

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА
ТА АРХІТЕКТУРИ



Кафедра маркетингу

Методичні вказівки

до виконання та захисту магістерських робіт
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
спеціальності – 075 «Маркетинг»
освітнього рівня «Магістр»

Одеса - 2016

ББК 65.050

УДК 65.012.32

„ЗАТВЕРДЖЕНО”

вченою радою факультету ЕкУБ
(протокол № 11 від 1 липня 2016 р.)

Розглянуто та рекомендовано до друку на засіданні кафедри маркетингу
(протокол № 10 від 31 травня 2016 р.)

Розробник: Сахацький М.П., доктор економічних наук, професор.

Рецензенти:

д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту і маркетингу ОДАУ
Запша Г.М.

к.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту та управління проектами
ОДАБА Ажаман І.А.

Методичні рекомендації складено відповідно до навчального плану
підготовки фахівців освітнього ступеню «Магістр» спеціальності – 075
«Маркетинг»

Відповідальний за випуск: Сахацький М.П.- завідувач кафедри
маркетингу, доктор економічних наук, професор

ЗМІСТ

	Стор.
Вступ	4
1. Загальні положення.....	6
2. Вимоги до написання магістерської роботи	9
3. Підготовка публікацій	22
4. Вимоги до оформлення магістерської роботи.....	23
5. Захист та оцінка магістерської роботи	27
Список використаних джерел.....	30
Додаток А Орієнтовна тематика магістерських робіт	32
Додаток Б Зразок оформлення титульної сторінки до магістерської роботи ...	35
Додаток В Зразок оформлення завдання до магістерської роботи	36
Додаток Г Зразок анотації українською мовою	38

ВСТУП

Актуальність розробки методичних вказівок щодо виконання та захисту магістерських (дипломних) робіт для випускників Одеської державної академії будівництва та архітектури галузі знань «Управління та адміністрування» спеціальності «Маркетинг» освітнього ступеню «Магістр» спричинена, по-перше, прискоренням темпів розвитку науково-технічного прогресу та його економічної складової, що, з одного боку, ускладнює життя людини, а з іншого – покращує це життя завдяки більш повному задоволенню виявлених та сформованих людських потреб; по-друге, глибинною трансформацією економіки, майбутні перспективи якої безпосередньо пов'язуються з довготривалою маркетинговою діяльністю; по-третє, цивілізаційним переходом до людиноцентристської моделі розвитку, в якій в якості стрижневої соціально-економічної парадигми використовується маркетингова методологія узгодження інтересів виробника, споживача, суспільства, довкілля; по-четверте, необхідністю вирішення надзвичайно болючих для Української нації проблеми промислового та цивільного будівництва й надання житлово-комунальних послуг на рівні, що в повній мірі відповідає сучасним світовим вимогам. В силу викладених чинників, завдяки магістерській роботі випускникам магістрантам маркетингового фаху необхідно продемонструвати набуття професійної компетентності стосовно здатності розв'язувати складні задачі і проблеми з прикладної маркетингової діяльності або у процесі навчання для проведення досліджень та/або здійснення інновацій.

Галузевий стандарт вищої освіти України в частині діагностики якості вищої освіти фахівця передбачає виконання магістрантами – випускниками вищого навчального закладу магістерської роботи в рамках підсумкової державної атестації для одержання освітнього ступеню «Магістр» спеціальності «Маркетинг». Згідно Закону України «Про вищу освіту», магістерський рівень вищої освіти відповідає сьомому кваліфікаційному рівню Національної рамки

кваліфікацій і передбачає здобуття особою поглиблених теоретичних та/або практичних знань, умінь, навичок за обраною спеціальністю (чи спеціалізацією), загальних засад методології наукової та/або професійної діяльності, іншої компетенції, достатньої для ефективного виконання завдань інноваційного характеру відповідного рівня професійної діяльності [5].

Випускна магістерська робота та її захист повинні продемонструвати, що випускник володіє основними методами дослідження господарських процесів на мікро- та макрорівнях, у повному обсязі засвоїв матеріал дисциплін навчального плану за спеціальністю маркетинг. Зміст дипломної роботи має довести здатність дипломника самостійно діагностувати будь-яку проблему з маркетингу та професійно, з наукових позицій, обґрунтувати маркетингові рішення, необхідні для її розв'язання. При цьому, магістрант повинен вміти узагальнювати теоретичні аспекти проблеми, здійснювати глибокий аналіз існуючих маркетингових систем та результатів маркетингової діяльності підприємств, визначати напрями удосконалення маркетингу, володіти навичками роботи з чинними нормативно-правовими актами та літературними джерелами, аргументовано і логічно викласти свої думки й висновки.

У методичних вказівках представлено основні вимоги до організації завершального етапу навчання магістрантів вищих навчальних закладів – підготовки і захисту випускної роботи магістра: від вибору теми, складання і затвердження плану, визначення змісту і методів дослідження до правил оформлення і процедури публічного захисту.

Методичні вказівки розраховані на магістрантів а також викладачів, які здійснюють керівництво виконанням випускних робіт.

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Випускна магістерська робота є підсумковою кваліфікаційною роботою, яка дає змогу виявити рівень засвоєння студентом теоретичних знань та практичної підготовки, здатність до самостійної роботи зі спеціальності «Маркетинг». Метою виконання і захисту магістерської роботи є розв'язання комплексу наукових і прикладних завдань відповідно до узагальненого об'єкта діяльності на основі застосування системи теоретичних знань і практичних навичок для вирішення конкретних завдань щодо удосконалення маркетингової діяльності в підприємствах, ініціювання до впровадження в них маркетингових новацій.

Виконання дипломної роботи передбачає реалізацію таких завдань:

систематизацію та закріплення теоретичних знань, отриманих у період навчання у вищому навчальному закладі;

використання отриманих знань при розв'язанні наукових та прикладних проблем у сфері маркетингової діяльності;

закріплення практичних навичок, використання набутого при проходженні виробничих практик досвіду, вироблення вмінь обґрунтування напрямків практичного вдосконалення маркетингової діяльності;

використання вмінь роботи з літературою, нагромадження і узагальнення інформації з проблеми, аналіз різноманітних емпіричних даних, їх статистична та комп'ютерна обробка;

формування вмінь роботи з науковим текстом, його представлення у відповідності до вимог наукового стилю, етики та з дотриманням існуючих стандартів;

виявлення ступеню підготовки магістрантів-випускників до самостійної роботи в ринкових умовах.

Магістерська робота має засвідчити досягнутий рівень професійної підготовки випускника, вміння застосовувати здобуті в академії знання і

навички для вирішення наукових і практичних завдань, здатність логічно мислити, аргументувати та відстоювати власну точку зору. Випускна робота виконується магістрантом індивідуально і є результатом самостійного наукового дослідження актуальної проблеми та містить конкретні рекомендації з її успішного вирішення, які виносяться на публічний захист. Магістерська робота надає її виконавцю право здобути освітній ступінь «Магістр» спеціальності «Маркетинг» шляхом успішного захисту цієї роботи перед екзаменаційною комісією.

Магістерська робота повинна містити результати теоретичних і прикладних досліджень, що передбачає поглиблене вивчення спеціальної вітчизняної та зарубіжної літератури, передового досвіду з досліджуваної проблеми, проведення власних досліджень економічних процесів в реальних суб'єктах підприємницької діяльності з метою вирішення виявлених проблем у сфері майбутньої професійної діяльності.

Підготовка випускної роботи повинна здійснюватися за матеріалами конкретних підприємств різних форм власності та господарювання. Базою для підготовки магістерської роботи можуть бути підприємства, які є місцями проходження переддипломної практики для магістрантів.

З метою надання випускнику організаційної та науково-методичної допомоги в період підготовки дипломної роботи і для контролю процесу її виконання кафедра призначає наукового керівника. Як правило, керівник призначається з числа професорів, провідних доцентів кафедри, під керівництвом яких магістранти проходять переддипломну практику. В окремих випадках керівниками дипломних робіт можуть бути затверджені висококваліфіковані фахівці з інших вищих навчальних закладів, організацій та наукових установ, які працюють за профілем магістерської роботи і мають відповідний науковий ступінь.

Науковий керівник дипломної роботи:

- надає допомогу магістранту при виборі теми роботи;

- видає завдання на дипломну роботу;
- допомагає магістранту при розробці плану роботи та календарного графіка її виконання;
- проводить планові консультації відповідно до затвердженого графіку;
- рекомендує літературні джерела та фактичні матеріали, необхідні для виконання роботи;
- забезпечує науково-методичне керівництво з проведення дослідження;
- здійснює систематичний контроль за ходом виконання роботи відповідно до календарного плану;
- складає письмовий відгук, у якому дає оцінку якості виконаної роботи;
- консультує студента з підготовки доповіді до захисту на засіданні екзаменаційної комісії.

Дипломникові слід мати на увазі, що науковий керівник не бере участі в написанні магістерської роботи. Науковий керівник не є ні співавтором, ні редактором дипломної роботи і тому не зобов'язаний виправляти всі наявні в ній теоретичні, методологічні, стилістичні та інші помилки, а тільки вказувати на їх наявність. Відповідальністю керівника є дотримання графіку консультацій та об'єктивність оцінки, яку він дає роботі і магістранту у відгуку.

Магістрант виконує випускную магістерську роботу самостійно. Відповідальність за інформацію, викладену в магістерській роботі, цілком і повністю несе дипломник. Дипломна робота повинна включати обґрунтовані та достовірні висновки та рекомендації. Не допускається плагіат.

Завдання на дипломне проектування видається студенту науковим керівником після затвердження теми. Із запропонованого переліку тем студент обирає одну, після чого, під керівництвом викладача, розробляє план і графік написання випускної роботи, які затверджуються завідувачем випускової кафедри.

Вибір теми магістерської роботи магістрант узгоджує з керівництвом підприємств, інформаційна база яких використовується в процесі дослідження. Керівництво підприємства може подати на ім'я ректора академії заявку на проведення досліджень зі вказаними темою та прізвищем магістранта за ініціативою останнього. Після завершення досліджень керівництво підприємства надає магістранту довідку про завершення досліджень, у якій вказується отриманий результат, що представляє інтерес для підприємства, та орієнтовні терміни впровадження його у виробництво. Заявка і довідка, за їх наявності, додаються до магістерської роботи.

Своєчасна видача завдання на дипломне проектування дає можливість магістранту опрацьовувати літературні джерела і до початку переддипломної практики завершити роботу над першим теоретичним розділом. На переддипломній практиці магістрант підбирає необхідний статистичний матеріал і опрацьовує його відповідно до змісту отриманого завдання та плану-графіку проведення досліджень. Дотримуючись вказаного графіку робіт, магістрант повинен своєчасно підготувати і представити до захисту якісно виконану магістерську роботу.

Магістерська робота, що за своїм змістом чи оформленням не відповідає вимогам стандартів освіти, не представлена своєчасно до попереднього захисту на випусковій кафедрі (за десять днів до захисту на засіданні екзаменаційної комісії) рішенням випускової кафедри не допускається до захисту.

2. ВИМОГИ ДО НАПИСАННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ РОБОТИ

В процесі виконання магістерської роботи важливо дотримуватися наступних вихідних положень:

- формувати індивідуальні дослідницькі навички;
- здійснювати самостійний науковий пошук через опрацювання різних інформаційних джерел, представлених: спеціальною освітньою та

науковою літературою вітчизняного та іноземного походження, Інтернетом, нормативно-правовими актами, статистичними даними, офіційними звітними матеріалами конкретних суб'єктів господарювання;

- критично аналізувати матеріал відповідних літературних джерел теоретичної складової предмета дослідження;
- вибирати для дослідження реальні ринкові суб'єкти, якими є підприємства різних організаційно-правових форми власності, господарювання та країн походження, та які належать до юридичних осіб, що ведуть самостійну звітність;
- системно використовувати наукові методи дослідження для аналізу проблем та обґрунтування рішень з маркетингу;
- відображати результати особисто проведеного дослідження з прикладної проблеми маркетингової діяльності стосовно конкретного суб'єкта господарювання;
- аналізувати існуючий практичний досвід та робити узагальнюючі висновки з маркетингової діяльності на основі власних спостережень;
- обґрунтовувати пропозиції щодо основних напрямів вдосконалення маркетингової діяльності досліджуваних суб'єктів господарювання;
- оформлювати магістерську роботу згідно методичних рекомендацій та чинних стандартів;
- розміщувати в додатках супровідні документи, що підтверджують реальність об'єктів дослідження та фактичність наведених матеріалів.

Магістерська робота повинна бути написана державною мовою.

Викладення змісту кожного підрозділу магістерської роботи має бути цілісним, логічним, доказовим і пояснювальним та науково аргументованим.

Основні етапи підготовки та виконання магістерської роботи:

- вибір та затвердження теми; призначення наукового керівника, консультантів; визначення підприємства, на матеріалах якого здійснюється дослідження;

- складання та затвердження завдання та календарного плану виконання роботи;

- опрацювання літературних джерел і виконання теоретичного розділу магістерської роботи;

- збір і опрацювання статистичної звітності підприємства та іншої необхідної інформації за темою дослідження, характеристика сучасного стану системи маркетингової діяльності суб'єкта господарювання, на матеріалах якого проводяться дослідження;

- обґрунтування напрямів удосконалення маркетингової діяльності, шляхів усунення виявлених недоліків і проблем, розробка пропозицій щодо перспектив розвитку маркетингу в підприємстві;

- підготовка висновків і рекомендацій за результатами проведеного дослідження;

- оформлення магістерської роботи;

ознайомлення керівництва підприємства з результатами дослідження і доцільно отримати довідку про їх впровадження у виробничу та ринкову діяльність;

- підготовка доповіді до захисту на засіданні екзаменаційної комісії, ілюстративного матеріалу та слайдів для презентації;

- попередній захист магістерської роботи на випусковій кафедрі та допуск її до захисту на засіданні екзаменаційної комісії;

- зовнішнє рецензування магістерської роботи;

- публічний захист магістерської роботи на засіданні екзаменаційної комісії.

Вибір і затвердження теми магістерської роботи. На початку 5 курсу завідувач випускової кафедри закріплює студентів (після погодження з ними) за

конкретним науковим керівником, який допомагає дипломнику обрати тему дослідження. Критерієм вибору теми має бути її актуальність щодо сучасних тенденцій розвитку науки і маркетингової практики та прикладна цінність для суб'єкта господарської діяльності, на матеріалах якого будуть здійснюватися дослідження.

Теми магістерських робіт формуються відповідно до напрямів науково-дослідної тематики випускової кафедри. Тема дипломної магістерської роботи має відображати проблематику функціональних напрямів маркетингової діяльності і конструюватися на основі функцій маркетингу та типових завдань діяльності, що формують складові професійної компетентності магістра. Перелік рекомендованих тем випускної роботи магістра представлено у Додатку А.

Магістрант може запропонувати іншу тему дослідження за умови обґрунтування її актуальності і доцільності розроблення, враховуючи власні наукові інтереси, проявлені під час написання курсових робіт і виступів на студентських конкурсах зі спеціальності чи наукових конференціях та інтереси підприємства, на матеріалах якого проводяться дослідження.

Тема магістерської роботи має відображати проблематику функціональних напрямів маркетингової діяльності і основних виробничо-збутових функцій та типових завдань ринкової діяльності, що формують складові професійної компетентності магістра з маркетингу. Тематика магістерських робіт, як правило, є частиною науково-дослідної роботи кафедри маркетингу академії. Наукова робота кафедри здійснюється за такими комплексними темами:

1) «Проблеми розвитку менеджменту та маркетингу будівельного сектору економіки Півдня України в умовах становлення ринкових відносин» (номер державної реєстрації – 0106U000951);

2) «Ефективний розвиток виробничо-господарської діяльності підприємств трансформаційної економіки (за видами економічної діяльності)» (номер державної реєстрації – 0108U010760).

Наукові пошуки магістранта можуть включати положення, які відбивають результати попередніх досліджень, що здійснювалися в процесі виконання курсових робіт (проектів), розрахунково-графічних робіт, самостійних та індивідуальних робіт. Завдяки цьому забезпечується наступність науково-дослідницької діяльності магістрантів, послідовність засобів і форм її проведення відповідно до логіки навчального процесу.

Назва теми повинна бути лаконічною, чіткою, такою, що однозначно сприймається і повністю відповідає змісту дослідження. Після остаточного узгодження теми, об'єкта та предмета дослідження магістрант подає заяву на ім'я ректора академії, у якій у стислій формі зазначає назву теми, прізвище наукового керівника. Суб'єктами господарювання, на матеріалах яких виконується дослідження, можуть бути реально функціонуючі підприємства, установи, організації будівельного або торговельного сектора економіки або їх об'єднання будь-якої форми власності, які є юридичними особами і мають самостійну звітність.

Закріплення теми дипломної роботи, призначення наукового керівника, консультантів затверджується наказом ректора за поданням декана факультету та завідувача випускової кафедри.

Зміна теми та суб'єктів господарської діяльності, на матеріалах яких проводяться дослідження, після затвердження ректором не допускається.

Структура магістерської роботи. Випускна магістерська робота повинна відповідати таким вимогам і містити:

- системний аналіз проблеми відповідно до предмета наукового дослідження;

- реальні обґрунтовані пропозиції щодо вдосконалення маркетингової діяльності на досліджуваному об'єкті, актуальні для впровадження у практику суб'єктів господарювання;

- елементи наукової новизни з предмета дослідження;

- бути належно оформленою і мати всі необхідні супровідні документи.

Структурними складовими дипломної магістерської роботи є:

ТИТУЛЬНА СТОРІНКА;

ЗАВДАННЯ НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ, КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН;

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ;

АНОТАЦІЯ;

ЗМІСТ;

ВСТУП;

РОЗДІЛ 1 (теоретико-методологічний);

РОЗДІЛ 2 (дослідницько-аналітичний);

РОЗДІЛ 3 (проектно-рекомендаційний);

ВИСНОВКИ;

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ;

ДОДАТКИ.

Титульна сторінка є першою сторінкою магістерської роботи, оформляється відповідно до вимог стандарту та академії (Додаток В).

Завдання та календарний план виконання роботи складаються у відповідності до затвердженого бланку (Додаток Г), у якому зазначаються реквізити автора, фіксуються тема і план, мета і завдання, графік виконання, а також термін подання готової роботи на кафедрі. Завдання та календарний план виконання роботи підписуються науковим керівником, магістрантом, затверджуються завідувачем випускової кафедри і є обов'язковим документом, який розміщується після титульної сторінки у структурі дипломної роботи.

Календарний план виконання магістерської роботи складається з таким розрахунком, щоб попередній захист відбувся не пізніше, ніж за десять днів до

початку роботи екзаменаційної комісії. Порушення випускником календарного плану виконання фіксується науковим керівником, який інформує завідувача кафедри. У разі значного порушення графіку виконання за рішенням кафедри магістрант може бути недопущений до захисту магістерської роботи.

Перелік умовних позначень подається в роботі, якщо в ній вжито специфічну термінологію, а також використано маловідомі скорочення, нові символи, позначення тощо. Перелік умовних позначень подається у вигляді окремого списку, який включається до змісту, розміщують після завдання перед змістом. Перелік слід друкувати у дві колонки, у лівій за абеткою наводять скорочення, у правій – детальне розшифрування.

Зміст дипломної магістерської роботи визначається її темою, відображає структуру дипломної роботи і являє собою систематизований за певною формою перелік її структурних частин з найменуваннями та номерами початкових сторінок кожної структурної частини. Зміст включає: вступ; послідовно перелічені назви усіх розділів і підрозділів; висновки; список використаних джерел; додатки. Зміст розміщується безпосередньо після переліку умовних позначень, починаючи з нової сторінки.

Вступ. У вступі дипломної магістерської роботи зазначаються: проблема, яку планується вирішити, ступінь її вивченості; обґрунтовується актуальність обраної теми, мета і завдання дослідження; формулюється об'єкт і предмет дослідження; елементи наукової новизни; вказується практична значущість; методи наукових досліджень; апробація отриманих результатів (при їх наявності).

Актуальність теми подається у вигляді обґрунтування необхідності досліджень для суб'єктів господарської діяльності.

Мета та завдання роботи повинні бути чітко сформульованими та відображати тематику дослідження.

Об'єктом дослідження дипломної роботи може бути процес або явище, що створює проблемну ситуацію і обрані для вивчення.

Предметом дослідження дипломної роботи є соціально-економічні закономірності функціонування та розвитку об'єкта, різноманітні його якості або властивості. Предмет дослідження міститься в межах об'єкта.

Об'єкт і предмет співвідносяться між собою як загальне і часткове.

Методи дослідження – способи набуття достовірних наукових знань, умінь та практичних навичок у різних сферах діяльності. У вступі необхідно перерахувати методи та інструменти, які будуть використані при проведенні досліджень для досягнення поставленої мети. У роботі можуть бути застосовані якісні та кількісні методи теоретичного й емпіричного дослідження: індукції і дедукції, аналізу і синтезу, узагальнень, формалізації, монографічний, абстрактно-логічний, розрахунково-конструктивні, економіко-статистичні, нормативний, балансовий, графічний, економіко-соціологічні, економіко-математичні та інші. При перерахунку методів необхідно вказувати відповідну конкретну задачу чи питання, для вирішення яких використовувався той чи інший метод дослідження .

Елементи наукової новизни повинні мати узагальнюючий характер і містити власні висновки і рекомендації з предмету дослідження.

Інформаційне забезпечення. У вступі також вказується основні інформаційні джерела, на основі яких виконана робота. До них відносяться: науково-методична література за темою роботи, публікації в періодичних виданнях, звітність суб'єктів господарської діяльності, статистичні дані, нормативно-правова база, власні спостереження дипломника.

Практична значущість роботи повинна відображати результати проведених досліджень, що представляють практичну цінність для суб'єкта господарської діяльності і можуть бути впроваджені у виробництво.

Апробація результатів роботи має містити назви статей, тез доповідей, підготовлених за матеріалами роботи, виступи на науково-практичних конференціях.

Обсяг вступу повинен бути в межах 3–4 сторінок [2].

Основна частина магістерської роботи. Випускна робота магістранта повинна носити комплексний характер, тобто її основна частина має охоплювати теоретичні, дослідницько-аналітичні та проектно-рекомендаційні аспекти. Важливою умовою забезпечення високої якості роботи є встановлення логічних взаємозв'язків розділів і підрозділів основної частини, зокрема, використання результатів аналізу і досліджень у подальших розробках і пропозиціях. Виклад матеріалу підпорядковують провідній ідеї, визначеній автором, яка впливає з предмету дослідження та цілей роботи. В той же час, треба прагнути до того, щоб кожний розділ являв собою закінчену частину дослідження обраної проблеми.

Основна частина роботи складається з трьох розділів, які діляться на підрозділи, а останні, у випадку необхідності, на пункти і підпункти. В розділах рекомендується виділяти три - чотири підрозділи.

У першому, *теоретико-методологічному, розділі* наводиться аналітичний огляд літературних джерел за темою дослідження, визначається сутність предмету дослідження. Студент характеризує основні етапи розвитку наукової думки за проблемою, що розглядається, характеризує ступінь її вивчення вітчизняними і зарубіжними науковцями.

Виписки із літературних джерел повинні бути адресними і критично оціненими дипломником. Стисло, критично висвітлюючи роботи попередників, студент повинен назвати ті питання, що залишились невирішеними, і визначити своє місце у розв'язанні проблеми. В огляді літератури слід відобразити різні погляди (плюралізм думок) з питання, що вивчається, з тим, щоб більш чітко визначити позицію самого студента і місце майбутнього дослідження в науковій літературі.

Теоретичне обґрунтування, суть, значення, класифікаційні характеристики, історія та тенденції розвитку предмета дослідження, методологічні підходи повинні мати елементи полемічності, розкривати власну

позицію студента, що створює передумови для проведення у наступному розділі власних прикладних досліджень.

Для констатації та обґрунтування загальнотеоретичних висновків та тенденцій доцільно використовувати дані, опубліковані у відповідних енциклопедіях, довідниках, зарубіжних виданнях та інших джерелах, у т.ч. з наукометричної бази Scopus.

У першому розділі також наводяться методи вирішення завдань і їх порівняльні оцінки, розробляється загальна методика проведення дослідження.

Окремим підрозділом у теоретичному розділі може бути інформація про фактичні досягнення у вирішенні досліджуваної проблеми в загальнодержавному й обласному масштабах та порівняння їх зі світовими досягненнями.

Бажано ілюструвати текст графічними матеріалами – схемами, графіками, діаграмами тощо, використовувати табличну форму для компактного подання інформації. При цьому графічні матеріали мають бути розробленими самостійно, не допускаються використання сканованих копій та фотографій. Обсяг першого розділу не повинен перевищувати 25% загального обсягу магістерської роботи.

Написанню *другого (дослідницько-аналітичного) розділу* повинен передувати збір необхідної вихідної інформації про результати роботи суб'єктів господарської діяльності, на матеріалах яких проводяться дослідження за три останні роки. Приблизний перелік форм статистичної звітності та інформації щодо суб'єкта господарської діяльності, необхідний для проведення якісного аналізу, визначає науковий керівник.

Структурно-логічна схема дослідження обумовлює необхідність представлення в другому (дослідницько-аналітичному) розділі дипломної роботи матеріалів за наступними напрямками:

характеристика географічних, соціально-економічних, інфраструктурних та інших чинників, що впливають на виробничо-збутову діяльність

господарюючого суб'єкта як відкритої системи та виступають складовими зовнішнього мікро- та макросередовища;

загальна характеристика організаційно-правових, виробничих, техніко-технологічних, фінансово-економічних, логістичних та інших процесів, що формують ресурсний потенціал маркетингової діяльності підприємства;

поглиблений аналіз об'єкту та предмету дослідження, проблеми у відповідності до теми дипломної роботи. Магістранту необхідно провести оцінку практичної діяльності конкретних підприємств в контексті досліджуваної проблеми, показати позитивні сторони накопиченого досвіду, виділити невирішені питання, розкрити витoki, причини і наслідки допущених помилок та прорахунків.

Аналітичний розділ має завершуватися висновками, де узагальнюються отримані результати і окреслюються напрямки проектних розробок.

Дослідження проблеми повинно здійснюватися на основі накопиченого і систематизованого фактичного матеріалу та адекватного використання методів обробки та аналізу даних. Кваліфікований аналіз передбачає також коректну інтерпретацію отриманих результатів, що дозволяє обґрунтовувати пропозиції в наступному, третьому розділі.

Текст магістерської роботи повинен бути підкріплений реальними документами підприємств, за матеріалами яких проводиться дослідження. Джерелом інформації є планові і фактичні показники виробничо-господарської діяльності, статистична та бухгалтерська звітність, накази, розпорядження, результати спостережень, опитувань і обстежень та інших методів збирання первинної інформації, які використовує магістрант під час переддипломної практики. Звітність підприємства є невід'ємною частиною магістерської роботи і подається в додатках.

Обсяг другого розділу – 30-35% загального обсягу дипломної роботи.

Третій (проектно-рекомендаційний) розділ містить декілька взаємопов'язаних підрозділів, у яких в логічній послідовності наводяться

конкретні, науково обґрунтовані пропозиції щодо вдосконалення та підвищення ефективності маркетингової діяльності досліджуваного підприємства. У цьому розділі розкриваються зміст і результати власних досліджень, які мають практичне значення.

Виходячи зі змісту теоретичного і аналітичного розділів на початку проектної частини необхідно узагальнено сформулювати мету та зміст проектних розробок та їх очікувані результати з позицій досягнення загальної мети дипломної роботи.

Структурна побудова проектно-рекомендаційного розділу може мати наступні варіанти:

1. комплексна розробка однієї конкретної ідеї щодо удосконалення маркетинговою діяльністю підприємства. При такому варіанті зміст структурних підрозділів передбачає розробку економічно обґрунтованих моделей, механізмів, важелів та інструментів щодо практичного впровадження ідеї проекту;

2. розробка декількох (двох - чотирьох) комплексних заходів, пов'язаних між собою ідеєю вдосконалення предмету та об'єкту дослідження. В цьому випадку окремий комплекс пропозицій спрямовується на усунення конкретної проблеми в маркетинговій діяльності підприємства, а проектна сукупність заходів буде сприяти досягненню цілей випускної роботи.

Вибір варіанту побудови проектно-рекомендаційного розділу визначається темою дипломної роботи, результатами проведеного аналізу, метою та завданнями проектних розробок.

Пропозиції магістранта щодо науково-прикладного вирішення досліджуваної проблеми повинні відповідати критеріям оптимальності, цільової ефективності та реальності практичного впровадження. В дипломній роботі необхідне обов'язкове проведення оцінки економічної ефективності запропонованих заходів. При цьому бажано на альтернативних засадах

здійснювати розрахунок фінансових, матеріальних та інших ресурсів, необхідних для впровадження проектних пропозицій.

Проектні пропозиції можуть мати вигляд організаційних, економічних, фінансових, інноваційних, технологічних та інших заходів, бізнес-плану (або його фрагменту), нормативного документу (положення, інструкції, моделі, методики), інвестиційного проекту тощо.

Магістранту необхідно продемонструвати володіння аналітичним мисленням, яке допомагає йому визначити причинно-наслідкові зв'язки процесів і тенденцій. Роботі мають бути притаманні логічність, доказовість, аргументованість, самостійний пошук істини у різноманітності версій, концепцій, поглядів, власні висновки, узагальнення й оцінки, які надають їй найбільшу переконливість, достовірність та практичне значення.

Об'єктивною умовою якісного виконання проектної частини є застосування економіко-математичних методів та моделей, сучасних інформаційних технологій, новітніх наукових досягнень, передового досвіду вітчизняних і зарубіжних підприємств тощо.

Обсяг третього розділу – 30-35% загального обсягу дипломної роботи.

У **висновках** рекомендується підвести підсумки проведеного дослідження, викласти основні наукові та практичні результати, що одержано, рекомендації щодо їх науково-практичного використання.

Сформульовані висновки і пропозиції повинні базуватися на матеріалах першого, другого і третього розділів магістерської роботи та відповідати поставленим завданням.

Достовірність і наукова обґрунтованість висновків та пропозицій підвищується, коли магістрант основні положення дипломної роботи виносить на обговорення на семінарах, диспутах і конференціях.

Обсяг висновків не повинен перевищувати чотирьох сторінок комп'ютерного тексту. Правильно сформульовані висновки і пропозиції

використовуються як основна частина доповіді студента на засіданні екзаменаційної комісії.

До **списку використаних джерел** слід включити джерела, які використано в процесі викладання тих чи інших наукових положень і на які у тексті є посилання. Список складається із законодавчих актів, нормативних матеріалів, вітчизняної та зарубіжної наукової, навчально-методичної та спеціальної літератури, фахових видань, Інтернет-ресурсів. Рекомендована кількість літературних джерел –80–100.

У **додатках** наводяться допоміжні матеріали: копії документів про результати господарсько-фінансової діяльності суб'єктів господарської діяльності, витяги із законодавчо-нормативних документів, звіти, інструкції, результати маркетингових досліджень, громіздкі таблиці, рисунки, допоміжні розрахунки тощо.

Рекомендований обсяг дипломної магістерської роботи – 100–120 сторінок без урахування списку використаних джерел та додатків. Допускається відхилення в межах +/- 10%.

3. ПІДГОТОВКА ПУБЛІКАЦІЙ

Обов'язковим елементом навчання за магістерською програмою зі спеціальності «Маркетинг» є оприлюднення результатів дослідження за допомогою публікацій.

Результати наукової діяльності узагальнюються в тезах доповідей, статтях, монографіях, методичних і практичних матеріалах, навчальних посібниках, підручниках та ін. Апробація результатів дослідження здійснюється шляхом підготовки доповідей та виступів на науково-методичних, науково-практичних, підсумкових наукових та наукових студентських конференціях.

Найчастіше результати дипломної роботи магістра оприлюднюються за допомогою статей, наукових доповідей або тез доповіді. Оволодіння технікою написання доповіді або статті потребує дотримання певних вимог щодо побудови їх структури, форми, стилю й мови.

4. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ РОБОТИ

Оформлення магістерської роботи має відповідати загальним вимогам до наукових робіт згідно з державним стандартом ДСТУ 3008-95 «Документація. Звіти у сфері науки та техніки. Структура і правила оформлення».

Текст магістерської роботи набирають на комп'ютері через 1,5 міжрядкові інтервали (29-30 рядків на сторінці), друкують за допомогою принтера на одному боці аркуша білого паперу формату А4 (210x297 мм); шрифт текстового редактора – Word Times New Roman, розмір 14 мм. Поля: зліва - не менше 25 мм, справа - не менше 10 мм, зверху і знизу — не менше 20 мм. Шрифт друку повинен бути чітким, щільність тексту — однаковою.

Кожну структурну частину роботи починають з нової сторінки. Заголовки структурних частин роботи «ЗМІСТ», «ВСТУП», «РОЗДІЛ», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ», «ДОДАТКИ» друкують великими літерами симетрично до тексту по центру сторінки (без крапки).

Зміст має відповідати плану роботи. На сторінці зі змістом навпроти кожної складової магістерської роботи проставляються номери сторінок, які вказують на початок викладення матеріалу.

Якщо у роботі наводяться маловідомі скорочення, нові символи, позначення, то їх перелік надається перед вступом і вноситься до змісту як «*Перелік умовних позначень*». Перелік умовних позначень надається у вигляді окремого списку, який розміщують перед змістом, після завдання. Перелік слід друкувати у дві колонки, у лівій за абеткою наводять скорочення, у правій — детальне розшифрування.

Нумерація. Нумерацію сторінок, розділів, підрозділів, додатків, рисунків, таблиць подають *арабськими цифрами* без знака №.

Нумерація сторінок магістерської роботи має бути наскрізною (включаючи ілюстрації) і проставлятися у правому верхньому куті аркуша без крапки.

Першою сторінкою є титульний аркуш, який входить до загальної нумерації сторінок. На титульному аркуші, аркушах завдання та аркуші змісту номер сторінки не ставиться. Нумерація сторінок проставляється, починаючи зі «Вступу» .

На титульному аркуші зазначають повну назву міністерства/відомства, вищого навчального закладу, кафедри; тему роботи; дані про магістранта та наукового керівника, місто та рік подання магістерської роботи до захисту. Скорочення у назвах міністерства/відомства, вищого навчального закладу та теми магістерської роботи не допускаються.

Текст *основної частини* магістерської роботи поділяють на розділи та підрозділи. Кожний розділ починають з нової сторінки.

Складові магістерської роботи «ЗМІСТ», «ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ», «ВСТУП», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ» не нумерують.

Номер розділу ставлять після слова «РОЗДІЛ», без крапки, а потім з нового рядка друкують заголовок розділу великими літерами.

Підрозділи нумерують у межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, між якими ставлять крапку. Наприкінці номера підрозділу ставиться крапка. Наприклад: «2.3.» (третій підрозділ другого розділу), за якою у тому ж рядку зазначають заголовок підрозділу. Заголовки підрозділів друкують маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу. Наприкінці заголовка крапки не ставлять.

Оформлення посилань на інформаційні джерела. Під час роботи з різними

джерелами науковий етикет вимагає точно відтворювати цитований текст, оскільки найменше скорочення може спотворити зміст, викладений автором. Посилання в тексті на джерела наводять у квадратних дужках із зазначенням джерела та сторінки. Перша цифра у квадратних дужках відповідає номеру джерела у списку використаних джерел, друга - номеру сторінки (наприклад, [32, с. 85]).

Наприкінці магістерської роботи наводиться *список використаних джерел*. До цього списку включаються публікації вітчизняних і зарубіжних авторів, на які є посилання в роботі. Всі джерела вказуються мовою видання.

Під час складання списку використаних джерел необхідно дотримуватися національного стандарту ДСТУ ГОСТ 7.1:2006 «Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання».

Оформлення допоміжних матеріалів. Допоміжними матеріалами є: *ілюстрації* (схеми, діаграми, графіки, креслення тощо), *формули, таблиці, додатки*.

Ілюстрації позначають словом «Рис.» і нумерують послідовно в межах розділу, за винятком ілюстрацій, поданих у додатках. Номер ілюстрації складається з номера розділу та порядкового номера ілюстрації через крапку. Наприклад, Рис. 1.2. — другий рисунок першого розділу. Номер, назва ілюстрації та пояснювальні підписи розміщують послідовно під ілюстрацією, відокремлених крапкою.

Ілюстрації слід наводити безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше, або на наступній сторінці. Ілюстрації, розміщені на окремих сторінках роботи, включають до загальної нумерації сторінок. Ілюстрацію, розміри якої більше формату А4, рекомендується розміщувати у додатках.

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

посилання в тексті. При цьому по тексту слово «таблиця» пишуть скорочено, наприклад «... у табл. 2.1». У повторних посиланнях на таблиці та ілюстрації скорочено пишуть слово «дивись», наприклад «див. табл. 3.2».

Таблиці нумерують арабськими цифрами наскрізною нумерацією в межах розділу, за винятком таблиць, що наводяться у додатках. Номер таблиці складається з номера розділу і порядкового номера таблиці, відокремлених крапкою, наприклад, таблиця 2.1 - перша таблиця другого розділу.

Назву таблиці друкують жирним шрифтом малими літерами (крім першої великої) і розміщують над таблицею. Назва має бути стислою і відбивати зміст таблиці.

Формули нумерують у межах розділу. Номер формули складається з номера розділу та порядкового номера формули в розділі, відокремлених крапкою. Номер формули зазначають на рівні формули у круглих дужках у крайньому правовому положенні, наприклад: (2.1) (перша формула другого розділу). Посилання на формули надають порядковим номером формули в дужках, наприклад: «... у формулі (2.1)». Пояснення значень символів і числових коефіцієнтів формули наводять під нею в тій послідовності, в якій вони подані у формулі. Значення кожного символу і числового коефіцієнта записують з нового рядка. Перший рядок пояснення починають зі слова «де» без двокрапки. Кожна формула відокремлюється від тексту одним вільним рядком.

Додатки оформлюються як продовження дипломної роботи на наступних її сторінках, розміщуючи їх у порядку появи посилань у тексті. Кожний додаток друкується з нової сторінки.

З правого боку рядка малими літерами з першої великої друкується слово «Додаток__» (але без знака №) і велика літера, що позначає додаток. Наприклад: «Додаток Б». Додатки позначаються великими літерами української абетки, за винятком Г, Є, І, і, И, О, Ч, Ь. Наприклад, Додаток А. Додаток повинен мати заголовок, надрукований угорі малими літерами з першої великої

симетрично відносно тексту сторінки.

Текст кожного додатка, може бути поділений на розділи й підрозділи, які нумерують у межах кожного додатка.

5. ЗАХИСТ ТА ОЦІНКА МАГІСТЕРСЬКОЇ РОБОТИ

Державна атестація фахівця передбачає захист магістерської роботи, яка є підсумком навчання за спеціальністю.

До захисту магістерської роботи допускаються магістранти, які успішно та повною мірою виконали навчальний план.

Магістерська робота подається науковому керівникові для перевірки у строки, визначені у завданні на виконання випускної роботи.

Науковий керівник надає відгук про магістерську роботу, у якому визначаються: актуальність дослідження; ефективність використаної методології; рівень застосування здобутих у процесі навчання теоретичних знань та підготовки до виконання наукових досліджень; вміння самостійно вирішувати наукові та практичні задачі; вміння логічно, послідовно, аргументовано викладати матеріал і робити висновки; перспективність запропонованих рекомендацій та ступінь обґрунтованості висновків; недоліки роботи (за наявності).

Магістерська робота обов'язково повинна мати відгук (рецензію) зовнішнього рецензента. Рецензентами можуть бути: фахівці-практики, науковці, викладачі ВНЗ тощо.

Під час рецензування магістерської роботи рекомендується визначати:

новизну постановки і розроблення задачі;

використання наукових методів дослідження;

обґрунтованість висновків і пропозицій;

участь магістранта у проведених дослідженнях, теоретичній та аналітичній обробці отриманих результатів, формулюванні наукового

положення/ідеї/методики;

вміння магістранта чітко, грамотно й аргументовано викладати матеріал, правильно оформлювати його;

недоліки щодо змістової частини роботи, оформлення.

Рецензія надається письмово і повинна містити загальний висновок щодо рекомендацій до захисту (рекомендовано або не рекомендовано) у екзаменаційній комісії.

Попередній захист магістерської роботи магістрант проходить на випусковій кафедрі за десять днів до початку роботи екзаменаційної комісії. Магістранти, випускні роботи яких на попередньому захисті були оцінені позитивно, допускаються до захисту на засіданні екзаменаційної комісії.

До захисту подається в твердій палітурці дипломна магістерська робота, складовими якої є: титульний аркуш; завдання, календарний план; перелік умовних позначень (за необхідності); анотація; зміст; вступ; розділ 1, розділ 2, розділ 3; висновки; список використаних джерел; додатки. На титульній сторінці мають бути підписи магістранта, наукового керівника, консультанта (за потреби).

До магістерської роботи додаються: (не переплітаються):

висновок наукового керівника і кафедри;

зовнішня рецензія;

подання голові екзаменаційної комісії;

заявка від керівництва підприємства та довідка про впровадження результатів дослідження (за наявності);

комплект ілюстративних матеріалів в роздрукованому вигляді і на електронних носіях для презентації.

Захист магістерської роботи відбувається прилюдно на засіданні екзаменаційної комісії, склад якої затверджується у встановленому порядку. Магістрант готує для виступу доповідь та ілюстративний матеріал до неї. Під час прилюдного захисту магістрант доповідає і демонструє основні положення

результатів дослідження, відповідає на запитання членів екзаменаційної комісії та інших присутніх фахівців на захисті.

Секретар комісії протоколює процедуру захисту.

Загальні критерії оцінювання дипломної роботи. Автор магістерської роботи має продемонструвати: вміння логічно та аргументовано викладати матеріал, коректно використовувати статистичні, математичні та інші методи, проводити власні дослідження; володіння навичками узагальнення, формулювання висновків; вміння працювати з інформаційними джерелами, ініціювати та обґрунтовувати інноваційні підходи до вирішення проблеми, що досліджується.

Критеріями оцінювання магістерської роботи є:

чіткість, повнота та послідовність розкриття кожного підрозділу і теми роботи в цілому;

науковість стилю викладання;

відсутність орфографічних і синтаксичних помилок;

правильне оформлення роботи відповідно до стандартів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Економічні дослідження (методологія, інструментарій, організація, апробація): навч. посіб. / за ред. А.А. Мазаракі. – 2-ге вид., допов. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. – 296 с.
2. Засоби діагностики якості вищої освіти магістра (ГСВОУ 8.03060101-12). Галузевий стандарт вищої освіти України. – К.:ЦПНМВ КНТЕУ, 2012. – 15 с.
3. Методичні рекомендації щодо написання та захисту магістерської роботи за спеціальністю 8.050201 „Менеджмент організацій” / Укладачі Н.Г. Ревенко, С.І.Тарасенко. – Дніпродзержинськ: ДДТУ, 2011. – 56 с.
4. Освітньо-професійна програма (ОПП) підготовки магістра за спеціальністю 8.03060101 –менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності) галузі знань 0306 «Менеджмент і адміністрування» ГСВОУ, затверджену наказом Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України від 22.04.2011 № 366 зі змінами та доповненнями.
5. Про вищу освіту: Закон України від 01.07.2014, № 1556-VII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cg>.
6. Скорочення слів в українській мові в бібліографічному описі (ДСТУ 3582-97. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.library.gov.ua/images/files/5_DSTU_3582-97.pdf).

ДОДАТКИ

ОРІЄНТОВНА ТЕМАТИКА МАГІСТЕРСЬКИХ РОБІТ

1. Стратегія економічного розвитку підприємства на основі концепції маркетингу.
2. Економічне обґрунтування маркетингової товарної політики підприємства.
3. Економічне обґрунтування маркетингової цінової політики підприємства.
4. Економічне обґрунтування комплексу маркетингу підприємства.
5. Розробка та управління маркетинговою економічною стратегією підприємства.
6. Економічне обґрунтування маркетингової комунікаційної політики підприємства.
7. Науково-економічне обґрунтування ефективного розвитку підприємства на основі маркетингової концепції.
8. Впровадження маркетингової концепції управління в сучасному підприємстві.
9. Використання системи маркетингу в організаціях будівельної сфери.
10. Маркетингове управління інвестуванням підприємства.
11. Маркетингові дослідження щодо впровадження сучасних будівельних технологій.
12. Маркетингове управління формуванням та розвитком бренду підприємства.
13. Маркетингове забезпечення інвестиційної діяльності підприємства
14. Маркетингове забезпечення виробничо-господарської діяльності підприємства.
15. Управління розвитком маркетингової товарної політики підприємства.
16. Система маркетингових комунікацій підприємств та шляхи її

вдосконалення.

17. Розвиток системи маркетингу на підприємстві.
18. Економічний розвиток підприємства на основі маркетингової концепції.
19. Формування та розвиток комплексу маркетингу на підприємстві.
20. Управління конкурентоспроможністю підприємства на маркетингових засадах.
21. Розвиток маркетингу підприємства в умовах трансформаційної економіки.
22. Підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства на основі ABC - аналізу.
23. Маркетингові стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку.
24. Планування сучасних форм просування товарів підприємства на ринок.
25. Розвиток каналів дистрибуції продукції підприємства як складової комплексу маркетингу.
26. Формування та розвиток управління маркетинговою виробничо-господарською діяльністю підприємства.
27. Формування професійної системи маркетингового менеджменту підприємства.
28. Управління маркетингом в підприємствах регіону.
29. Управління рекламною діяльністю ділового підприємства.
30. Управління конкурентоспроможністю посередницьких організацій в торгівлі будівельними матеріалами.
31. Управління маркетинговим потенціалом підприємства.
32. Управління комплексом маркетингових комунікацій ділового підприємства в Інтернеті.
33. Удосконалення бізнес-процесів підприємства на маркетингових

засадах.

34. Організація медіа планування в маркетинговій діяльності підприємства.
35. Підвищення конкурентоспроможності зовнішньоекономічної діяльності підприємства: маркетинговий аспект.
36. Розробка маркетингової програми розвитку підприємства.
37. Сучасні методи управління брендом підприємства.
38. Розвиток форм і методів управління рекламною кампанією підприємства.
39. Логістичне управління розподілом продукції підприємства.
40. Управління процесом позиціонування підприємства на ринку.
41. Організаційно-економічний механізм управління маркетингом підприємства.
42. Формування та розвиток маркетингової системи збуту підприємства.
43. Формування та розвиток маркетингової комунікаційної політики підприємства.
44. Соціально-економічні умови розвитку маркетингу будівельних підприємств в Україні.

Зразок оформлення титульної сторінки до магістерської роботи

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ
Факультет економіки та управління в будівництві
Кафедра маркетингу

Дипломна магістерська робота

**На тему: «Управління розвитком маркетингової товарної політики
підприємства»**

Спеціальність – 075 «Маркетинг»

Магістрант:

Гр. М-501м,

№ залікової книжки 07025 _____ Іванова Анастасія Іванівна

Керівник:

д.е.н., професор _____ Микитенко Іван Григорович

«Допущено до захисту»

Завідувач кафедри

д.е.н., професор _____ Іваненко Іван Іванович

Одеса – 2016

Зразок оформлення завдання до магістерської роботи магістранта

ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ
(повне найменування вищого навчального закладу)

Факультет економіки та управління в будівництві

Кафедра маркетингу

Галузь знань – 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність – 075 «Маркетинг»

Освітній ступінь «Магістр»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____
“ _____ ” _____ 20__ року

**ЗАВДАННЯ
НА МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ МАГІСТРАНТУ**

_____ (прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи _____

керівник роботи _____,

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

затверджені наказом ректора вищого навчального закладу від “ ____ ” _____ 20__ року № ____

2. Строк подання студентом дипломної роботи _____

3. Вихідні дані до дипломної роботи _____

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

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

Зразок анотації українською мовою

АНОТАЦІЯ

(українською, російською та англійською мовами)

до дипломної магістерської роботи

Маркетингове управління розвитком та забезпечення

конкурентоспроможності підприємства

ІВАНЕНКО ІРИНА ІВАНІВНА

Дипломна магістерська робота містить ___ сторінок, ___ таблиць, ___
рисуноків, список літератури з ___ найменувань, ___ додатків.

Об'єктом дослідження є процеси маркетингового управління та посилення конкурентоспроможності підприємств. Поглиблені дослідження проводилися на матеріалах (ПОВНА НАЗВА ПІДПРИЄМСТВА).

Предметом дослідження є сукупність теоретико-методологічних та методичних положень щодо розвитку маркетингового управління як передумови забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Мета магістерської роботи полягає в обґрунтуванні теоретичних, методологічних та методичних засад, а також опрацюванні прикладних положень щодо розвитку маркетингового управління в підприємствах для підвищення їх конкурентоспроможності.

Для досягнення мети були поставлені та розв'язані наступні завдання: визначити сутність маркетингового управління та його вихідні положення в контексті забезпечення конкурентоспроможності підприємства; дослідити фактори конкурентоспроможності підприємства; опрацювати методичні аспекти маркетингового аналізу конкурентоспроможності підприємства; з'ясувати положення конкурентної політики з позицій розвитку механізму державного регулювання в Україні; опрацювати організаційно-правові засади та ресурсне забезпечення підприємства як передумови його конкурентоспроможності; оцінити економічну ефективність маркетингової діяльності як визначальної характеристики конкурентоспроможності підприємства; визначити складові формування системи маркетингового управління та посилення конкурентоспроможності підприємства.

Одержані результати можуть бути використані в практиці розробки та реалізації положень маркетингового управління розвитком та забезпечення конкурентоспроможності підприємства Овідіопольського району Одеської області.

Рік виконання магістерської роботи - 2015-2016 навчальний рік.

Рік захисту роботи - 2016.

Ключові слова: маркетингове управління, комплекс маркетингу, конкурентоспроможність, економічна ефективність, організаційна структура управління, підприємство.