праве — 15 мм.

Необхідно дотримуватися рівномірної щільності, контрастності й чіткості друку впродовж усієї кваліфікаційної роботи, шрифт друку повинен бути чіткий, чорного кольору, середньої жирності.

Окремі слова, формули, знаки, які вписують у надрукований текст, мають бути чорного кольору; щільність вписаного тексту має максимально наближатися до щільності основної роботи.

Скорочення слів і словосполучень у кваліфікаційній роботі вживаються відповідно до чинних стандартів з бібліотечної та видавничої справи.

Назви основних структурних елементів роботи «ЗМІСТ», «ВСТУП», «РОЗДІЛ 1», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ» та ін. слід друкувати великими літерами симетрично до тексту. Назви структурних елементів та розділів друкують великими літерами симетрично до тексту. Заголовки підрозділів друкують маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу. Перенос слів у заголовку не допускається. Крапку в кінці заголовка не ставлять. Заголовки пунктів друкують маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу.

Абзацний відступ повинен бути однаковим упродовж усієї роботи. Після назви розділу, підрозділу, пункту в нижній частині сторінки має бути щонайменше два рядки тексту. Відстань між заголовком (за винятком заголовка пункту) та текстом має дорівнювати 1-2 інтервалам в основному тексті.

Кожну структурну частину кваліфікаційної роботи треба починати з нової сторінки. Підрозділи в межах розділу друкуються послідовно, один за одним - не з нової сторінки.

4.2. Нумерація сторінок та структурних елементів кваліфікаційної роботи

Сторінки кваліфікаційної роботи слід нумерувати арабськими цифрами, додержуючись наскрізної нумерації впродовж усього тексту роботи. Номер сторінки проставляють у правому верхньому куті сторінки без знака № та без крапки.

Титульну сторінку включають до загальної нумерації сторінок кваліфікаційної роботи, але номер сторінки на ній не ставлять. Ілюстрації й таблиці, розміщені на окремих сторінках, включають до загальної нумерації сторінок роботи.

Розділи, підрозділи, пункти кваліфікаційної роботи слід нумерувати арабськими цифрами. Розділи кваліфікаційної роботи повинні мати порядкову нумерацію в межах викладу суті і позначатися арабськими цифрами без крапки, наприклад, 1, 2, 3 і т. д. Номер розділу ставлять після слова «РОЗДІЛ 1», після номера крапку не ставлять, потім з нового рядка друкують заголовок розділу великими літерами симетрично до тексту.

Підрозділи кваліфікаційної роботи повинні мати порядкову нумерацію в межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу і

порядкового номера підрозділу, відокремлених крапкою. Після номера підрозділу крапку не ставлять, наприклад 1.1, 1.2 і т.д. Потім у тому ж рядку йде заголовок підрозділу.

4.3. Оформлення ілюстрацій, таблиць та формул

Ілюстрації (рисунки, графіки, схеми, діаграми) слід розміщувати у кваліфікаційній роботі безпосередньо після тексту, де вони згадуються вперше, або на наступній сторінці. На всі ілюстрації мають бути посилання у тексті роботи. Якщо ілюстрації створені не автором роботи, необхідно подавати посилання на джерело.

Ілюстрації обов'язково мають назву, яку розміщують під нею. За необхідності під ілюстрацією розміщують пояснювальні дані (підрисунковий текст). Ілюстрація позначається словом «Рис. (номер рисунка)», яке разом з назвою ілюстрації розміщують після пояснювальних даних, наприклад:

Рис. 3.2. Функціональна структура рекламного управління

Джерело: [123, с. 12]

або

Рис. 3.2. Функціональна структура рекламного управління

Джерело: розроблено автором на основі джерела [4]

Ілюстрації слід нумерувати арабськими цифрами в межах розділу, за винятком ілюстрацій, наведених у додатках. Номер ілюстрації складається з номера розділу і порядкового номера ілюстрації відокремлених крапкою, після порядкового номера ілюстрації крапку не ставлять наприклад, Рис. 3.2 — другий рисунок третього розділу. Під ілюстрацією подається джерело. Наприклад, [123, с. 12] – рисунок запозичено з 12 сторінки джерела наведеного в «Списку використаних джерел» під номером 123.

Цифровий матеріал, як правило, оформлюють у вигляді таблиць. Таблицю слід розташовувати безпосередньо після тексту, в якому вона згадується вперше, або на наступній сторінці. На всі таблиці мають бути посилання в тексті кваліфікаційної роботи.

Таблиці слід нумерувати арабськими цифрами в межах розділу, за винятком таблиць, що наводяться у додатках. Номер таблиці складається з номера розділу і порядкового номера таблиці, відокремлених крапкою, після порядкового номера таблиці крапку не ставлять наприклад, таблиця 2.1 — перша таблиця другого розділу. У правому верхньому куті сторінки розміщують напис «Таблиця» із зазначенням її номера. Назва таблиці міститься нижче, у центрі сторінки. Назва має бути стислою і відбивати зміст таблиці. Загальна схема побудови таблиці є такою:

Таблиця 2.1

Показники розвитку маркетингових агенцій в Україні

	Роки											
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026

Джерело: [98, с. 17-18].

Графи у таблиці нумерують тільки тоді, коли у тексті є на них посилання або коли таблицю необхідно перенести (продовжити) на наступну сторінку. У такому випадку на наступній сторінці роботи у правому верхньому куті пишуть слова «Продовження табл.» і зазначається її номер, наприклад: «Продовження табл. 1.2».

Заголовки граф таблиці починають з великої літери, а підзаголовки — з малої, якщо вони становлять одне речення із заголовком. Підзаголовки, що мають самостійне значення, пишуть з великої літери. В кінці заголовків і підзаголовків таблиць крапку не ставлять. Текст заголовків і підзаголовків граф пишуть в однині.

При використанні формул необхідно дотримуватися певних техніко-орфографічних правил. Найбільші, а також довгі і громіздкі формули, котрі мають у складі знаки суми, добутку, розміщують на окремих рядках.

Пояснення значень символів і числових коефіцієнтів треба подавати безпосередньо під формулою в тій послідовності, в якій вони дані у формулі. Значення кожного символу і числового коефіцієнта треба подавати з нового рядка. Перший рядок пояснення починають зі слова «де» без двокрапки.

Формули треба виділяти з тексту вільними рядками. Вище і нижче кожної формули потрібно залишити не менше одного вільного рядка. Якщо формула не вміщується в один рядок, її слід перенести після знаків рівності (=), плюс (+). мінус (-), множення (х) або ділення (:).

Формули в кваліфікаційній роботі (якщо їх більше одної) нумерують в межах

розділу. Номер формули складається з номера розділу і порядкового номера формули в розділі, між якими ставлять крапку. Номер формули потрібно брати в дужки і розташовувати на полях справа від формули, наприклад: (2.3) (третя формула другого розділу), (3.5) (п'ята формула третього розділу)

$$\hat{\overline{D}} = \left[\overline{W}^T \overline{W}\right]^{-1} \overline{W}^T \overline{Y}^* \quad (3.5)$$

Формула входить до речення як його рівноправний елемент. Тому відповідно до правил пунктуації в кінці формул і в тексті перед ними ставлять розділові знаки. Так, перед формулою ставлять двокрапку, якщо у тексті перед формулою є узагальнююче слово, або цього вимагає побудова тексту, що передує формулі.

4.4. Загальні правила цитування та посилання на використані джерела

При написанні кваліфікаційної роботи здобувач повинен давати посилання на цифрові дані, відомості, матеріали з монографій, оглядових статей та інших джерел. Посилання на джерела слід виділяти двома квадратними дужками, в яких вказується порядковий номер джерела назва якого наведена у списку використаної літератури, а також відповідна сторінка.

Наприклад: [35, с. 105], (де 35 номер джерела, на яке дано посилання в кваліфікаційній роботі за списком використаних джерел, с. 105 - сторінка тексту і даному джерелі).

На всі ілюстрації (схеми, графіки, рисунки, діаграми), таблиці і додатки кваліфікаційної роботи повинні бути посилання в тексті. Посилання на ілюстрації, таблиці і додатки кваліфікаційної роботи вказують порядковим номером ілюстрації, таблиці і додатка, при цьому слова «рисунок», «таблиця» і «додаток» в тексті пишуть скорочено, наприклад, (рис. 2.1), (табл. 2.3), (дод. А).

У повторних посиланнях на ілюстрації, таблиці і додатки треба вказувати слово «дивись», наприклад: (див. рис. 2.1), (див. табл. 2.2), (див. дод. А).

Посилання треба давати на цитати. Загальні вимоги до цитування такі:

- текст цитати починається і закінчується лапками і наводиться мовою оригіналу;
- цитування повинно бути повним, без довільного скорочення авторського тексту і без перекручень думок автора. Пропуск слів, речень, абзаців позначається трьома крапками;
- при непрямому цитуванні думок автора слід бути гранично точним у викладенні думок автора і давати відповідні посилання на джерело.

4.5. Правила дотримання академічної доброчесності при написанні кваліфікаційної роботи

Академічна відповідальність за порушення академічної доброчесності встановлюється для здобувачів вищої освіти, наукових, науково-педагогічних і

педагогічних працівників. Академічна відповідальність не є різновидом юридичної відповідальності і не заважає притягненню осіб до юридичної (кримінальної, адміністративної, цивільної чи дисциплінарної) відповідальності у випадках, передбачених чинним законодавством.

До основних видів академічної відповідальності здобувачів вищої освіти належать:

- повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит, залік тощо);
- повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми;
- відрахування із закладу вищої освіти;
- позбавлення академічної стипендії;
- позбавлення наданих закладом вищої освіти пільг з оплати за навчання;
- призначення додаткових контрольних заходів (додаткові індивідуальні завдання, додаткові контрольні роботи, тести тощо);
- повідомлення батькам чи іншим особам (фізичним або юридичним), які здійснюють оплату за навчання;
- внесення до реєстру порушників академічної доброчесності.

При написанні кваліфікаційної роботи не допускається порушення жодного із принципів академічної доброчесності. При виявлених фактах порушення принципів академічної доброчесності здобувачем при написанні кваліфікаційної роботи, здобувач може бути скерований на повторне проходження зазначеної освітньої компоненти, а його робота може бути оцінена оцінкою «незадовільно».

Для перевірки кваліфікаційних робіт на присутність плагіату на економічному факультеті ЛНУ ім. І. Франка забезпечено доступ до відповідних платформ, які дозволяють провести таку перевірку. Відповідальними за організацію перевірки кваліфікаційних робіт щодо присутності в них плагіату є завідувачі випускових кафедр. Технічний аспект перевірки кваліфікаційних робіт на присутність плагіату проводить відповідальна особа на факультеті. Результати перевірки подаються окремо на кожну кваліфікаційну роботу у формі Протоколу аналізу звіту подібності.

4.6. Порядок оформлення списку використаних джерел

Список використаних джерел містить бібліографічні описи використаних джерел і розміщується після висновків. Даний розділ роботи розміщують з нової сторінки, а самі джерела нумерують арабськими цифрами і розміщують в такій послідовності:

1. книги, статті, нормативно-правові акти та інші видання кириличною абеткою в алфавітному порядку;
2. книги, статті, нормативно-правові акти та інші джерела латинською абеткою в алфавітному порядку.

Відомості про джерела, включені до списку, слід оформляти згідно з вимогами державного стандарту. Приклад оформлення бібліографічного опису подано в Додатку Д.

Для інформаційних матеріалів джерел Інтернету, обов'язкове посилання на відповідну web-адресу. Приклади оформлення бібліографічного опису у списку

джерел, який наводять у кваліфікаційній роботі наведено у додатку.

4.7. Оформлення додатків

Додатки слід оформлювати у вигляді окремої частини, розташовуючи їх у порядку появи посилань на них у тексті кваліфікаційної роботи. Кожний додаток повинен починатися з нової сторінки, мати заголовок, надрукований посередині рядка з великої літери. У правому верхньому куті над заголовком з великої літери повинно бути надруковано слово «Додаток» і велика літера, що його позначає, наприклад «Додаток Б». додатки позначають літерами української абетки (крім літер Ґ, Є, І, Ї, Й, О, Ч, Ь).

Ілюстрації, таблиці, формули та рівняння, що є у тексті додатка, слід нумерувати в межах кожного додатка. Наприклад, рисунок А. 3 —- третій рисунок додатку А; таблиця В. 2 — друга таблиця додатку В; формула (Б. 1) — перша формула додатку Б.

Якщо у кваліфікаційній роботі як додаток використовується документ, що має самостійне значення і оформлюється згідно з вимогами до документа цього виду, його копію вміщують у роботі без змін в оригіналі. У верхньому правому куті копії документу пишуть слово «Додаток А».

4.8. Анотації

Анотацію двома мовами подають в кінці кваліфікаційної роботи на окремій сторінці. Вона повинна містити інформацію про зміст та результати кваліфікаційної роботи. Викладення матеріалу в анотації повинно бути стислим і точним. Необхідно використовувати стандартизовану термінологію, уникати маловідомих термінів і символів.

В анотації вказують: прізвище та ініціали здобувача; назва роботи; вид дослідження; спеціальність (шифр, назва); найменування установи, де відбувається захист; місто, рік; зміст анотації. Основний текст анотації не може бути меншим за 500 друкованих знаків. Приклад оформлення анотації подано в Додатку Г. Тексти анотації українською та англійською мовами повинні бути ідентичними.

Завершена та оформлена належним чином кваліфікаційна робота переплітається (при цьому завдання на кваліфікаційну роботу підшивається одразу ж за титульною сторінкою) та підписується здобувачем (за наявності консультанта – проставляється і його підпис) і передається науковому керівникові.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДЛЯ ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ МАГІСТРА

1. Актуальні тренди розвитку галузевого маркетингу в Україні: монографія; кол. авторів; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. Майовця Є.Й. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2025. 460 с.
2. Городняк І.В. Поведінка споживача: навч. посібник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 256 с.
3. Квятко Т.М., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Бабко Н.М., Романюк І.А., Вітковський Ю.П., Микатись А.В. Маркетингові дослідження: Навч. посіб. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг від А до Я. К.: Альпіна Паблішер Україна, 2021. 252 с.
5. Кузик О. Маркетинг послуг: технології та стратегії. Львів: Видавництво ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 338 с.
6. Кузик О.В. Стратегічний маркетинг: теорія та методологія: навч. посіб. Львів: ЛНУ, 2015. 240 с.
7. Кузик О.В. Управління маркетинговими комунікаціями підприємств аграрного сектору України: монографія. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2025. 370 с.
8. Кушнір Т.М. Маркетинг промислового підприємства: теорія та методологія: навчальний посібник. Львів: ГАЛИЧ-ПРЕС, 2026. 392 с.
9. Майовець Є., Кузик О. Маркетингові комунікації. Навчальний посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2013. 192 с.
10. Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія та методологія: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2013. 450 с.
11. Максютенко І.Є., Захарченко П.В., Шевченко І.В. Маркетинг взаємовідносин: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2024. 124 с.
12. Окландер М.А., Кірносова М.В. Маркетингова товарна політика. К.: Центр навчальної і практичної літератури, 2020. 246 с.
13. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник. К.: Центр навчальної і практичної літератури, 2020. 284 с.
14. Полторак В.А., Тараненко І.В., Красовська О.Ю. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. Вид. 4-е, перероб. і доп. Київ: Центр учбової літератури, 2022. 356 с.
15. Ромат Є.В. Маркетингові комунікації: підручник. Київ: Студцентр, 2024. 384 с.
16. Словник термінів з маркетингу / за ред. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 228 с.
17. Сохецька А.В., Яворська Т.В. Маркетинг на фінансовому ринку: навчальний посібник. Львів: «Растр-7», 2024. 144 с.
18. Тенденції розвитку маркетингу в Україні: функціональний підхід: монографія / За наук. ред., проф. Є. Й. Майовця. Львів, 2016. 262 с.
19. Kuzyk O. Impact of marketing communications on the competitiveness of agribusiness in Ukraine. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development. 2025. Vol.47, No.3. P. 429-443. DOI: https://doi.org/10.15544/mts.2025.35.
20. Kuzyk O., Kabanova O., Chyrva H., Vlasenko D., Komarnytska H. Trends and perspectives on the impact of digital technologies on the efficacy of marketing communication. Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2023. Vol.6, No.53. P. 471-486. DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptp.6.53.2023.4259.

21. Marchuk O., Kushnir T. Refining search engine marketing strategy: Balancing long-term search engine optimisation investment with immediate pay-per-click results. Economics, Entrepreneurship, Management. 2025. №12(1), pp. 49-57. doi: 10.56318/eem2025.01.049.
22. Sokhetska A., Koren O., Kravchenko A., Leonova S. The role of the Internet of Things in increasing the e ficiency of logistics companies. Acta logistica. 2024. Vol.11, Issue 2. P. 257-267. DOI: https://doi.org/10.22306/al.v11i2.508.
23. Vrublevska O. Environmental Goods and Services: Developments of the Concept, the Economic Sector, and the Markets. Sostenibilità ambientale e dei consumi Dialogo tra scienza giuridica e scienza manageriale. Un ponte tra Italia e Ucraina. Quaderni di Diritto dell'Economia. Università degli Studi di Milano-Bicocca, Dipartimento di Scienze Economico-Aziendali e Diritto per l'Economia. 2024. Dicembre. P. 35-64.
24. Vrublevska O. The EU's Sustainable Product Initiative: Enhancing the Readiness of the Furniture Business in Ukraine. Studia Europejskie – Studies in European A fairs. 2024. 1/2024. P. 225-246. DOI: 10.33067/SE.1.2024.12.
25. Vrublevska O.V. Environmental Goods and Services: Developments of the Concept, the Economic Sector, and the Markets. Studies in Business and Economics. 2024. Vol. 19, No. 1. P. 276-300. DOI: https://doi.org/10.2478/sbe-2024-0015.
26. Городняк І.В., Кузик О.В., Яворська Т.В. Аналіз взаємозалежності соціально-економічних знань споживачів та політики просування підприємств в Україні. Наукові записки Національного університету «Острозька академія» : серія «Економіка». 2025. № 39(67). С. 40-50. DOI: http://doi.org/10.25264/2311-5149-2025-39(67)-40-50.
27. Городняк І.В., Кушнір Я.С., Щур М.Є. Комунікаційна політика підприємств у контексті розвитку ринку роздрібної торгівлі України в умовах невизначеності. Економічний простір. 2026. №210. С. 226-232. DOI: https://doi.org/10.30838/EP.210.226-232.
28. Кундря-Висоцька О.П., Шурпенкова Р.К., Вагнер І.М. Вектори розвитку сучасної маркетингової політики підприємства. Науковий збірник «Економічний простір». 2025. Вип. 205. С. 111-118. DOI: https://doi.org/10.30838/EP.205.111-118.
29. Кундря-Висоцька О.П. Фрагментація комунікаційного середовища у сучасному маркетингу: тенденції, виклики, перспективи. Економіка та суспільство.2026.№87.URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/Article/view/8373.DOI: https: //doi.org /10.32782/2524-0072/2026-87-15
29. Кушнір Т., Гусак А. Маніпулятивні технології в маркетингових комунікаціях в сфері освіти. Review of transport economics and management. 2025. №14(30). С. 143-149. DOI: https://doi.org/10.15802/rtem2025/344932
30. Кушнір Т., Мороз М. Тенденції розвитку цифрових комунікацій в Україні. Acta Academiae Beregsasiensis. Economics. 2025. №9. С. 77-85. DOI: https://doi.org/10.58423/2786-6742/2025-9-77-85.
31. Кушнір Т.М. Етика в цифровому маркетингу. Digitalization as a factor of economic transformation and socio-economic security of Ukraine: theory, practice and prospects : collective monograph / edited by A. V. Cherep, I. M. Dashko, Yu. O. Ohrenych, O. H. Cherep. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2025. С. 26-58. DOI https://doi.org/10.30525/978-9934-26-582-2.
32. Кушнір Т.М. Маркетингові дослідження на ринках товарів

промислового призначення: порівняльні аспекти. Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2026. №1. С. 49-61. DOI: 10.37128/2411-4413-2026-1-4.
33. Левицька О., Луців Н. Теоретичні дослідження адаптивної поведінки споживачів. Вісник Львівського університету. Серія економічна. 2025. Вип. 68. DOI: http://dx.doi.org/10.30970/ves.2025.68.0.6803.
34. Майовець Є.Й., Кундря-Висоцька О.П., Городняк І.В. Інноваційний контент сучасного маркетингу. Економіка та суспільство. 2025. Вип. 78. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-78-31.
35. Майовець Є.Й., Урба С.І., Гнатів Ю.П. Рекламні стратегії на продовольчому ринку. Бізнес-навігатор. 2025. Вип. 6(83). с. 417-422. DOI: https://doi.org/10.32782/business-navigator.83-68.
36. Марчук О.І., Кушнір Т.М. Оцінка ефективності зовнішньої пошукової оптимізації у комплексі інструментів SEO. Маркетинг і цифрові технології. 2024. Том 8. №4. С. 44-57. DOI. 10.15276/mdt.8.4.2024.4.
37. Сохецька А.В. Адаптивне ціноутворення в умовах економічної нестабільності: поведінковий підхід до формування цінової політики підприємств. Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. 2025. Т. 36 (75), №3. С. 29-35. DOI: https://doi.org/10.32782/2523-4803/75-3-5.
38. Хоміць Л.-О.І., Городняк І.В. Маркетинговий підхід до визначення сутності споживчого ринку. Наукові записки Національного університету «Острозька академія», серія «Економіка». 2025. № 36(64). С. 23-29. DOI: 10.25264/2311-5149-2025-36(64)-23-29.
39. Яворська Т.В., Сохецька А.В. Використання Big Data у сучасних маркетингових дослідженнях: нові можливості для прогнозування поведінки споживачів. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2025. Вип. 63. С. 57-63. DOI: https://doi.org/10.32782/2413-2675/2025-63-8.

ДОДАТКИ

Додаток А

Приклад оформлення титульної сторінки кваліфікаційної роботи магістра

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА

ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістра за

спеціальністю D5 «Маркетинг»

освітньо-професійної програми «Маркетинг»

на тему:

«УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ У СФЕРІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ»

Виконала:

студентка групи ЕкнМ-21с

_____А.А. Антонюк

Керівник _____О.О. Остапчук

Рецензент _____І.І. Іванчук

ЛЬВІВ - 2026

Додаток Б

Приклад оформлення завдання на кваліфікаційну роботу магістра

ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА

Факультет економічний_____
Кафедра маркетингу_____
Спеціальність D5 – Маркетинг_____

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Завідувач кафедри маркетингу
_____ доц. *Ірина ГОРОДНЯК*
«___» _____2026 року

З А В Д А Н Н Я
на кваліфікаційну роботу магістра

Антонюк Антоніні Андріївні
прізвище, ім'я, по батькові студента

1. Тема роботи *Управління маркетингом у сфері роздрібної торгівлі*
керівник роботи *Остапчук Олег Олександрович, к.е.н., доцент*
затверджені Вченою радою факультету від *«»_____2026 року №*
2. Термін подання студентом роботи *«20» листопада 2026 року*
3. Вихідні дані до роботи

монографії, наукові статті у фахових вітчизняних виданнях, наукові статті у зарубіжних виданнях, навчальні підручники та посібники, збірники тез доповідей на вітчизняних, міжнародних конференціях, аналітичні матеріали, законодавчі та нормативно-правові акти, інтернет-ресурси

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно озробити)

Вступ
Розділ 1. Теоретико-методологічні основи вивчення роздрібної торгівлі
Розділ 2. Управління маркетинговою діяльністю підприємства роздрібної торгівлі на прикладі торговельної мережі «АТБ»
Розділ 3. Обґрунтування інноваційних методів маркетингового управління у сфері роздрібної торгівлі
Висновки
Список використаних джерел
Додатки
Анотація

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
11 рисунків, 13 таблиць, в тому числі 8 таблиць у додатках

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	**Прізвище, ініціали та посада консультанта**	**Підпис, дата**	
		завдання видав	**завдання прийняв**
I	*Остапчук О.О., доц.*		
II	*Остапчук О.О., доц.*		
III	*Остапчук О.О., доц.*		

7. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	**Назва етапів кваліфікаційної роботи**	Строки виконання етапів роботи	Примітка
1.	Перший розділ роботи		
2.	Другий розділ роботи		
3.	Третій розділ роботи		
4.	Написання вступу і висновків, оформлення роботи		
5.	Реєстрація роботи на кафедрі		

Студент _____ ___Антонюк А.А._____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ ___ Остапчук О.О._____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Додаток В

Зразок змісту кваліфікаційної роботи магістра

Вступ.....

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ (*обраного об'єкта дослідження)*.....
1.1. Змістові та класифікаційні характеристики, роль та значення *обраного об'єкта*.....
1.2. Характеристика сучасних наукових підходів, концепцій, міжнародного досвіду щодо *об'єкта дослідження*.....
1.3. Методичні підходи, принципи, характеристика нормативно-правової та інформаційної бази *об'єкта дослідження*.....

Висновки до розділу І.....

РОЗДІЛ ІІ. МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ *обраного об'єкта дослідження)*
2.1. Дослідження тенденцій та закономірностей, що впливають на розвиток *об'єкта дослідження*.....
2.2. Аналіз ефективності використання інструментів комплексу маркетингу *об'єкта дослідження* та узагальнення отриманих результатів.....
2.3.Характеристика стану *об'єкта дослідження* (підприємства, галузі, ринку, тощо) та оцінка результативності.....

Висновки до розділу ІІ.....

РОЗДІЛ ІІІ. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ (РОЗВИТКУ) *об'єкта дослідження*.....
3.1. Формування стратегічних напрямів удосконалення *об'єкта дослідження*...
3.2. Розроблення комплексу маркетингових заходів та оцінка їх ефективності щодо *об'єкта дослідження*.....

Висновки до розділу ІІІ.....

ВИСНОВКИ.....
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....
ДОДАТКИ.....
АНОТАЦІЯ.....

Додаток Г

Приклад оформлення анотації до кваліфікаційної роботи

АНОТАЦІЯ

Антонюк А.А. Управління маркетингом у сфері роздрібної торгівлі. - Рукопис

У кваліфікаційній роботі розглянуто ключові проблемні аспекти функціонування роздрібної торгівлі в Україні на сучасному етапі, визначено її місце та роль у формуванні головної продуктивної сили суспільства через забезпечення населення споживчими товарами, розкрито головні характерні ознаки та функції роздрібної торгівлі. Автором детально проаналізовано організаційні аспекти здійснення управлінської діяльності у сфері маркетингу торговельного підприємства, визначено найбільш ефективні організаційні структури та напрями управління. Також проаналізовано сучасний стан даної сфери діяльності, визначено тенденції розвитку роздрібної торгівлі в аспекті діяльності конкретної торговельної мережі. Особливу увагу зосереджено на регіональній диференціації щодо забезпеченості населення торговельною мережею. Отримані результати дозволили окреслити основні проблеми розвитку роздрібної торгівлі, які суттєво впливають на якість життя населення. Виявлено основні проблеми управління маркетингом в торговельній сфері та обґрунтовано ключові напрями підвищення ефективності цього процесу.

Ключові слова: роздрібна торгівля, сфера торгівлі, торгівельне обслуговування, торговельна мережа, маркетингове управління, управління маркетингом.

ANNOTATION

Antonyuk A.A. Management of marketing in the field of retail trade. – Script.

The thesis examines the key problematic aspects of the functioning of retail trade in Ukraine at the current stage, defines its place and role in the formation of the main productive force of society through the provision of consumer goods to the population, reveals the main characteristic features and functions of retail trade. The author has analyzed in detail the organizational aspects of management activities in the field of marketing of a trade enterprise, determined the most effective organizational structures and directions of management. The current state of this field of activity has also been analyzed, the trends of retail trade development in the aspect of the activity of a specific trade network have been determined. Special attention is focused on regional differentiation regarding the supply of the population with a trade network. The obtained results made it possible to outline the main problems of the development of retail trade, which significantly affect the quality of life of the population. The main problems of marketing management in the trade sphere have been identified and the key directions for improving the efficiency of this process have been substantiated.

Key words: retail trade, field of trade, trade service, trade network, marketing management, marketing management.

Додаток Д

Приклад оформлення бібліографічного опису у списку використаних джерел за ДСТУ 8302:2015 та відповідно до наказу МОН №40 від 12.01.2017 р

Характеристика джерела	**Приклад оформлення**
Книги: Один автор	1.Кузик О.В. Управління маркетинговими комунікаціями підприємств аграрного сектору України: монографія. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2025. 370 с. 2. Городняк І.В. Поведінка споживача: навч. посібник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 256 с. 3. Кузик О. Маркетинг послуг: технології та стратегії. Львів: Видавництво ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 338 с. 4. Кузик О.В. Стратегічний маркетинг: теорія та методологія: навч. посіб. Львів: ЛНУ, 2015. 240 с. 5. Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія та методологія: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2013. 450 с.
Книги: Два автори	1. Майовець Є. Й., Майовець Я. М. Маркетинг у роздрібній торгівлі: навч. посібник. Львів: «ГАЛИЧ-ПРЕС», 2022. 220 с. 2. Майовець Є., Кузик О. Маркетингові комунікації. Навчальний посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2013. 192 с. 3. Сохецька А.В., Яворська Т.В. Маркетинг на фінансових ринках: навч. посіб.Львів: Растр-7, 2024. 144с. 4. Мартиненко З. Е., Макар І. В. Управління підприємством: теоретико-методичні засади: монографія. Харків: Щедра садиба плюс, 2017. 296 с.
Книги: Три автори	1. Кубів С.І., Крикавський Є.В., Косар Н.С. Маркетингова концепція формування привабливості комерційного банку: монографія. Львів: Вид-во Національного університету «Львівська політехніка», 2006. 232 с. 2. Тарнавська Г. Я., Марценюк Н. С., Герасимова Т. М. Фінанси: навч.посіб. Львів: Магнолія 2006, 2017. 412 с. 3. Мартинович Н. О., Горник В. Г., Бойченко Е. Б. Маркетингові дослідження : навч. посіб. Київ : «Видавництво Людмила», 2021. 323 с.
Книги: Чотири автори	1. Інновації: навч. посіб. / Гуревич Д. Т., Чекан О. С., Грибан О. М.,Макарова В. В. Запоріжжя: ЗНУ, 2016. 389 с. 2. Крикавський, Є., Петецький, І., Циран, Я., Люльчак З. Партнерські відносини на ринку B2B та B2C. Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2019. 232 с.
Книги: П’ять і більше авторів	1. Система контролю міжнародних операцій: розвиток управління ризиками та потенціал синергії в умовах євроінтеграції / В.Ю. Прокопенко, О.М. Підхомний, І.О. Ревак, О.Г. Лишенко, Т.В. Яворська. Одеса : Юридика, 2024. 220 с. 2. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник [Н. Є. Летуновська, Л. М. Хоменко, О. В. Люльов та ін.]. Суми : СумДУ, 2021. 259 с. 3. Маркетингові комунікації електронного бізнесу [В. А. Павлиш, Ю. А. Дайновський, Л. К. Гліненко та ін.]. Львів : ВІРТУ, 2002. 148 с.
Частина видання, розділ книги	1.Кушнір Т.М. Етика в цифровому маркетингу. *Digitalization as a factor of economic transformation and socio-economic security of Ukraine: theory, practice and prospects*. Riga:Baltija Publishing, 2025. С. 26-58.

Автор(и) та редактор(и)/ упорядники	1 Актуальні тренди розвитку галузевого маркетингу в Україні: монографія; кол. авторів; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф.Майовця Є.Й. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2025. 460 с. 2. Збірник тестів із маркетингу / за ред. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 416 с. 3. Практикум з маркетингу: навч. посіб. / за ред. Проф. Майовця Є.Й. Львів: Видавництво «Край», 2014. 244 с. 4. Словник термінів з маркетингу / за ред. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 228 с. 5. Тенденції розвитку маркетингу в Україні: функціональний підхід: монографія / За наук. ред., проф. Є.Й. Майовця. Львів, 2016. 262 с. 6.Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України : кол. монографія / За ред. Н. В. Якименко-Терещенко, Д. В. Райко, О. О. Носирєва. Харків : НТУ «ХПІ», 2026. 960 с.
Без автора	1. Тенденції розвитку маркетингу в умовах невизначеності: Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Львів, 21-22 березня 2024 року [Електронне видання]. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2024. 350 с. 2. Освіта в Україні: виклики модернізації: зб. наук. пр. / редкол.:П. М. Марценюк (відп. ред.) та ін. Київ: Ін-т всесвітньої історії НАН України, 2017. 319 с.
Багатотомні видання	1. Енциклопедія рослин / редкол.: І. М. Деркач та ін. Київ: ЦУЛ, 2016. Т. 8. 812 с. 2. Бюджетна система України: історія, стан та перспективи: у 3 т. / Акад. прав. наук України. Львів: Право, 2012. Т. 2: Бюджетний менеджмент / заг. ред. Ю. П. Бубряка. 476 с. 3. Кучеренко Н. П. Казначейська справа: в 6 т. Київ: Право, 2016. Т. 3: Контроль у системі Державного казначейства. 432 с.
Автореферати дисертацій	1. Зіньцьо Ю.В. Управління маркетинговою діяльність фермерських господарств: автореф. дис.… канд. екон. наук: 08.00.03. Львів, 2018. 20 с.
Дисертації	1. Зіньцьо Ю.В. Управління маркетинговою діяльність фермерських господарств: дис.... канд. екон. наук: 08.00.03. Львів, 2018. 242 с. 2. Войтович Л.М. Державне регулювання розвитку страхової системи в Україні: дис.. .. д-ра екон. наук: 08.00.08. Львів, 2023. 605 с. 3. Кузик О.В. Стратегічне управління маркетинговими комунікаціями в агропромисловому комплексі України: дис…д-ра екон. наук: 08.00.03. Львів, 2025. 538 с
Законодавчі та нормативні документи	1. Конституція України: офіц. текст. Київ: КМ, 2015. 98 с. 2. Податковий кодекс України: Закон України від 19.05.2011 р. № 3393-VI. *Відомості Верховної Ради України*. 2011. № 48-49. Ст. 536. 3. Питання соціального забезпечення: Постанова Кабінету Міністрів України від 28.12.2017 р. № 1060. *Офіційний вісник України*. 2018. № 5.С. 430–443.
Патенти	1. Зернозбиральний комбайн: пат. 25742 Україна: МПК6 С09К11/00, G01T1/28, G21H3/00. № 200701472; заявл. 12.02.07; опубл. 27.08.07, Бюл. № 13. 4 с. 2. Спосіб лікування гіперактивності у дітей: пат. 76509 Україна. № 2004042416; заявл. 01.04.2004; опубл. 01.08.2006, Бюл. № 8 (кн. 1). 120 с.
Стандарти	1. ДСТУ ISO 6107-1:2004. Якість води. Словник термінів. Частина 1 (ISO 6107-1:1996, IDT). [Чинний від 2005-04-01]. Вид. офіц. Київ:

	Держспоживстандарт України, 2006. 181 с. 2.
Статті з періодичних видань	1.Городняк І.В. Аналіз показників ефективності таргетованої реклами. *Form. Market Econ. Ukr*. 2025. Вип. 52. С. 194-201. 2. Захарчин Р.М. Основні аспекти маркетингу волонтерських організацій. Інфраструктура ринку. *Інфраструктура ринку*. Електронний науково-практичний журнал. 2025. Вип. 82. С. 260-263. 3. Кузик О.В. Яворська Т. В. Моделі PESO та NICE у політиці просування українських підприємств. *Актуальні проблеми сталого розвитку*. 2025. Т.2, №4. С. 132-139. 4.Кузик О. Стратегічна роль виставок і ярмарків у маркетинговій діяльності агропідприємств України. *Маркетинг і цифрові технології.* 2023. №2. Том 7. С. 43-55. DOI: 10.15276/mdt.7.2.2023.4. 5.Кушнір Т.М. Методологічні аспекти застосування суб'єктного підходу до розуміння маркетингової етики. *Review of transport economics and management*. – 2024. №12. С. 51-55. 6.Кундря-Висоцька, О. П. (2026). Адаптаційно-антикризовий маркетинг посівного матеріалу як інструмент виживання та стабілізації вітчизняного аграрного ринку. *Актуальні питання економічних наук*, (19). https://doi.org/10.5281/zenodo.18356274 7. Левицька О.М., Луців Н.В. Аналіз поведінки споживачів. *Менеджмент та підприємництво: тренди розвитку*. 2025. Вип. 3 (33). С. 126-136. 8. Майовець Є.Й., Кундря-Висоцька О.П., Городняк І.В. Інноваційний контент сучасного маркетингу. *Науковий журнал "Економіка і суспільство"*. 2025. № 78. – DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-78-31. 9. Ревак І.О., Підхомний О.М., Яворська Т.В. Необхідність та можливості використання електронних доказів у фінансових розслідуваннях. *Наукові записки національного університету «Острозька академія» Серія «Економіка».* 2023. 29. С. 60-66.
Матеріали конференцій	1. Зіньцьо Ю.В., Констанжи В.О. Дослідження впливу штучного інтелекту на маркетингову стратегію торгових підприємств України на прикладі VARUS.UA. *Маркетинг майбутнього: виклики та реалії.* Київ, Україна, 12 червня 2025. 2025. С. 235-236. 2. Кундря-Висоцька О.П. Сучасний маркетинг у виробничо-збутових ланцюгах як інструмент сучасної бізнес-аналітики у досягненні стратегічних цілей. *Інформаційні технології, економіка та право: стан і перспективи розвитку* : Збірник тез доповідей, Чернівці, Україна, 9-10 жовтня 2025 р Чернівці : Буковинський університет, 2025. С. 243-245. 3. Кушнір Т.М. Маркетингова етика в цифровому середовищі. *Економічні перспективи підприємництва: виклики воєнного часу та повоєнної відбудови* : збірник матеріалів VIII Міжнародної науково-практичної конференції, Ірпінь, Україна, 30 травня 2025 р. Ірпінь : Державний податковий університет, 2025. С. 78-79. 4. Шурпенкова Р.К. Концептуальні основи податкового менеджменту. *Сучасні кризові явища в економіці та проблеми облікового, контрольного та аналітичного забезпечення управління підприємством*: матеріали XVII Міжнародної науково-практичної конференції : Збірник тез доповідей, Луцьк, Україна, 24 травня 2025 р. – ВІП ЛНТУ, 2025. С. 562-565. 5. Зіньцьо Ю.В., Літвінова М.О. Адаптація маркетингових стратегій аграрних підприємств України в умовах нестабільності (на прикладі агрохолдингу "Астарта-Київ"). XIII Всеукраїнська науково-практична конференція форум молодих економістів-кібернетиків: *«Моделювання економіки: проблеми, тенденції, досвід»*, Львів, Україна, 21-22 лист. 2025 р. 2025. С. 282-283.

Електронні видання	
Книги	1. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу інноваційної продукції промислових підприємств: монографія. Київ: «Центр учбової літератури», 2018. 462 с. URL: https://www.culonline.com.ua/catalog/marketing/marketingova-politika-rozpodilu-innovatsiynoi-produktsii-promislovikh-pidpriemstv-bilovodska-oamonografiya-1-1/read (дата звернення: 25.08.2024). 2. Окландер М. А., Кірносова М. В. Маркетингова товарна політика: підручник. Київ: «Центр учбової літератури», 2020. 246 с. URL: https://www.culonline.com.ua/catalog/marketing/marketingova-tovarna-politika-oklander-ma-1/read (дата звернення: 25.08.2024).
Статті з періодичних видань	1. Городняк І.В., Хоміць Л-О.І. Аналіз стану і тенденцій розвитку ринку таргетованої реклами в Україні. Маркетинг і цифрові технології. 2023. № 2. Том 7. С. 73-85. https://www.mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/303 (дата звернення: 25.08.2024). 2. Кузик О. Деякі аспекти маркетингових комунікацій в Інтернет агробізнесу України. Актуальні питання у сучасній науці. 2023. № 7 (13). С. 47-59. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-7(13)-47-59 (дата звернення: 25.08.2024). 3. Майовець Є.Й., Сенишин О.С., Хіч Р.Я. Молокопереробна галузь України як об'єкт стратегічного маркетингового планування. Ефективна економіка. 2023. № 1. URL: https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1008/1018 (дата звернення: 25.08.2024). 4. Шурпенкова Р.К. Маркетинг як нова філософія організації сучасного бізнесу. Науковий журнал "Актуальні питання економічних наук". 2025. №15. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.17215159.
Законодавчі та нормативні документи	1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436- IV. URL: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/436-19 (дата звернення: 25.08.2024). 2. Про рекламу: Закон України від 03.07.96 р. № 271/96-ВР. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text (дата звернення: 25.08.2024). 3. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. № 1023-XII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text (дата звернення: 25.08.2024). 4. Про електронні комунікації :Закон України від 16.12.2020 р. № 1089-IX URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1089-20#Text (дата звернення: 12.08.2026).
Веб-сайти	1. Офіційний сайт мережі книгарень «Книгарня «Є». URL: https://book-ye.com.ua/ (дата звернення 25.08.2024). 2. Офіційний веб-сайт ТОВ «НОВА ПОШТА». «Гуманітарна пошта України». URL: https://novaposhta.ua/humanitarian_post (дата звернення 25.08.2024).

Додаток Е

Бланк рецензії

РЕЦЕНЗІЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Студента_____

(прізвище, ім’я, по батькові)

Тема _____

_____

Дата одержання роботи «_____» _____ 20___ р.

Рецензент _____

(вчене звання, прізвище, ім’я, по батькові)

ЗМІСТ РЕЦЕНЗІЇ

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Загальний висновок рецензента_____

Рецензент _____ _____

(підпис) (прізвище, ініціали)

«_____» _____ 20___ р.

Додаток Ж

Бланк відгуку керівника роботи

ВІДГУК

керівника на кваліфікаційну роботу на здобуття освітнього ступеня магістра за спеціальністю D5 «Маркетинг»

виконаного на тему: _____

_____

студентом (кою)_____

(прізвище, ім'я, по батькові)

(складається у довільній формі із зазначенням: головної мети кваліфікаційної роботи, в інтересах або на замовлення якої організації вона виконана (у рамках науково-дослідної роботи кафедри, підприємства, НДІ тощо); відповідності виконаної роботи завданню; ступеня самостійності при виконанні роботи; рівня підготовленості здобувача до прийняття самостійних рішень; умінь аналізувати необхідні літературні джерела, приймати правильні (інженерні, наукові) рішення, застосовувати сучасні системні та інформаційні технології, проводити економіко-математичне моделювання, обробляти та аналізувати результати дослідження; найбільш важливих теоретичних і практичних результатів, їх апробації (участь у конференціях, семінарах, оформлення патентів, публікація в наукових журналах тощо); загальної оцінки виконаного КР, відповідності якості підготовки здобувача вимогам ОП і можливості присвоєння йому відповідної кваліфікації; інші питання, які характеризують професійні якості здобувача).

Керівник
кваліфікаційної роботи

_____ _____ _____

(посада, учене звання, науковий ступінь) (підпис) (ініціали, прізвище)

Додаток 3

Маркетингові інструменти для проведення дослідження

Об’єкт	Інструменти дослідження
Product (товарна політика)	• ширина та глибина асортименту; • життєвий цикл продукції; • якість продукції; • конкурентоспроможність; • брендинг; • упаковку; • інноваційність продукції.
Price (цінова політика)	• стратегія ціноутворення; • рівень цін; • система знижок; • еластичність попиту; • порівняння із конкурентами.
Place (політика розподілу)	• канали збуту; • географія продажів; • логістика; • електронна комерція; • маркетплейси; • омніканальні продажі.
Promotion (комунікаційна політика)	• рекламна діяльність; • PR; • digital-маркетинг; • SEO; • SMM; • email-маркетинг; • контент-маркетинг; • програми лояльності.
Маркетингові дослідження споживачів	• анкетування; • онлайн-опитування; • фокус-групи; • інтерв'ю; • аналіз задоволеності клієнтів; • сегментацію споживачів.
Аналіз конкурентів	• частки ринку; • позиціонування; • конкурентні переваги; • маркетингові стратегії; • рівень цифрової активності.
Рекомендовані аналітичні інструменти	• ABC-аналіз; • XYZ-аналіз; • RFM-аналіз; • BCG-матриця; • GE/McKinsey Matrix; • SPACE-аналіз; • конкурентна карта ринку; • карта позиціонування брендів.