

**Львівський національний університет  
імені Івана Франка**

*Є.Й. Майовець*

*І.В. Городняк*

*Т.М. Кушнір*

***МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ***

*до виконання, оформлення та захисту кваліфікаційної роботи  
на здобуття освітнього ступеня «Магістр»*

*(для здобувачів спеціальності 075 «Маркетинг», ОПП «Маркетинг»  
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»)*



Львів 2024

Методичні вказівки до виконання, оформлення та захисту кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня «Магістр» (для здобувачів спеціальності 075 «Маркетинг», ОПП «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування»). Укл. Майовець Є.Й., Городняк І.В., Кушнір Т.М. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2024. 51 с.

Укладачі: д.е.н., проф. Майовець Є.Й.  
к.соц.н., доц. Городняк І.В.,  
к.е.н., доц. Кушнір Т.М.

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 «27» серпня 2024 р.

## Зміст

<b>ВСТУП .....</b>	<b>5</b>
<b>1. ОСНОВНІ ЕТАПИ ВИКОНАННЯ І ЗАХИСТУ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ .....</b>	<b>6</b>
<b>1.1. Вибір теми та об'єкта дослідження.....</b>	<b>6</b>
<b>1.2. Отримання завдання від керівника.....</b>	<b>6</b>
<b>1.3. Формування мети за основних завдань кваліфікаційної роботи.</b>	<b>7</b>
<b>1.4. Пошук, збір та опрацювання інформації.....</b>	<b>7</b>
<b>1.5. Складання змісту кваліфікаційно роботи на основі групування та систематизації зібраних матеріалів.....</b>	<b>8</b>
<b>1.6. Формування висновків та підготовка рекомендацій.....</b>	<b>9</b>
<b>1.7. Написання та оформлення кваліфікаційної роботи згідно з встановленими вимогами.....</b>	<b>9</b>
<b>1.8. Подання готової кваліфікаційної роботи на рецензію.....</b>	<b>10</b>
<b>1.9. Підготовка презентації результатів кваліфікаційної роботи....</b>	<b>11</b>
<b>1.10. Попередній захист кваліфікаційної роботи на кафедрі.....</b>	<b>12</b>
<b>1.11. Захист кваліфікаційної роботи магістра .....</b>	<b>12</b>
<b>1.12. Критерії оцінки кваліфікаційної роботи магістра.....</b>	<b>15</b>
<b>2. СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ.....</b>	<b>17</b>
<b>3. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ..</b>	<b>22</b>
<b>3.1. Загальні вимоги</b>	<b>22</b>
<b>3.2. Нумерація сторінок та структурних елементів кваліфікаційної роботи магістра.....</b>	<b>23</b>
<b>3.3. Оформлення ілюстрацій, таблиць та формул.....</b>	<b>24</b>
<b>3.4. Загальні правила цитування та посилання на використані джерела.....</b>	<b>26</b>
<b>3.5. Правила дотримання академічної доброчесності при написанні кваліфікаційної роботи магістра.....</b>	<b>27</b>

<b>3.6. Порядок оформлення списку використаних джерел.....</b>	<b>33</b>
<b>3.7. Оформлення додатків.....</b>	<b>33</b>
<b>3.8. Анотації.....</b>	<b>34</b>
<b>РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА.....</b>	<b>35</b>
<b>ДОДАТКИ .....</b>	<b>37</b>

## 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.

# 1. ОСНОВНІ ЕТАПИ ВИКОНАННЯ І ЗАХИСТУ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Перелік і послідовність основних етапів виконання і захисту кваліфікаційної роботи:

## 1.1. Вибір теми та об'єкта 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'єктом дослідження є вся сукупність зв'язків, відношень різних аспектів теорії і практики науки, що слугує джерелом необхідної для дослідника інформації.

Предмет дослідження - це лише ті істотні зв'язки та відносини, які підлягають безпосередньому вивченню в даній роботі, є головними, визначальними для конкретного дослідження.

## 1.2. 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, 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.

### **1.3. Формування мети за 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 вивчення 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.

### **1.4. 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 **70-ти літературних джерел**. 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.

Окрім теоретичного базису, що розглядається у першому розділі роботи, здобувачем аналітично опрацьовується фактичний матеріал щодо обраного об'єкта дослідження (конкретного економічного суб'єкта, предмету фінансових процесів). Необхідною умовою реалізації цього завдання є володіння навичками і вмінням поглибленої діагностики й обробки результатів проведеного маркетингового дослідження. Слід зазначити, що інформаційний матеріал доцільно ілюструвати цифровими і графічними даними, посилаючись при цьому на джерела.

### **1.5. 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.

### **1.6. Формування висновків та підготовка рекомендацій**

На основі проведеного аналізу літературних джерел, вторинної інформації та результатів проведеного маркетингового дослідження, особистих вражень та узагальнень потрібно зробити потрібні висновки, висвітлити досягнуті успіхи, зазначити існуючі недоліки, а також висловити пропозиції щодо можливостей подальшого покращення діяльності об'єкта дослідження.

### **1.7. Написання та оформлення кваліфікаційної роботи згідно з встановленими вимогами**

Найскладнішою 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.

## 1.8. 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 висновки 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.

У рецензії вказується: наскільки грамотно розкриваються питання плану кваліфікаційної роботи, ступінь обґрунтованості і аргументованості зроблених висновків та практичних рекомендацій. Звертається увага рецензента на якість оформлення роботи. 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.

### **1.9. Підготовка презентації результатів кваліфікаційної роботи**

Презентація кваліфікаційної роботи - це не стислий переказ її змісту. Готуючи презентацію кваліфікаційної роботи, здобувач повинен розробити стисло 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.

### **1.10. 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 і наочний матеріал.

У ході попереднього захисту здобувач дає стисло 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.

Підписана здобувачем, керівником та членом комісії з попереднього захисту робота, відгук, рецензія, роздатковий матеріал надаються завідувачу випускаючої кафедри для остаточного затвердження і допуску до захисту в ЕК.

### **1.11. Захист кваліфікаційної роботи**

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.

До кола діяльності ЕК входять:

- перевірка рівня науково-теоретичної і практичної підготовки спеціалістів;
- оцінка якості виконання роботи, актуальності їх тематики та відповідності сучасному стану розвитку науки, техніки і питань виробництва;

- вирішення питань присвоєння кваліфікації спеціаліста і видачі диплома (з відзнакою, без відзнаки);

- розробка пропозицій щодо поліпшення підготовки спеціалістів, організації захисту ДР, спрямованих на подальше поліпшення якості підготовки молодих спеціалістів.

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:

- головуєчий 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://www.lnu.edu.ua/wpcontent/uploads/2018/06/S22C-6e18062115060-1.pdf>, він має право її захистити повторно впродовж трьох наступних років.

### 1.12. Критерії оцінки кваліфікаційної роботи

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	<b>A</b>	<b>відмінно</b>	зараховано
81-89	<b>B</b>	<b>добре</b>	
71-80	<b>C</b>		
61-70	<b>D</b>		
51-60	<b>E</b>	<b>задовільно</b>	не зараховано з можливістю повторного складання
0-50	<b>FX</b>	<b>незадовільно з можливістю повторного складання</b>	

Для оцінювання кваліфікаційної роботи застосовується шкала, прийнята для оцінювання екзаменів. 100 балів за шкалою ECTS розподіляються наступним чином:

- 10 балів – оцінка за попередній захист кваліфікаційної роботи;
- 40 балів – оцінка наукового керівника кваліфікаційної роботи;
- 50 балів – оцінка ЕК за результатами публічного захисту кваліфікаційної роботи магістра.

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 впливають 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.

## 2. СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ 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.

Титульна сторінка повинна відповідати наведеній у додатках формі. Вона містить інформацію про вид (кваліфікаційна робота) і тему кваліфікаційної роботи, прізвищ, ім'я та по батькові здобувача, посаду, прізвище та ініціали наукового керівника тощо.

Титульний аркуш і завдання повинні бути підписані здобувачем-автором, науковим керівником кваліфікаційної роботи і завідувачем кафедри маркетингу.

Після титульного аркуша подається завдання на кваліфікаційну роботу магістра. Завдання виконується згідно з структурою наведеною в додатку Б і розкриває план роботи здобувача над обраним дослідженням, стисло інформує про інформаційне забезпечення та обсяг графічного матеріалу, встановлює календарні межі виконання етапів написання кваліфікаційної роботи.

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

Важливим елементом кваліфікаційної роботи є вступ. У вступі розкривають сутність і стан наукового питання, його значущість, підстави і вихідні дані для розробки теми, наводять обґрунтування необхідності проведення дослідження. Викладаючи вступ, необхідно дотримуватись такої послідовності.

У вступі, перш за все, обґрунтовують *актуальність* обраної теми, наводять загальну характеристику стану дослідження проблеми, нез'ясованих її аспектів, чітко формулюють основну мету, завдання, об'єкт і предмет дослідження, окреслюють його методику та інформаційну базу, зазначають

наукову новизну отриманих результатів та інформацію про їх апробацію, наводять коротку характеристику розділів роботи та її кількісні параметри.

Висвітлення актуальності має бути лаконічним. Достатньо кількома реченнями передати головні аспекти. Зокрема, обґрунтування актуальності досліджуваної теми варто здійснювати у формі критичного аналізу та порівняння відомих науці напрямів розв'язання проблеми.

Наступним кроком у вступі формулюють *мету роботи і завдання*, які необхідно вирішити для досягнення поставленої мети. При формулюванні мети роботи слід уникати слів «дослідження», «вивчення», тому що ці слова вказують на засіб досягнення мети, а не на саму мету. Мета кваліфікаційної роботи може полягати у «систематизації...», «обґрунтуванні...», «встановленні...» тощо.

Мета кваліфікаційної роботи викладається одним реченням, вона повинна бути лаконічною, вказувати на бажаний кінцевий результат, а не деталізувати етапи її досягнення. Мета конкретизується у завданнях кваліфікаційної роботи, розкриваючи які здобувач демонструє шлях досягнення поставленої мети. Формулювання завдань кваліфікаційної роботи має починатися словами «виявити...», «проаналізувати...», «встановити...», «розкрити...» тощо, тобто завдання вказують на спосіб досягнення мети.

Обов'язковим елементом вступу є визначення *об'єкта і предмета* роботи. Об'єкт - це процес або явище, що породжує проблемну ситуацію і обране для вивчення. Предмет міститься в межах об'єкта. Об'єкт і предмет як категорії наукового процесу співвідносяться між собою як загальне і часткове.

*Методи дослідження* як інструмент добування фактичного матеріалу є обов'язковим елементом вступу до роботи і необхідною умовою досягнення поставленої мети.

*У вступі наводять відомості про практичне застосування отриманих результатів.* Практичне значення одержаних в кваліфікаційній роботі результатів може полягати у використанні запропонованих здобувачем пропозицій, використанні результатів маркетингового аналізу для прийняття певних управлінських рішень.

Таким чином, вступ є відповідальною частиною кваліфікаційної роботи, оскільки він не тільки орієнтує читача на наступне розкриття теми, але й містить усі необхідні характеристики. Отже, вступ свідчить про методологічну і методичну підготовку здобувача, його вміння довести правильність вибору теми, її значення і актуальність.

Обсяг вступу - в межах 2 сторінок тексту.

Основна частина кваліфікаційної роботи складається з розділів та

підрозділів. Найоптимальнішою є основна частина, що складається з трьох розділів. *Основні розділи роботи:* теоретичний, дослідницько-аналітичний, проектно-рекомендаційний.

Перший розділ, теоретичний (20-25 % обсягу роботи (10-15 сторінок)) містить декілька (зазвичай 2) параграфів. У цьому розділі обґрунтовується теоретична база обраної проблеми, дається огляд літературних джерел, нових розробок, опублікованих статистичних даних з посиланням на джерела, іншої інформації, пов'язаної з темою. На основі вивчення наукової, навчально-методичної літератури (в тому числі іноземної) розкриваються підходи різних авторів до розв'язання проблеми, здійснюється їхній порівняльний аналіз, а також обґрунтовуються власні погляди на проблему, дається оцінка діючих законів, постанов, указів та інших офіційно-розпорядчих документів, нормативної та довідкової бази за досліджуваною проблемою.

Теоретичне обґрунтування, суть, значення, класифікаційні характеристики, історія та сучасні тенденції предмету дослідження, методичні підходи повинні мати певні елементи полемічності, ствердженої власної позиції щодо обраного інструментарію дослідження, що дає змогу перейти в наступному розділі до конкретного аналітичного дослідження.

Другий розділ, аналітичний, забезпечуючи логічну послідовність дослідження, має стати перехідним до наступного третього розділу і поєднати набуті теоретичні знання та вміння використовувати обрані методи й певний методичний інструментарій. Розділ складається з декількох параграфів (зазвичай 2-х).

Аналітичний розділ повинен містити опис, характеристику сучасного стану досліджуваної проблеми. Даний розділ має практичне спрямування та містить процедурні моменти організації та проведення власного маркетингового дослідження. Дипломант подає результати проведеного маркетингового дослідження та здійснює ґрунтовний аналіз одержаних результатів. Для повноти висвітлення досліджуваної проблеми та наочності необхідно навести в тексті таблиці та рисунки. Виклад матеріалу даного розділу не повинен бути суто описовим. На основі вивчення та узагальнення аналітичного матеріалу та отриманих результатів маркетингового дослідження магістр повинен виявити функціональні зв'язки та взаємозалежності між окресленими змінними.

Усі аналітичні розрахунки, таблиці, графіки, діаграми мають супроводжуватися тлумаченням і висновками, які дозволяють визначити сутність економічних та маркетингових процесів.

Обсяг другого розділу - в межах 35-45% (18-27 сторінок) загального

обсягу кваліфікаційної роботи.

Третій рекомендаційний розділ містить розробку конкретних рекомендацій і пропозицій з розвитку маркетингової діяльності підприємства на базі основних теоретичних положень, методичних підходів, методичного інструментарію, що викладені в першому розділі, а також висновків другого розділу. Третій розділ на підрозділи не розподіляється.

У цій частині здобувач повинен сформулювати системний погляд на проблему. Він пропонує ефективні маркетингові інструменти розв'язання проблемної ситуації на підприємстві у формі інноваційної маркетингової стратегії, розглядаючи й аналізуючи ключові категорії роботи: цілі; кінцеві продукти; суттєві параметри і характер впливу економічного простору, необхідні ресурси; критерії позитивності результатів, ефективності їх досягнення й оцінки; можливі механізми й інструменти діяльності й управління, дає обґрунтування маркетингових заходів щодо поліпшення діяльності об'єкта. Система заходів логічно впливає з теоретичної та аналітичної частин і спрямована на подолання суперечностей між реальним і бажаним станами об'єкта з урахуванням індивідуальних завдань, тобто конкретні заходи (пропозиції, рекомендації тощо) здобувача повинні спрямовуватися на забезпечення показників економічного поступу та зростання.

Обсяг третього розділу може становити 25-30% (12-18 сторінок) загального обсягу кваліфікаційної роботи.

Висновки (обсягом 3 сторінки) є стислим викладенням підсумків проведеного дослідження. У висновках наводяться найбільш важливі теоретичні положення, які містять формулювання розв'язаної проблеми, оцінка результатів дослідження з точки зору відповідності меті кваліфікаційної роботи й поставленим у вступі завданням, пропозиції з удосконалення досліджуваної проблеми. У висновках не можуть даватися пропозиції, які не були розглянуті у третьому розділі.

Окрім розширених висновків, що подаються в кінці роботи, наприкінці кожного розділу наводяться стислі проміжні висновки.

**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 до 70-90 назв. У відповідних місцях тексту мають бути посилання. До списку використаних джерел включають нормативно-правові акти, спеціальну наукову та навчальну економічну літературу, звітність підприємств та установ та інші інформаційні матеріали.

У **додатках** подають інформаційні матеріали, що становлять базу

аналітичних досліджень згідно з обраною 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 Г, Є, І, Ї, Й, О, Ч, Ь.

**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 (5-10 термінів чи словосполучень, що найкраще розкривають зміст аналізованих проблем). Загальний обсяг анотації не повинен перевищувати однієї сторінки.

## 3. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

### 3.1. 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 (210x297 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, лівє - 30 мм, правє — 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.

### **3.2. 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.

### 3.3. 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

### Структура сукупних ресурсів домогосподарств Львівської області

Ресурси	Роки											
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
	Відсотки											
Оплата праці	44,0	47,8	51,1	51,6	53,7	54,8	51,9	50,2	52,6	55,1	54,9	53,0
Доходи від підприємницької діяльності та самозайнятості	2,6	3,9	1,2	2,2	2,9	3,8	2,6	5,4	3,7	3,1	2,8	3,8
Доходи від продажу сіль господарської продукції	5,7	3,7	2,9	3,1	2,5	2,4	2,1	2,1	2,3	2,3	2,2	2,0
Пенсії, стипендії, соціальні допомоги	16,6	19,4	23,0	21,6	21,7	22,1	25,5	25,8	24,9	26,1	25,2	27,9
Допомога від родичів та інших осіб	7,3	7,7	6,5	6,6	6,6	5,4	7,0	5,8	5,8	5,5	4,4	5,2

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 (x) 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)

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

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.

### **3.4. 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.

### **3.5. Правила дотримання академічної доброчесності при написанні кваліфікаційної роботи**

Дотримання академічної доброчесності у Львівському національному університеті імені Івана Франка врегульоване «Положенням про забезпечення академічної доброчесності у Львівському національному університеті імені Івана Франка». У ньому 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».

У своєму роз'ясненні для закладів вищої освіти (лист No 1/9-650 від 23.10.2018), Міністерство освіти і науки наголошує на необхідності створення

атмосфери академічної доброчесності в кожному освітньому закладі, що передбачає розуміння всіма учасниками освітнього процесу сутності академічної доброчесності та необхідності дотримання її принципів. Подальші роз'яснення, які можемо вважати актуальними для всіх рівнів освіти, сфокусовані на порушеннях академічної доброчесності та конкретних пропозиціях щодо подолання «кризи академічної доброчесності» (визначення взяте з «Розширеного глосарію», рекомендованого цим же листом МОН).

Прийнятий у сучасній нормативній й педагогічній практиці концепт академічної доброчесності (*academic integrity*) передбачає «відданість академічної спільноти, навіть перед лицем труднощів, шести фундаментальним цінностям: чесності, довірі, справедливості, повазі, відповідальності й мужності». У цьому сенсі *integrity* (від лат. *integer* – довершений, повний, цілісний) розуміється як готовність певної особи «послідовно робити те, що правильно, навіть якщо легше зробити щось, що вигідніше». Наведена нижче інформація у скороченому вигляді подає основний зміст документу «Фундаментальні цінності академічної доброчесності» (1999), розробленого Міжнародним центром академічної доброчесності, що діє при Університеті Клемсон (Південна Кароліна, США). Варто зауважити, що запропоновані формулювання не є універсальними й одномоментними, а формування основних засад академічної доброчесності має свою історію.

Дотримання академічної доброчесності педагогічними, науково-педагогічними та науковими працівниками передбачає:

- дотримання високих професійних та етичних стандартів у всіх сферах діяльності Університету - освітній, науковій, науково-технічній, мистецькій та інноваційній;
- виконання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
- надання достовірної інформації про методики і результати досліджень, джерела використаної інформації та власну науково-педагогічну діяльність;
- формування особистості із врахування головних принципів патріотичного, правового, екологічного виховання;
- утвердження в учасників освітнього процесу моральних цінностей, соціальної активності, громадської позиції та відповідальності, вміння вільно мислити та самоорганізовуватися в сучасних умовах;
- контроль за дотриманням академічної доброчесності здобувачами вищої освіти;
- об'єктивне оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає:

- самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання;
- посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

Порушенням академічної доброчесності вважається:

Обман - свідоме надання неправдивої інформації стосовно власної освітньої (наукової, творчої) діяльності чи організації освітнього процесу. Формами обману є, зокрема, академічний плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація та списування.

Обманом є:

- включення до співавторів наукових публікацій осіб, що не брали кваліфікованої участі в їх підготовці;
- невключення до співавторів наукових публікацій осіб, що брали кваліфіковану участь в їх підготовці;
- подання як результатів власної праці робіт, виконаних на замовлення іншими особами, або робіт, стосовно яких справжні автори надали згоду на таке використання;
- здавання або представлення різними особами робіт з однаковим змістом як результату власної навчальної діяльності;
- написання чужих варіантів завдань на контрольних заходах;
- використання системи прихованих сигналів (звукових, жестових, інших) при виконанні групових контрольних заходів з однаковими варіантами;
- несамостійне виконання завдань у випадках, коли не дозволяється отримання допомоги, або незазначення інформації про отриману допомогу, консультації, співпрацю;
- проходження процедур контролю знань підставними особами;
- симуляція погіршення стану здоров'я, хвороби з метою уникнення контрольних заходів;
- надання відгуків або рецензій на наукові або навчальні роботи без належного проведення їх експертизи.

Академічний плагіат - оприлюднення (частково або повністю) наукових

(творчих) результатів, отриманих іншими особами, як результатів власного дослідження (творчості), та/або відтворення опублікованих текстів (оприлюднених творів мистецтва) інших авторів без зазначення авторства.

Академічним плагіатом є:

- відтворення в тексті наукової роботи без змін, з незначними змінами, або в перекладі тексту іншого автора (інших авторів), обсягом від речення і більше, без посилання на автора (авторів) відтвореного тексту;

- відтворення в тексті наукової роботи, повністю або частково, тексту іншого автора (інших авторів) через його перефразування чи довільний переказ без посилання на автора (авторів) відтвореного тексту;

- відтворення в тексті наукової роботи наведених в іншому джерелі цитат з третіх джерел без вказування, за яким саме безпосереднім джерелом наведена цитата;

- відтворення в тексті наукової роботи наведеної в іншому джерелі науково-технічної інформації (крім загальновідомої) без вказування на те, з якого джерела взята ця інформація;

- відтворення в тексті наукової роботи оприлюднених творів мистецтва без зазначення авторства цих творів мистецтва.

Самоплагіат - оприлюднення (частково або повністю) власних раніше опублікованих наукових результатів як нових наукових результатів.

Самоплагіатом є:

- дуплікація публікацій - публікація однієї і тієї самої наукової роботи (цілком або з несуттєвими змінами) в декількох виданнях без відповідного посилання, а також повторна публікація (цілком або з несуттєвими змінами) раніше оприлюднених статей, монографій, інших наукових робіт як нових наукових робіт;

- дуплікація наукових результатів - публікація повністю чи частково одних і тих самих наукових результатів у різних статтях, монографіях, інших наукових працях як нових результатів, які публікуються вперше;

- повторне подання здобувачами вищої освіти письмових робіт, які вже подавалися як звітність із інших дисциплін, без дозволу викладача;

- агрегування чи доповнення даних - суміщення раніше опублікованих і нових даних без їх поділу з відповідними посиланнями на попередню публікацію;

- повторний аналіз раніше опублікованих даних без посилання на попередню публікацію цих даних та раніше виконаного їх аналізу.

Фабрикація - вигадування даних чи фактів, що використовуються в освітньому процесі чи наукових дослідженнях.

Фабрикацією є:

- наведення у письмових роботах, наукових роботах вигаданих чи неперевірених даних, зокрема статистичних даних, результатів експериментів, розрахунків чи емпіричних досліджень, фотографій, аудіо- та відеоматеріалів тощо;

- посилення на вигадані джерела інформації або навмисне посилення не на справжнє джерело;

- приписування іншим особам текстів, думок чи ідей, яких вони не висловлювали чи не публікували.

Фальсифікація - свідомо зміна чи модифікація вже наявних даних, що стосуються освітнього процесу чи наукових досліджень.

Фальсифікацією є:

- необґрунтоване корегування результатів власних наукових досліджень чи виконання навчальних завдань (таке, що не базується на повторних чи додаткових дослідженнях, вимірюваннях або розрахунках, виправленні виявлених помилок тощо);

- наведення у письмових роботах, наукових роботах свідомо змінених літературних відомостей та даних, отриманих із інших джерел, зокрема статистичних даних, результатів експериментів, розрахунків чи емпіричних досліджень, фотографій, аудіо- та відеоматеріалів тощо без належного обґрунтування причин і зазначення методики їх корегування;

- наведення неповної або викривленої інформації про апробацію результатів досліджень та розробок.

Списування - виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання, під час оцінювання результатів навчання.

Хабарництво - надання (отримання) учасником освітнього процесу чи пропозиція щодо надання (отримання) коштів, майна, послуг, пільг чи будь-яких інших благ матеріального або нематеріального характеру з метою отримання неправомірної переваги в освітньому процесі.

Необ'єктивне оцінювання - свідоме завищення або заниження оцінки результатів навчання здобувачів освіти.

- свідоме завищення або заниження оцінки результатів навчання здобувачів вищої освіти;

- невчасне повідомлення здобувачів вищої освіти про систему оцінювання результатів навчання;

- застосування системи оцінювання, що не відповідає декларованим цілям та завданням теми, дисципліни, практики, освітньої програми тощо;

- відсутність об'єктивних критеріїв оцінювання.

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.

### **3.6. 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.

### **3.7. 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 Г, Є, І, Ї, Й, О, Ч, Ђ).

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».

### **3.8. 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

1. Врублевська О., Майовець Є., Сакаль О., Коваленко А., Штогрин Г., Гебрин-Байди Л. Концепція соціально етичного маркетингу: витоки й сучасні засади. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2022. №5(46). С. 373–386.
2. Гнилякевич-Проць І.З., Зінькова С.В. Особливості просування та оптимізації односторінкового сайту. *Маркетинг і цифрові технології*. 2022. № 4. Т. 6. С. 17-27. DOI: 10.15276/mdt.6.4.2022.2.
3. Городняк І.В., Гнатів Ю.П. Аналіз ринку роздрібної торгівлі України. *Економічний простір*, 2023. №187. С. 49-54.
4. 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: 15.08.2024).
5. Городняк І.В. Поведінка споживача: навч. посібник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 256 с.
6. Збірник тестів із маркетингу / за ред. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 416 с.
7. Кузик О. *Маркетинг послуг: технології та стратегії*. Львів: Видавництво ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 338 с.
8. Кузик О.В. *Стратегічний маркетинг: теорія та методологія: навч. посіб.* Львів: ЛНУ, 2015. 240 с.
9. Kuzyk O. Internet tools in marketing communications of agribusinesses in Ukraine. *Universal Journal of Agricultural Research*. 2023. №2(11). P. 217-229. DOI: 10.13189/ujar.2023.110201.
10. Кушнір Т.М. Етичні проблеми проведення маркетингових досліджень. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. 2022. 2 (81). С. 209-214. DOI: 10.35546/kntu2078-4481.2022.2.27.
11. Майовець Є., Кузик О. *Маркетингові комунікації. Навчальний посібник*. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2013. 192 с.
12. Майовець Є.Й., Майовець Я.М. *Маркетинг у роздрібній торгівлі: навч. посібник*. Львів: «ГАЛИЧ-ПРЕС», 2022. 220 с.
13. Майовець Є.Й. *Маркетинг: теорія та методологія: навч. посібник*. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2013. 450 с.

14. 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: 15.08.2024).

15. Практикум з маркетингу: навч. посіб. / за ред. Проф. Майовця Є.Й. Львів: Видавництво «Край», 2014. 244 с.

16. Словник термінів з маркетингу / за ред. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 228 с.

17. Тенденції розвитку маркетингу в Україні: функціональний підхід: монографія / За наук. ред., проф. Є.Й. Майовця. Львів, 2016. 262 с.

## 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 075 «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 - 2024

Приклад оформлення завдання на кваліфікаційну роботу магістра

**ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА**

Факультет економічний

Кафедра маркетингу

Спеціальність 075 – Маркетинг

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач кафедри маркетингу

\_\_\_\_\_ професор Євген МАЙОВЕЦЬ

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 року

**ЗАВДАННЯ  
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 «» \_\_\_\_\_ 2024 року №
2. Термін подання студентом роботи «20» листопада 2024 року
3. Вихідні дані до роботи

1. *Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія та методологія: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2013. 450 с.*

2. *Словник термінів з маркетингу / за ред. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 228 с.*

3. *Тенденції розвитку маркетингу в Україні: функціональний підхід: монографія / За наук. ред., проф. Є.Й. Майовця. Львів, 2016. 262 с.*

4. *Майовець Є.Й., Майовець Я.М. Маркетинг у роздрібній торгівлі: навч. посібник. Львів: «ГАЛИЧ-ПРЕС», 2022. 220 с.*

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

*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	<b>16.09.2024</b>	
2.	Другий розділ роботи	<b>07.10.2024</b>	
3.	Третій розділ роботи	<b>21.10.2024</b>	
4.	Написання вступу і висновків, оформлення роботи	<b>05.11.2024</b>	
5.	Реєстрація роботи на кафедрі	<b>22.11.2024</b>	

Студент \_\_\_\_\_ Антонюк А.А.  
 (підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи \_\_\_\_\_ Остапчук О.О.  
 (підпис) (прізвище та ініціали)

## Зразок змісту кваліфікаційної роботи

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ В СФЕРІ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ.....	5
1.1 Сутність, еволюція та характеристика основних інструментів комплексу маркетингу.....	5
1.2 Традиційні та сучасні інструменти комплексу маркетингу закладу громадського харчування.....	12
Висновки до розділу 1.....	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ В РЕСТОРАНІ DELIKATECA У ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ COVID-19.....	21
2.1 Аналіз комплексу маркетингу ресторану «Delikateca» у пандемічний період.....	21
2.2 Дослідження впливу інструментів маркетингу на споживачів ресторанних послуг в допандемічний та пандемічний періоди.....	32
Висновки до розділу 2.....	43
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ РЕСТОРАНУ .....	44
Висновки до розділу 3.....	56
ВИСНОВКИ.....	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	60
ДОДАТКИ.....	67
АНОТАЦІЇ.....	75

## 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, торговельне 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.

Приклад оформлення бібліографічного опису у списку використаних джерел

Характеристика джерела	Приклад оформлення
<b>Книги: Один автор</b>	1. Городняк І.В. Поведінка споживача: навч. посібник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 256 с. 2. Кузик О. Маркетинг послуг: технології та стратегії. Львів: Видавництво ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 338 с. 3. Кузик О.В. Стратегічний маркетинг: теорія та методологія: навч. посіб. Львів: ЛНУ, 2015. 240 с. 4. Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія та методологія: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2013. 450 с.
<b>Книги: Два автори</b>	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. Мартиненко З. Е., Макар І. В. Управління підприємством: теоретико-методичні засади: монографія. Харків: Щедра садиба плюс, 2017. 296 с. 4. Палеха В. І., Карпова П. В. Менеджмент організацій: навч. посіб. Запоріжжя: ЗНУ, 2015. 120 с. 5. Мороз І. С., Василенко Н. Ю. Маркетинг: конспект лекцій. Київ: Молодь, 2016. 102 с. 6. Вердіна С. А., Волков А. А. Контролінг: навч. посіб. Вид. 3-тє., переробл. та допов. Херсон, 2017. 212 с.
<b>Книги: Три автори</b>	1. Тарнавська Г. Я., Марценюк Н. С., Герасимова Т. М. Фінанси: навч. посіб. Львів: Магнолія 2006, 2017. 412 с. 2. Пустовенко В. В., Максименко І. Л., Яким А.С. Безпека життєдіяльності: монографія. Харків: ХНПУ, 2017. 348 с.
<b>Книги: Чотири автори</b>	1. Інновації: навч. посіб. / Гуревич Д. Т., Чекан О. С., Грибан О. М., Макарова В. В. Запоріжжя: ЗНУ, 2016. 389 с. 2. Вища математика: конспект лекцій / Ткачук Т.С. та ін. Київ, 2015. 82 с.
<b>Книги: П'ять і більше авторів</b>	1. Операційний менеджмент: підручник / С. М. Поплавська та ін. Київ: ЦУЛ, 2011. 267 с.

	<p>2. Охорона праці: навч. посіб. / О. І. Подольська та ін. 2-ге вид. Київ: ЦУЛ, 2017. 264 с.</p> <p>3. Науково-практичний коментар Цивільного кодексу України: станом на 10 жовт. 2017 р. / К. І. Мягченко та ін. ; за заг. ред. І. М. Ливанова. Київ: ЦУЛ, 2017. 428 с.</p>
<b>Автор(и) та редактор(и)/упорядники</b>	<p>1. Збірник тестів із маркетингу / за ред. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 416 с.</p> <p>2. Практикум з маркетингу: навч. посіб. / за ред. Проф. Майовця Є.Й. Львів: Видавництво «Край», 2014. 244 с.</p> <p>3. Словник термінів з маркетингу / за ред. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 228 с.</p> <p>4. Тенденції розвитку маркетингу в Україні: функціональний підхід: монографія / За наук. ред., проф. Є.Й. Майовця. Львів, 2016. 262 с.</p>
<b>Без автора</b>	<p>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.</p> <p>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.</p>
<b>Багатотомні видання</b>	<p>1. Енциклопедія рослин / редкол.: І. М. Деркач та ін. Київ: ЦУЛ, 2016. Т. 8. 812 с.</p> <p>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.</p> <p>3. Кучеренко Н. П. Казначейська справа: в 6 т. Київ: Право, 2016. Т. 3: Контроль у системі Державного казначейства. 432 с.</p> <p>4. Дендрофлора України. В 12 т. Т. 2. Дикорослі та культивовані дерева і кущі. Вип. 1. Покритонасінні / Л.І. Перхоменко. Київ: Наукова думка, 2012. 200 с.</p>
<b>Автореферати дисертацій</b>	<p>1. Зіньцьо Ю.В. Управління маркетинговою діяльністю фермерських господарств: автореф. дис.... канд. екон. наук: 08.00.03. Львів, 2018. 20 с.</p>
<b>Дисертації</b>	<p>1. Зіньцьо Ю.В. Управління маркетинговою діяльністю фермерських господарств: дис.... канд. екон. наук: 08.00.03. Львів, 2018. 242 с.</p> <p>2. Войтович Л.М. Державне регулювання розвитку страхової системи в Україні: дис.... д-ра екон. наук: 08.00.08. Львів, 2023. 605 с.</p>
<b>Законодавчі та нормативні документи</b>	<p>1. Конституція України: офіц. текст. Київ: КМ, 2015. 98 с.</p> <p>2. Конституція України: станом на 1 жовтня 2017 р. / Верховна Рада України. Київ: Право, 2017. 93 с.</p>

	<p>3. Про вищу освіту: Закон України від 05.09.2016 р. № 2145-VIII. <i>Голос України</i>. 2016. 27 верес. (№ 178-179). С. 10–22.</p> <p>4. Податковий кодекс України: Закон України від 19.05.2011 р. № 3393-VI. <i>Відомості Верховної Ради України</i>. 2011. № 48-49. Ст. 536.</p> <p>5. Про освіту: Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII. Дата оновлення: 28.09.2018. URL:<a href="http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18">http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18</a> (дата звернення: 15.08.2024).</p> <p>6. Питання соціального забезпечення: Постанова Кабінету Міністрів України від 28.12.2017 р. № 1060. <i>Офіційний вісник України</i>. 2018. № 5. С. 430–443.</p> <p>7. Про інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України на 2019-2020 роки: Указ Президента України від 21.02.2018 р. № 43/2018. <i>Урядовий кур'єр</i>. 2018. 23 лют. (№ 35). С. 10.</p> <p>8. Про затвердження Вимог до оформлення кандидатської дисертації: наказ Міністерства освіти і науки від 12.01.2018 р. № 50. <i>Офіційний вісник України</i>. 2018. № 25. С. 139–141.</p> <p>9. Інструкція щодо порядку оформлення і ведення особових справ отримувачів усіх видів соціальної допомоги: затв. наказом М-ва. праці та соц. політики від 19.09.2006 р. № 156. <i>Баланс-бюджет</i>. 2006. 19 верес. (№ 18). С. 15–16.</p>
<b>Патенти</b>	<p>1. Зернозбиральний комбайн: пат. 25742 Україна: МПК6 C09K11/00, G01T1/28, G21H3/00. № 200701472; заявл. 12.02.07; опубл. 27.08.07, Бюл. № 13. 4 с.</p> <p>2. Спосіб лікування гіперактивності у дітей: пат. 76509 Україна. № 2004042416; заявл. 01.04.2004; опубл. 01.08.2006, Бюл. № 8 (кн. 1). 120 с.</p>
<b>Стандарти</b>	<p>1. ДСТУ 7152:2010. Видання. Оформлення публікацій у журналах і збірниках. [Чинний від 2010-02-18]. Вид. офіц. Київ, 2010. 16 с. (Інформація та документація).</p> <p>2. 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.</p> <p>3. ДСТУ 3582:2013. Бібліографічний опис. Скорочення слів і словосполучень українською мовою. Загальні вимоги та правила (ISO 4:1984, NEQ; ISO 832:1994, NEQ). [На заміну ДСТУ3582-97; чинний від 2013-08-22]. Вид. офіц. Київ: Мінекономрозвитку України, 2014. 15 с. (Інформація та документація).</p>
<b>Статті з періодичних видань</b>	<p>1. Кузик О. Стратегічна роль виставок і ярмарків у маркетинговій діяльності агропідприємств України. <i>Маркетинг і цифрові технології</i>. 2023. №2. Том 7. С. 43-55. DOI: 10.15276/mdt.7.2.2023.4.</p> <p>2. Кушнір Т.М, Етичні аспекти діяльності компаній-постачальників.</p>

	<p>Review of transport economics and management. 2022. 8 (24). С. 97-102. DOI: <a href="https://doi.org/10.15802/rtem2022/269154">https://doi.org/10.15802/rtem2022/269154</a>.</p> <p>3. 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. <a href="https://www.mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/303">https://www.mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/303</a>.</p> <p>4. Пушек Н.М., Гнилякевич-Проць І.З. Етапи формування бренду туристичного продукту. Вісник Львівського університету. Серія економічна. 2023. № 64. С. 140-151. DOI: <a href="http://dx.doi.org/10.30970/ves.2023.64.0.6412">http://dx.doi.org/10.30970/ves.2023.64.0.6412</a>.</p> <p>5. Майовець Є.Й., Сенишин О.С., Хіч Р.Я. Класифікація маркетингових стратегій у процесі стратегічного маркетингового планування. Інвестиції: практика та досвід. 2023. № 2. С. 5-11. URL: <a href="https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/977/986">https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/977/986</a>.</p> <p>6. 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.</p>
<p><b>Матеріали конференцій</b></p>	<p>1. Городняк І.В. Використання системи управління навчання moodle в умовах дистанційного навчання студентів закладів вищої освіти. Міжнародна науково-практична онлайн-конференція «Організація співробітництва територіальних громад із закладами освіти у воєнний період»: Матеріали, Дніпро, Україна, 30 листопада 2022 р. Дніпро, 2022. С. 102-105.</p> <p>2. Кузик О.В. Інтернет-інструменти в маркетингових комунікаціях українського агробізнесу. Традиційні та інноваційні підходи до наукових досліджень: матеріали V Міжнародної наукової конференції, Тернопіль, Україна, 07.07.2023. Тернопіль: МЦНД. Вінниця: Європейська наукова платформа, 2023. С. 39-41.</p> <p>3. Кушнір Т.М. Етичні аспекти відносин постачальників з торговельними мережами. Сучасна наука та освіта: стан, проблеми, перспективи: Збірник матеріалів, Полтава, Україна, 20-21 березня 2023 р. Полтава: ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2023. С. 522-524.</p> <p>4. Яворська Т.В. Ризик-орієнтований підхід у системі фінансового моніторингу страхових компаній України. Страховий ринок України у світлі євроінтеграції: новітні виклики та тренди: Збірник матеріалів VI міжнародної науково-практичної конференції, Київ, Україна, 23 березня 2023 р. 2023. С. 134-137.</p> <p>5. Зіньцьо Ю.В., Горобченко М.О. Комунікації маркетингу в умовах воєнного стану. Стан та перспективи розвитку бізнес-середовища в умовах сучасних викликів: II Всеукраїнська науково-практична</p>

	<p>конференція здобувачів вищої освіти та молодих науковців, Рівне, Україна, 17 листопада 2022 р. 2022. С. 116-118.</p> <p>6. Констанжи В.О., Кушнір Т.М. Бізнес-моделі в Україні: сутність, особливості та приклади успішних кейсів. Функціонування та розвиток бізнесу України в умовах загроз та глобалізаційних процесів в економіці: Збірник матеріалів, Харків, Україна, 30 листопада – 1 грудня 2022 р. Харків: Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського, «Харків. авіац. ін-т», 2022. С. 44-46.</p> <p>7. Ватаг А.Р., Петрик Д.З., Кушнір Т.М. Проблеми функціонування та розвитку малих підприємств в Україні. Фінансово-економічні механізми розвитку підприємництва: теоретичний та практичний аспекти: Збірник матеріалів, Дніпро, Україна, 24 – 25 листопада 2022 р. Дніпро: УДУНТ, 2022. С. 64-66.</p>
<b>Електронні видання</b>	
<b>Книги</b>	<p>1. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу інноваційної продукції промислових підприємств: монографія. Київ: «Центр учбової літератури», 2018. 462 с. URL: <a href="https://www.culonline.com.ua/catalog/marketing/marketingova-politika-rozpodilu-innovatsiynoi-produktsii-promislovikh-pidpriemstv-bilovodska-oam-onografiya-1-1/read">https://www.culonline.com.ua/catalog/marketing/marketingova-politika-rozpodilu-innovatsiynoi-produktsii-promislovikh-pidpriemstv-bilovodska-oam-onografiya-1-1/read</a> (дата звернення: 25.08.2024).</p> <p>2. Окландер М. А., Кірносова М. В. Маркетингова товарна політика: підручник. Київ: «Центр учбової літератури», 2020. 246 с. URL: <a href="https://www.culonline.com.ua/catalog/marketing/marketingova-tovarna-politika-oklander-ma-1/read">https://www.culonline.com.ua/catalog/marketing/marketingova-tovarna-politika-oklander-ma-1/read</a> (дата звернення: 25.08.2024).</p>
<b>Статті з періодичних видань</b>	<p>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. <a href="https://www.mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/303">https://www.mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/303</a> (дата звернення: 25.08.2024).</p> <p>2. Кузик О. Деякі аспекти маркетингових комунікацій в Інтернет агробізнесу України. Актуальні питання у сучасній науці. 2023. № 7 (13). С. 47-59. DOI: <a href="https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-7(13)-47-59">https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-7(13)-47-59</a> (дата звернення: 25.08.2024).</p> <p>3. Майовець Є.Й., Сенишин О.С., Хіч Р.Я. Молокопереробна галузь України як об'єкт стратегічного маркетингового планування. Ефективна економіка. 2023. № 1. URL: <a href="https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1008/1018">https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1008/1018</a> (дата звернення: 25.08.2024).</p>
<b>Законодавчі та нормативні</b>	<p>1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436- IV. URL: <a href="http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/436-19">http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/436-19</a> (дата звернення: 25.08.2024).</p>

<p><b>документи</b></p>	<p>2. Про рекламу: Закон України від 03.07.96 р. № 271/96-ВР. URL: <a href="https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text">https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text</a> (дата звернення: 25.08.2024).</p> <p>3. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. № 1023-ХІІ. URL: <a href="https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text">https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text</a> (дата звернення: 25.08.2024).</p> <p>4. Про включення індустріального парку «Технологій та бізнесу» до Реєстру індустріальних (промислових) парків: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 20 серпня 2024 р. № 781-р. URL: <a href="https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-vkliuchennia-industrialnoho-parku-tekhnologii-ta-biznesu-do-reiestru-ind-a781r">https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-vkliuchennia-industrialnoho-parku-tekhnologii-ta-biznesu-do-reiestru-ind-a781r</a> (дата звернення: 25.08.2024).</p>
<p><b>Веб-сайти</b></p>	<p>1. Офіційний сайт мережі книгарень «Книгарня «Є». URL: <a href="https://book-ye.com.ua/">https://book-ye.com.ua/</a> (дата звернення 25.08.2024).</p> <p>2. Офіційний веб-сайт ТОВ «НОВА ПОШТА». «Гуманітарна пошта України». URL: <a href="https://novaposhta.ua/humanitarian_post">https://novaposhta.ua/humanitarian_post</a> (дата звернення 25.08.2024).</p>





## Бланк відгуку керівника роботи

**ВІДГУК****керівника на кваліфікаційну роботу на здобуття освітнього ступеня  
магістра за спеціальністю 075 «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)