

Воропай О. К., Пічик К. В., Чала Н. Д.

НАУКОВА РОБОТА

*легко,
із задоволенням*

Навчальний посібник висвітлює основні засади ведення науково-дослідної роботи, а також містить практичні рекомендації щодо підготовки і презентації наукових робіт студентами (курсові, бакалаврські, магістерські дипломні роботи). У посібнику наведено вимоги, основні правила написання кваліфікаційних робіт та захисту. Окремі розділи присвячено науково-дослідній роботі студентів, її структурі, змісту і формам.

Для студентів вищих навчальних закладів та всіх, хто цікавиться основами методології наукових досліджень.

Рецензенти:

Антонюк А. А., доктор економічних наук, професор,
проректор з наукової роботи ДВНЗ «Київський національний
економічний університет ім. Вадима Гетьмана»,

Гудзь О. Є., доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри менеджменту
Державного університету телекомунікацій

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Національного університету
«Києво-Могилянська академія»
(протокол № 15 від 21 грудня 2017 р.)*

Що таке наукове дослідження і чим воно корисне?

Студенти, як правило, вперше стикаються з необхідністю зробити наукове дослідження під час виконання курсової роботи. Залежно від попереднього досвіду написання різних есе, рефератів, доповідей студент або ставить до майбутнього наукового дослідження зневажливо і розраховує відтворити здобутки інших науковців в останній місяць перед терміном подання курсової роботи на перевірку, або губиться перед «сніговим комом» питань, на які не має відповідей. Поведінка студента у першому випадку може привести до фрагментарного відтворення вже наявних наукових праць, у кращому випадку з посиланням на них. Результатом другого випадку може стати несвоєчасне виконання дослідження, або взагалі його невиконання.

Цей навчальний посібник є дорожньою картою у підготовці і виконанні наукового дослідження, а саме курсової або кваліфікаційної роботи. Більшість прикладів і порад, які зібрані у цій книжці, передусім стануть у пригоді студентам-маркетологам, однак можуть бути корисними і для студентів інших спеціальностей. Незалежно від того, чи має студент досвід проведення наукових досліджень, наприклад, у школі, виконання нового дослідження розвиває навички роботи з інформаційними джерелами, критичне мислення, аналітичні здібності, а тому потребує ретельної підготовки і часу. Власне, тому рекомендуємо до нього ставитися серйозно, відповідально і докладно планувати системну роботу з його виконання.

Питання, яке турбує будь-якого студента, – це прикладне значення наукового дослідження, або «навіщо мені це робити?». Відповідь доволі очевидна: для виконання навчальної програми, отримання позитивної оцінки і підтвердження власної кваліфікації. Однак така відповідь мотивує тільки на «силу волі» і «останню ніч». Водночас усвідомлення можливості отримання власних дивідендів після виконаної роботи спроможне надихнути на потужні наукові пошуки і на справді цікаві знахідки. Якісно проведене наукове дослідження розвиває навички



самостійної тривалої роботи над проблемою, пошуку інформації та її обробки, аналітичної роботи з первинною інформацією, критичного та креативного мислення. Ці всі навички можуть знадобитися у подальшій практичній роботі і під час виконання різних проєктів. Вдалий вибір теми для наукового дослідження, яка насправді є цікавою, є додатковим мотиватором задоволення власної допитливості.

І типове запитання від студентів: «А що робити, якщо тема нецікава, а викладач не надихає?». У такому випадку «дивимося у калюжу, а бачимо – зоряне небо»: треба знайти цікаві аспекти нудної теми, подивитися на

неї з іншого ракурсу, зробити її для себе цікавою. Отже, наукова робота – це те, що допомагає знайти нові рішення і відповіді на наявні проблеми, задовільнити власну допитливість, а також сформувати навички логічного мислення, системності, самостійності у творчому пошуку, тому це цікаво!

Будь-яке наукове дослідження – це самостійна робота, керівник тільки допомагає під час її здійснення, спрямовує, якщо студент трішечки збився з курсу, тому не варто переоцінювати роль керівника. Водночас, важливо вчасно звертатися до нього за порадою, це допоможе рухатися швидше, не гальмувати на дрібницях і бути впевненим, що усе враховано і нічого не упущено.

Першою практикою наукового дослідження є виконання курсової роботи. Вона є обов'язковою і являє собою один із видів самостійної науково-дослідної роботи студента. Основною метою виконання курсової роботи на другому році навчання є навчити студента проводити

самостійне наукове дослідження, критично мислити, працювати з аналітичними документами та статистичними даними. Виконання курсової роботи на третьому році навчання – один із видів самостійної навчальної та водночас науково-дослідної роботи студентів, призначений засвідчити якість набутих студентами знань та вміння використовувати їх при опрацюванні теоретичних і прикладних питань управлінської діяльності підприємства.

Виконання курсової роботи має декілька цілей:

1. Закріпити та поглибити теоретичні знання, набуті студентами у процесі вивчення дисциплін.
2. Прищепити студентам навички самостійної роботи з первинними джерелами наукової інформації: спеціалізованою літературою, довідниками, статистичними базами даних тощо.
3. Виробити вміння узагальнювати теоретичні матеріали, самостійно формулювати висновки, розробляти пропозиції, обґрунтовувати та обстоювати власну точку зору з проблем, що досліджуються.

Написання курсової роботи має сприяти глибшому засвоєнню студентами програмних питань дисциплін, які вони вивчали впродовж трьох років. Це вимагає від них самостійного поглибленого вивчення не лише навчальної, а й спеціалізованої літератури: монографій, статей, що друкуються у періодичних виданнях, наукових збірниках тощо.

У курсовій роботі мають бути елементи наукового пошуку, спрямованого на більш ефективно, ніж те, що існує на практиці, вирішення певних питань. Для цього потрібно зібрати та провести порівняльний аналіз інформації, що міститься в різних літературних джерелах, відшукати та опрацювати відповідні статистичні матеріали, узагальнити ці вихідні дані та сформулювати власні висновки й пропозиції.

Кваліфікаційна робота – це вид науково-дослідницької роботи студентів, яка спрямована на поглиблене вивчення практично-прикладного питання, її результати оформлено відповідно до вимог, публічно представлено перед державною екзаменаційною комісією, що є підставою для присудження академічного ступеня бакалавра.

Магістерська робота – це самостійне наукове дослідження, яке виконується на актуальну тему, містить новизну, оформлено відповідно до кваліфікаційних вимог, готується для публічного захисту і отримання академічного ступеня магістра.

З одного боку, бакалаврська та магістерська роботи – це форма державного контролю засвоєння студентами знань і набутих умінь, а, з іншого, – кульмінаційний етап становлення майбутнього бакалавра та магістра, можливість самоствердження випускника як компетентного фахівця, здатного розв'язувати комплексні проблеми маркетингової діяльності й отримати від державної екзаменаційної комісії офіційне підтвердження рівня своєї кваліфікації. Кваліфікаційна та магістерська роботи належать до категорії самостійних наукових досліджень, в основі яких лежить моделювання вже відомих рішень. Виконання такої роботи спрямоване не стільки на вирішення наукових проблем, скільки на свідчення того, що її автор навчився самостійно вести науковий пошук, аналізувати досліджувану проблему, знаходити найдоцільніші способи і прийоми її розв'язання.

Метою виконання кваліфікаційної та магістерської робіт напрямів підготовки «Маркетинг» і «Менеджмент» є закріплення набутих у процесі навчання теоретичних знань з фундаментальних положень економічної теорії, теорії фінансів, менеджменту і маркетингу на мікро- і макрорівні та практичних навичок, необхідних для подальшої самостійної наукової та професійної діяльності.



Навіщо студентів наукове дослідження?

Сприймайте наукове дослідження в університеті як спосіб розвинути комунікаційні навички, навчитися формулювати та обстоювати власну думку, критично мислити, перевіряти достовірність інформації. Так вас важче буде ввести в оману під час чергових виборів президента або парламенту, і ви запросто зможете відпрошуватися на вечірки у батьків чи другої половинки.

ТЕХНОЛОГІЯ ПРОВЕДЕННЯ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Інформаційна база наукового дослідження

Для успішного виконання наукового дослідження потрібно здійснити пошук необхідної інформації. Розпочинається він із виявлення, відбору, аналізу інформаційних джерел: монографій, наукових статей, доповідей на наукових конференціях, законів та інших нормативних документів тощо. Для цього можна користуватися бібліотечними базами даних та ресурсами відкритого доступу. На цьому етапі важливо зосередитися на доборі авторитетних публікацій, інформації яких можна довіряти, тому рекомендують віддавати перевагу навчальній і спеціалізованій літературі (монографіям, науковим статтям, доповідям), аналітичним звітам міжнародних організацій; нормативним документам (законам, постановам, указам). До публічних виступів експертів треба



ставитися критично, оцінюючи у першу чергу первинну інформацію, на якій базуються їхні висновки. Важливо при дослідженні користуватися результатами соціологічних опитувань, але звертати при цьому увагу на методіку проведення такого дослідження, обсяг вибірки (наскільки репрезентативні дані подано), питання та структуру анкети (чи не містять запитання для респондентів підказки правильних відповідей). Звіти підприємств та статистичні дані можуть слугувати потужним джерелом інформації для розрахунково-аналітичної частини. Пошук інформаційних джерел та літератури є постійним процесом, але спочатку потрібно вивчити ідеї, пов'язані з предметом дослідження, а вже потім сфокусувати пошук відповідно до цілей дослідження і, звісно, слідкувати за новими публікаціями, поки триває наукове дослідження.



Як почати збирати інформацію?

Почніть пошук інформації в Інтернеті: прочитайте 50 джерел (саме так, не менше), і ви зможете одразу збагнути, які аспекти охоплює ваша тема, і вам буде легше працювати з наступними 100 книжками.

Важливо: звертайте увагу на авторитетність інформаційного джерела.

Студенти виконують курсову роботу на основі ретельного вивчення та узагальнення теоретичних положень, що містяться у відповідних інформаційних джерелах, а також використання фактичних даних, наведених у статистичних щорічниках, науковій літературі, періодичних виданнях, звітних матеріалах підприємств або організацій. На другому році навчання передбачено проведення наукового дослідження за вторинними інформаційними джерелами, тобто більшу частину роботи становить огляд літератури і аналіз нормативно-правових та статистичних документів. Перед виконанням кваліфікаційної та магістерської робіт передбачено також навчальну практику, під час якої студент має можливість зібрати первинну аналітичну інформацію. Обсяг статистичних, аналітичних, прогнозних даних, їх перелік і порядок оформлення випускник визначає згідно з рекомендаціями наукового керівника. Водночас слід враховувати,

що статистичні дані з метою забезпечення репрезентативності вибірки і достовірності результатів потрібно зібрати не менше як за 3–5 часових періодів. Зібрану інформацію після візуального та логічного контролю групують і аналізують. Результати аналізу є основою для синтезу і написання аналітичних розділів роботи, а також для обґрунтування висновків і пропозицій.

На стадії добору літератури студент складає бібліографію, у чому йому своїми рекомендаціями допомагає науковий керівник. Корисні поради щодо добору літератури можна також отримати від працівників бібліотеки. Значно прискорить цей процес використання пошукових систем (Ebsco, Google scholar, web of science), алфавітних та систематичних каталогів літератури, реферативних журналів, наукових баз даних, бібліографічних довідників та інших джерел інформації, що є у бібліотеці. Поглиблене вивчення підібраної літератури доцільно починати з розгляду найновіших публікацій, оскільки в них висвітлено останні досягнення в галузі теорії та практики управління. Решту літератури вивчають у порядку, зворотному до хронологічного.



Безпосереднє ознайомлення з конкретним літературним джерелом розпочинають з перегляду змісту. Глави та параграфи, що найбільше зацікавили, слід ретельно опрацювати. Ця робота має бути спрямованою на пошук ідей та пропозицій щодо вирішення проблемних питань обраної для дослідження теми. Особливу увагу при цьому слід зосередити на виявленні дискусійних питань, аналізі протилежних або суперечливих позицій.


**ПЕРЕВІР СЕБЕ:
підготовка теоретичної частини дослідження
(огляду літератури)**

	Запитання	Нотатки
1	Які попередні дослідження вже було зроблено за цією темою?	_____ _____ _____
2	Хто їх зробив і чому?	_____ _____ _____
3	Яких результатів досягли і які висновки зробили попередні дослідники?	_____ _____ _____
4	Наскільки зроблені висновки актуальні і релевантні сьогодні загалом і конкретно для цього дослідження?	_____ _____ _____
5	На яких висновках попередніх досліджень базується моє дослідження? У чому моє дослідження подібне до попередніх, а у чому полягає різниця між ними?	_____ _____ _____
6	Які теорії, моделі або практичні рішення особливо важливі для підготовки та аналізу моєї теми дослідження?	_____ _____ _____
7	Як вплинули попередні дослідження на мій вибір методології та методів дослідження?	_____ _____ _____

У процесі вивчення літератури слід обов'язково записувати прізвище та ініціали автора книги (брошури, статті тощо), а також назву публікації, видавництво, місто та рік видання, номер сторінки. Все це стане у пригоді при використанні виписаних матеріалів у курсовій роботі, щоб зробити посилання на першоджерела.

На основі вивчення першоджерел пишуть текст теоретичної частини роботи. До цього етапу студенти зазвичай ставляться зневажливо, оскільки вважають, що його можна зробити за ніч. Проте тут також є свої методи і правила. Перед початком написання теоретичної роботи важливо усвідомити, що саме означає недоброчесне цитування – плагіат (про це йтиметься у наступному параграфі) та визначитися з методом викладення матеріалу.

Для підготовки теоретичної частини рекомендують використовувати методи «Розвиток структури» і «Створення схеми». Метод «Розвиток структури» передбачає структурування інформаційних джерел і подальший їх опис. Важливо визначитися зі структурою для



Джерело: «... розвиток потреб викликає до життя нові види людської діяльності, а останні, в свою чергу, обумовлюють появу нових потреб і т.д. до безкінечності»

Плагіат: «розвиток потреб спричиняє появу нових видів діяльності, які, відповідно, провокують виникнення нових потреб і так до нескінченності»

Правильне цитування:

«... розвиток потреб викликає до життя нові види людської діяльності, а останні, в свою чергу, обумовлюють появу нових потреб і т. д. до безкінечності» [79, с. 126].

окремих груп інформаційних джерел. Наприклад, можна структурувати джерела за хронологією, науковими школами тощо. Далі при підготовці тексту теоретичної частини доцільно показати еволюцію наукового розуміння питання, що досліджують; порівняння поглядів різних наукових шкіл, наукові дискусії, опонування. Метод «Створення схеми» передбачає послідовне вивчення знайденої літератури, виділення основних тез, на яких наголошують науковці у цих джерелах, і «білих плям», які ще не досліджено. Застосування обох методів для написання теоретичної частини дає можливість доволі швидко написати глибокий і цікавий літературний огляд. Проте у студентів завжди виникає спокуса замість створення оригінального власного тексту просто поєднати переписані шматки текстів інших авторів, що є недопустимим, тому у наступному параграфі мова піде про етику ведення наукової роботи.

1.2. Етика ведення наукової роботи та академічна доброчесність

Працюючи над науковим дослідженням, вчений-початківець повинен дотримуватися етичних норм наукової діяльності, в основу яких покладено звичайні людські цінності, моральні вимоги і заборони. Наприклад, «не вкради» – це стосується плагіату; «не бреш» – це стосується заборони на фальсифікацію результатів дослідження. Але найвищою цінністю у науці є істина. Отже, всі наукові результати як початківців, так і визнаних вчених мають бути перевірені, обґрунтовані, спиратися на достовірні дані. Саме цим зумовлено вимогу наводити у власних дослідженнях цитати, посилання на інформаційні джерела, ознайомлення з роботами попередників. Сповідування цих цінностей і їх виконання є академічною доброчесністю.

Академічна доброчесність – це сукупність етичних принципів та визначених законом правил, якими мають керуватися учасники освітнього процесу під час навчання, викладання та провадження наукової (творчої) діяльності з метою забезпечення довіри до результатів навчання та/або наукових (творчих) досягнень. Важливо при проведенні наукового дослідження спиратися на факти, бути об'єктивним, неупередженим та користуватися авторитетними інформаційними джерелами, яким можна довіряти. Плагіат, списування, несанкціоноване використання чужих напрацювань є неприйнятним і жодним чином не толеруються в спільноті. Академічна нечесність – табу в академічному світі: заборонено плагіат, одержання чи надання допомоги на іспиті, заліку, контрольній роботі; використання підручників, посібників, довідкової літератури під час будь-якої з форм контролю, якщо це не передбачено її умовами; списування та передавання своєї роботи для списування іншим; передавання та одержання відповідей перед іспитом; використання підставної особи для відповіді, іспиту тощо; подання результатів групової роботи, якщо роботу замість групи виконала одна особа; подання як своєї роботи, написаної іншою особою; написання роботи на замовлення; підробка результатів дослідження; харництво.

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

- посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;

- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
- надання достовірної інформації про методики і результати досліджень, джерела використаної інформації та власну педагогічну (науково-педагогічну, творчу) діяльність;
- контроль за дотриманням академічної доброчесності здобувачами освіти;
- об'єктивне оцінювання результатів навчання.

Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає:

- самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей);
- 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, використані методики досліджень і джерела інформації.

Законом України «Про вищу освіту» № 1556-VII від 1 липня 2014 р. на заклади вищої освіти та наукові установи покладено відповідальність щодо запобігання академічному плагіату – оприлюдненню (частково або повністю) наукових (творчих) результатів, отриманих іншими особами, як результатів власного дослідження (творчості) та/або відтворенню опублікованих текстів (оприлюднених творів мистецтва) інших авторів без зазначення авторства.

ВАЖЛИВО

Читаючи 100–500 наукових робіт щороку, наукові керівники та члени відповідних комісій навчилися розпізнавати неправильно оформлені запозичення краще, ніж ви – їх використовувати.

Не дратуйте наукових керівників!

Порядок виявлення та встановлення фактів порушення академічної доброчесності визначає уповноважений колегіальний орган управління закладу освіти з урахуванням вимог законодавства. Кожна особа,

стосовно якої порушено питання про порушення нею академічної доброчесності, має такі права:

- ознайомлюватися з усіма матеріалами перевірки щодо встановлення факту порушення академічної доброчесності, подавати до них зауваження;
- особисто або через представника надавати усні та письмові пояснення або відмовитися від надання будь-яких пояснень, брати участь у дослідженні доказів порушення академічної доброчесності;
- знати про дату, час і місце та бути присутньою під час розгляду питання про встановлення факту порушення академічної доброчесності та притягнення її до академічної відповідальності;
- оскаржити рішення про притягнення до академічної відповідальності до органу, уповноваженого розглядати апеляції, або до суду.

За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності:

- повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит, залік тощо);
- повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми;
- відрахування із закладу освіти;
- позбавлення академічної стипендії;
- позбавлення наданих закладом освіти пільг з оплати навчання.

НАЙПОШИРЕНІШІ ВИДИ ПЛАГІАТУ

- 1) дослівне копіювання чужої роботи;
- 2) наведення дослівно значної частини тексту джерела без належного посилання;
- 3) заміна ключових слів і фраз, але основа оригінального тексту залишається незмінною і без належного посилання;
- 4) парафрази з інших текстів без належного посилання;
- 5) запозичення з попередніх робіт самого автора, без належного посилання («самоплагіат»);
- 6) «досконале» комбінування в одній роботі цитованих праць та скопійованих уривків без посилань;
- 7) мікс запозичених матеріалів із декількох джерел без відповідних посилань;
- 8) письмовий текст із посиланням на недостовірну або неточну інформацію.

Концепція відкритого доступу (Open Access) в сучасному інформаційному просторі не означає дозволу порушувати авторське право. Єдиним обмеженням на відтворення та поширення публікацій та єдиною умовою копірайту у цій сфері має бути право автора контролювати цілісність своєї роботи та обов'язкові посилання на його ім'я при використанні роботи та її цитуванні.

1.3. Формулювання теми наукового дослідження і визначення робочої гіпотези

Накопичення наукових фактів у процесі дослідження – завжди творчий процес, в основі якого лежить певний задум, ідея, гіпотеза. З філософського погляду ідея являє собою продукт людської думки, форму відображення дійсності. Ідея відрізняється від інших форм мислення і наукового знання тим, що в ній не тільки відображено об'єкт вивчення, а й міститься усвідомлення мети, перспективи пізнання і практичного перетворення дійсності. Гіпотеза базується на науковому припущенні, що вимагає підтвердження.

Вдалий вибір теми є одним із найсуттєвіших моментів якісного виконання курсової роботи. Тему студенти вибирають самостійно відповідно до теми наукових досліджень кафедри та її рекомендацій. Якщо студент має бажання розробляти тему, яка не передбачена рекомендованою тематикою, він повинен письмово у вигляді наукового есе обсягом до однієї сторінки обґрунтувати свій вибір з обов'язковим переліком інформаційних джерел, за якими планує вести дослідження.



Не допускається виконання курсових робіт на одну тему декількома студентами.

Студенти мають враховувати відповідність теми курсової роботи своїм науковим і практичним інтересам, розробкам та можливостям збирання первинної інформації тощо.

Вибравши тему, студент письмово засвідчує свій вибір у методиста кафедри. Закріплення тем для виконання курсових робіт студентами, розподіл наукових керівників та затвердження графіка виконання курсових робіт відбувається на засіданні кафедри. При закріпленні теми для виконання курсової роботи та розподілі керівників враховують письмові заяви студентів, подані наукові есе (у випадку пропозиції власної теми), план навчального навантаження викладачів кафедри, тематику наукової роботи кафедри. Виконання письмових (курскових та випускових) робіт є обов'язковою умовою підсумкової атестації і присвоєння відповідної кваліфікації, тому якщо студент вчасно не звернувся на кафедру з пропозицією теми для дослідження, на засіданні кафедри йому все одно буде затверджено тему для виконання дослідження і призначено керівника.

Якщо під час попереднього огляду літератури студент і керівник з'ясували, що початкову тему курсової, кваліфікаційної або магістерської роботи було сформульовано некоректно (занадто загально, дуже широко, потрібно сфокусуватися тільки на окремих питаннях тощо), допускається її уточнення. Тему дослідження можна уточнювати відразу після підготовки теоретичного розділу роботи (огляду літератури), але не пізніше, ніж за чотири місяці до подання роботи на перевірку. Уточнення або зміна теми дослідження відбувається за попереднім погодженням з керівником на підставі письмової заяви студента з обґрунтуванням причини внесення змін. Теми курсових робіт уточнюють під час розгляду поданих заяв на засіданні кафедри. Список уточнених тем курсових робіт та графік захисту курсових робіт затверджують протоколом кафедри, оприлюднюють на дошці оголошення кафедри та передають у деканат для видання наказу.

Якщо необхідно скоригувати тему магістерської роботи на другому році навчання, письмову заяву з обґрунтуванням причини внесення змін і попереднім погодженням таких змін з керівником потрібно надати на початку осіннього семестру. Теми магістерських робіт уточнюють шляхом розгляду поданих заяв на засіданні кафедри. Список уточнених тем магістерських робіт та графік захисту магістерських робіт затверджують протоколом кафедри, оприлюднюють на дошці оголошень кафедри та передають у деканат для видання наказу.

1.4. Визначення мети, завдань, об'єкта і предмета дослідження

Вступ до роботи має слугувати трьома цілями: по-перше, звернути увагу на конкретне питання або гіпотезу, яку ви досліджуєте. По-друге, обґрунтувати актуальність і важливість цього дослідження, а також показати його місце серед результатів інших науковців, які вивчали аналогічну проблематику. По-третє, визначити мету та завдання дослідження, щоби надати аудиторії інформацію про те, що саме планується виконати. У **вступі** до роботи на 1–3 сторінках слід обґрунтувати актуальність обраної теми, розкрити значення її розробки, чітко сформулювати мету і завдання, об'єкт та предмет дослідження, методи дослідження та його інформаційне забезпечення.

Перші декілька речень роботи мають чітко обґрунтувати актуальність та доцільність виконання дослідження на обрану тему. Має бути пояснено і підкріплено фактами, чому важливо зробити таке дослідження. Достатньо кількома реченнями висловити головне – сутність проблеми або завдання. Після цього обов'язково зазначають мету і завдання, які планують вирішити у роботі для досягнення поставленої мети. Мету та завдання формулюють лаконічно, без зайвих слів. **Метою**, зазвичай, є виявлення нових фактів, закономірностей, висновків, рекомендацій. **Завдання роботи** відображають етапи дослідження у їхній логічній послідовності, виконання яких забезпечує досягнення мети. Визначати завдання слід чітко і точно, оскільки опис їх вирішення має становити зміст роботи. Для курсової роботи встановлюють зазвичай 3-4 завдання.

Об'єкт дослідження – це процес або явище, що породжує проблемну ситуацію, який обирають для вивчення. Більшість тем курсових робіт передбачають використання як об'єкта дослідження таких інституційних утворень, як окремі ринки (товарів або послуг), об'єднання, асоціації, групи споживачів, підприємства та їх об'єднання. Студент самостійно обирає те, що потребує розв'язання проблемної ситуації.

Предмет дослідження міститься в межах об'єкта. Предметом дослідження є сукупність економічних відносин, що складаються під час реалізації певних видів економічної діяльності обраного об'єкта.

У роботі обов'язково необхідно навести **перелік використаних методів дослідження** для досягнення поставленої мети. Називати їх

треба не відірвано від змісту роботи, а коротко та змістовно визначаючи: чому саме було обрано той чи той метод; що саме досліджували тим чи тим методом; які саме результати за допомогою яких методів було отримано. Це дасть змогу переконатися в логічності та прийнятності вибору зазначених методів, а також достовірності отриманих результатів.

Актуальність, мету, завдання, об'єкт, предмет, інформаційне забезпечення та перелік застосованих методів дослідження *розкривають у вступі в такій послідовності:*

Актуальність роботи зумовлено...

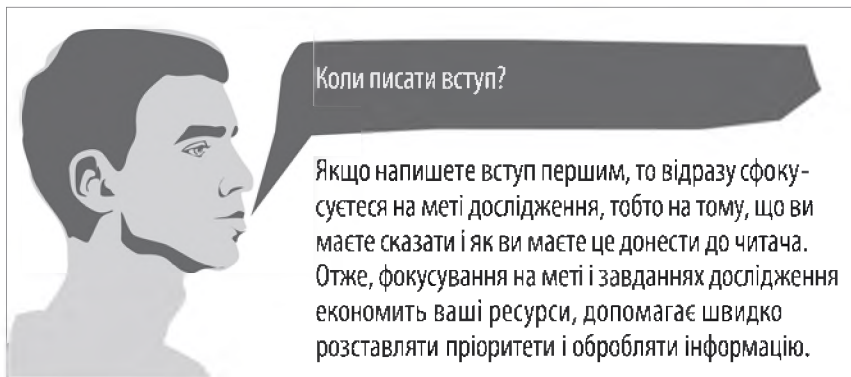
Метою роботи є...

Для досягнення мети були визначено такі завдання: ...; ...; ...;

Об'єктом дослідження є...

Предметом дослідження є...

Інформаційним забезпечення роботи слугувало...



1.5. Методологія і методи проведення наукових досліджень

Метод дослідження – це сукупність прийомів чи операцій практичного або теоретичного освоєння дійсності. Він підпорядкований вирішенню конкретного завдання. Сформований у теоретичний результат попереднього дослідження, метод є вихідним пунктом і умовою майбутніх досліджень.

У кожному науковому дослідженні можна виділити два рівні:

1) емпіричний, на якому відбувається процес накопичення фактів;



2) теоретичний – досягнення синтезу знань (у формі наукової теорії). Згідно з цими рівнями, загальні методи пізнання можна поділити на три групи:

- методи емпіричного дослідження;
- методи, що використовують на емпіричному і теоретичному рівнях;
- методи теоретичного дослідження.

До **методів емпіричного дослідження** належать:

спостереження – систематичне цілеспрямоване вивчення об'єкта з метою одержання первинних даних у вигляді сукупності емпіричних тверджень;

порівняння – процес встановлення подібності або відмінності предметів та явищ дійсності, а також знаходження загального, притаманного двом або кільком об'єктам;

вимірювання – визначення числового значення певної величини за допомогою одиниць виміру;

експеримент – це такий метод вивчення об'єкта, за яким дослідник активно і цілеспрямовано впливає на нього завдяки створенню штучних умов або використання природних умов, необхідних для виявлення відповідної властивості.

На *емпіричному та теоретичному рівнях* дослідження застосовують такі методи.

Абстрагування – відхід у думці від несуттєвих властивостей, зв'язків, співвідношень предметів та виділення декількох ознак, які цікавлять дослідника. Результат абстрагування часто виступає як специфічний метод дослідження, а також як елемент складніших за своєю структурою методів експерименту.

Аналіз і синтез. Аналіз – це метод пізнання, який дає змогу поділяти предмети дослідження на складові частини. Синтез, навпаки, припускає об'єднання окремих частин або характерних ознак предмета в єдине ціле.

Індукція та дедукція. Під індукцією розуміють перехід від часткового до загального, коли на підставі знання про частину роблять висновок про предмет у цілому. Дедукція передбачає, що висновок щодо якогось елементу роблять на підставі знання загальних властивостей всієї множини.

Моделювання – це метод, що ґрунтується на використанні моделі як засобу дослідження явищ і процесів природи. Під моделями розуміють системи, що замінюють об'єкт пізнання і слугують джерелом інформації стосовно цього об'єкта. Моделі поділяють на матеріальні та ідеальні. До ідеальних моделей відносять рисунки, схеми, економіко-математичні моделі, статистичні моделі.

До **методів теоретичних досліджень** належать такі.

Теорія – система знань, яка описує і пояснює сукупність явищ певної частки дійсності та зводить відкриті у цій сфері закони до єдиного об'єднувального начала (витоку). Теорія будується на результатах, отриманих на емпіричному рівні досліджень. У теорії ці результати впорядковують, вписують у струнку систему, об'єднують загальною ідеєю, уточнюють на основі введених абстракцій, ідеалізацій та принципів.

Ідеалізація – це конструювання подумки об'єктів, які не існують у дійсності або практично не здійсненні, тобто наділення об'єктів нереальними або гіпотетичними властивостями.

Формалізація – метод вивчення різноманітних об'єктів шляхом відображення їхньої структури або властивостей за допомогою штучних мов, наприклад, формалізованою мовою математики.

Аксіоматичний метод – це метод побудови наукової теорії, за якою деякі твердження приймають без доведення, а всі інші знання виводять із них відповідно до певних логічних правил.

Гіпотеза – є формою осмислення фактичного матеріалу й домислу дійсності, пояснення певних явищ, переходу від фактів до можливого (імовірнісного) стану об'єкта. На її основі відбувається систематизація

раніше накопичених знань і здійснюється пошук нових наукових результатів.

Припущення – це думка про можливість, імовірність настання якоїсь події, недоведене судження

Історичний метод дає змогу дослідити виникнення, формування і розвиток процесів та подій у хронологічній послідовності з метою виявлення внутрішніх та зовнішніх зв'язків, закономірностей та суперечностей.

Системний підхід базується на комплексному дослідженні великих і складних об'єктів (систем) та їхніх функціональних взаємозв'язків (структур), вивченні як єдиного цілого з узгодженим функціонуванням усіх компонент (складових частин). Відповідно до цього принципу, слід вивчати кожен складову системи, що водночас являє собою систему нижчого порядку або підсистему, у взаємозв'язку з іншими елементами, виявити вплив властивостей окремих частин системи на її поведінку в цілому.

1.6. Розробка плану та структури дослідження

План та структуру дослідження (письмової роботи) складає студент самостійно на основі ознайомлення з літературними джерелами щодо вибраної теми. Водночас план має бути узгоджений з науковим керівником у терміни, визначені графіком виконання курсової або кваліфікаційної роботи. Структура курсової або кваліфікаційної роботи є, як правило, традиційною: вступ, основна частина (три – чотири розділи: теоретичний, аналітичний і пропозиції), висновки, список використаної літератури та додатки. Назви розділів, підрозділів, їх співвідношення визначають з урахуванням специфіки вибраної теми.

У процесі написання роботи всі її структурні складові (розділи, а всередині розділів – підрозділи) мають бути логічно взаємопов'язані. Складений план студент обговорює з науковим керівником, який його коригує (якщо у цьому є необхідність) та затверджує.

Зразки оформлення титульного аркуша та змісту курсової та випускових кваліфікаційних робіт наведено у *Додатках Б, В і Г*.

Зразки оформлення титульного аркуша та змісту кваліфікаційної роботи наведено у *Додатках Д і Е*.

Зразки оформлення титульного аркуша та змісту магістерської роботи наведено у *Додатках Є і Ж*.

ПЕРЕВІР СЕБЕ:

Структура роботи

Розділ	Змістове наповнення розділу	Нотатки
Вступ	Обґрунтування актуальності, формулювання мети і завдань роботи; визначення об'єкта і предмета дослідження; опис методів дослідження та інформаційного забезпечення	_____ _____ _____ _____
Основна частина	Викладення траєкторії руху від поставленої мети до отриманих висновків	_____ _____
Розділ 1	Теоретичний розділ, що, як правило, містить огляд літератури та обґрунтування методів, які використовують при проведенні дослідження	_____ _____ _____ _____
Розділ 2	Аналітичний розділ, що, як правило, містить аналіз статистичної інформації, звітів організації, результатів опитування споживачів	_____ _____ _____ _____
Розділ 3	Розділ власних пропозицій, прогнозів, дискусійних обговорень. Для кваліфікаційних робіт, як правило, містить обґрунтування моделі та прогноз	_____ _____ _____ _____
Висновки	Формулювання результатів і висновків відповідно до поставлених завдань	_____ _____
Список джерел	Перелік інформаційних джерел, які було використано при виконанні дослідження і оформленні письмової роботи	_____ _____ _____

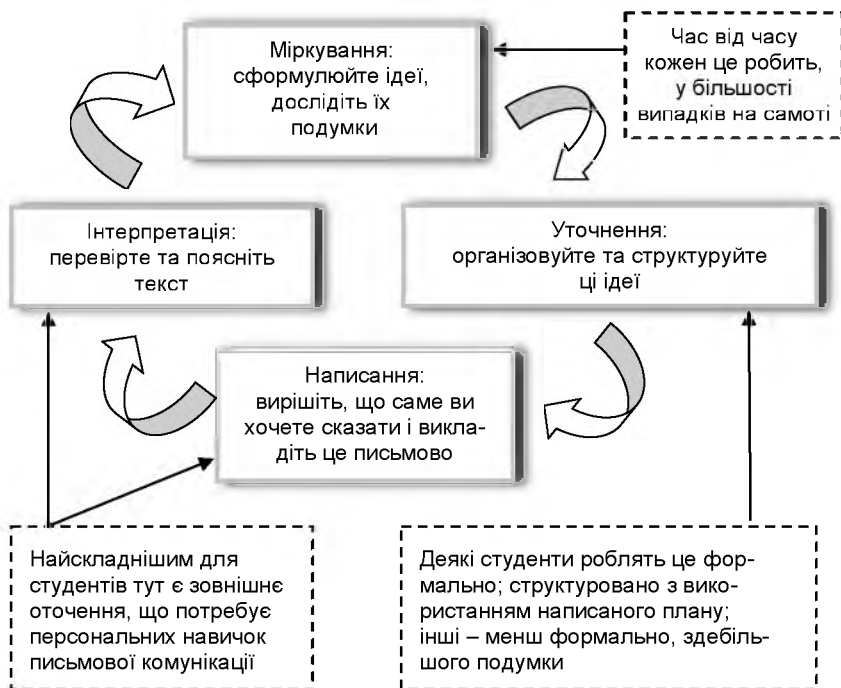
СТРУКТУРА І ЗМІСТ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1. Перший крок: курсова робота

Підготовка курсової роботи на другому році навчання

На другому році навчання студенти вперше стикаються з виконанням наукового дослідження та академічним письмом при виконанні курсової роботи. Зазвичай у студентів постає запитання, що робити, і проблема, з чого почати писати текст. Перед початком написання основного тексту дослідження рекомендують структурувати ідею дослідження та сформулювати дослідницькі питання. Це дасть можливість підготувати проект змісту майбутньої роботи і написати перший нарис вступної частини. Незважаючи на те, що курсова робота має визначені вимоги та структуру, процес її підготовки є творчим. Коли студенти занурюються у дослідження, відкривають і усвідомлюють для себе нові факти, теорії, закономірності в питанні, що досліджують, цілком імовірна поява тез чи гіпотез, які відрізняються від початкових або їх спростовують. Це може потребувати зміни структури роботи, доопрацювання вже написаних частин тощо. Саме тому на підготовку курсової роботи зазвичай відводять чотири–п'ять місяців, бо сам процес підготовки є творчим пошуком.

Процес написання тексту можна структурувати у вигляді схеми, однак він залежатиме від індивідуальних особливостей мислення студента. Деякі студенти не розпочинають оформлювати роботу, поки у них не з'явиться, хоча б подумки, кінцевий результат. Деякі розпочинають курсову роботу з розробки детального плану дослідження і виконують його «з кінця» – від результатів і в такий спосіб наближуються до вступної частини. Вступну частину вони зазвичай пишуть останньою. Хтось, навпаки, по цеглинці складає загальну картинку, послідовно наближаючись до повного тексту. Деякі студенти починають писати, не маючи уявлення ані про структуру роботи, ані про кінцеві результати. У процесі роботи вони перестрибують з однієї тези до іншої, від одного розділу до іншого. Декілька разів намагаються змінити



тему, переписати розділ, відшукати дані і мають найбільші шанси не виконати вчасно дослідження. Роль наукового керівника полягає в тому, щоби спрямувати дослідника і допомогти знайти власний стиль підготовки наукових текстів.

Курсова робота повинна мати чітку та логічну побудову. Складовими курсової роботи є вступ, основна частина (декілька розділів і підрозділів), висновки, список використаної літератури, додатки. Рекомендований обсяг роботи – 40–50 сторінок друкованого тексту, не враховуючи додатки. Текст має бути набрано на комп'ютері: гарнітура *Times New Roman*, розмір шрифту – 14 кегль, міжрядковий інтервал – 1,5.

Вступ до курсової роботи. У вступі до роботи на 1–3 сторінках слід обґрунтувати актуальність обраної теми, розкрити значення її розробки, чітко сформулювати мету і завдання, об'єкт і предмет дослідження, методи дослідження та його інформаційне забезпечення.

Розділ 1 є теоретичним, він містить огляд наукових публікацій з питання, що досліджується. Основна мета написання цього розділу

курсної роботи – дати глибоке дослідження теоретичної суті поставленої проблеми (процесу чи явища). Враховуючи, що сучасна економічна наука має велику кількість альтернативних концепцій і передбачає постійне вдосконалення теоретичних основ економічних процесів, студент має подати в першому розділі їх порівняльний аналіз, дослідити еволюцію наукового розуміння окремих теоретичних положень, а також висловити особисту позицію щодо розглянутих поглядів.

Завдання розділу – розкрити сутність відповідних економічних явищ, показати взаємовідносини суб'єктів господарювання; пояснити, у чому полягають цілі й інтереси цих суб'єктів, механізми й способи взаємодії суб'єктів (в який спосіб, через які канали, у який період, час тощо); висвітлити роль, яку відіграє розглянутий маркетинговий або управлінський інструментарій у досягненні цілей організації і реалізації її принципів.

У цьому розділі має бути відображено:

- прийняте автором трактування основних понять і категорій, що стосуються досліджуваної теми. Тобто, студент після опрацювання інформаційних джерел, дослідження визначень основних понять і категорій різних наукових шкіл має обрати й зазначити той категоріальний апарат, що, на його думку, найбільш прийнятний і доцільний у межах досліджуваної тематики. Зафіксувати це у розділі можна, наприклад, таким чином: «Після опрацювання джерел з обраної тематики, автор погоджується з [3] щодо визначення поняття...»;
- еволюцію наукової думки та відомості про історію розвитку досліджуваної проблеми;
- дискусії та обговорення різних наукових шкіл щодо теоретичних положень, що стосуються теми роботи, які мають бути структуровані на базі аналізу літератури й публікацій в економічній пресі.

Теорію предмета дослідження має бути розглянуто як з точки зору передових досліджень провідних науковців, так і у зв'язку із проблемами української економіки. Якщо в процесі проведення теоретичного дослідження виявиться, що є окремі аспекти, які недостатньо досліджені чи неповно висвітлені у науковій літературі, це також треба зазначити. Важливо зробити ґрунтовний об'єктивний теоретичний аналіз з використанням іноземних та вітчизняних публікацій, при цьому звернути увагу не тільки на абстрактні теорії, а й на практично-прикладне застосування, у тому числі у зв'язку з проблемами української економіки.

Наприклад: курсова на тему**«Цифровий маркетинг як інструмент взаємодії зі споживачем»**

Перший розділ міститиме:

- альтернативні визначення поняття цифрового маркетингу;
- висновок про найбільш повне визначення з погляду автора і пояснення, чому;
- класифікації інструментів цифрового маркетингу;
- можливі моделі включення цифрового маркетингу до маркетингової діяльності підприємства;
- статистичні дані щодо використання тих чи тих інструментів в Україні та світі.

Наприклад: курсова на тему**«Вплив теорії поколінь на розробку підходів до управління персоналом»**

Перший розділ міститиме:

- розкриття поняття «теорія поколінь»;
- характеристику основних поколінь;
- регіональні та часові відмінності у класифікації поколінь;
- висновок про найбільш повні визначення поколінь Y та Z;
- статистичні дані щодо розподілу працівників України та світу відповідно до поколінь та прогноз динаміки такого розподілу на наступні 5 років.

Для кращого сприйняття викладеного матеріалу рекомендують використовувати елементи візуалізації, а саме схеми, таблиці, діаграми та рисунки. Рекомендований обсяг першого розділу – 15–17 сторінок.

Розділ 2 є аналітичною частиною курсової роботи. У ньому на базі літератури, публікацій у пресі, матеріалів підприємств (фірм), звітів, статистичних даних аналізують ситуацію з досліджуваної теми у сучасних умовах:

- класифікація реальних суб'єктів господарювання, взаємозв'язки, що склалися між ними;
- вплив макроекономічних, політичних, соціальних, природних, технічних, ринкових умов на досліджувані питання;
- статистика й тенденції розвитку подій;
- специфіка досліджуваної проблеми в Україні;
- переломні, кризові пункти в розвитку ситуації й рішення, прийняті суб'єктами господарювання;
- найбільш істотні практичні проблеми в досліджуваній галузі, джерела їх виникнення;

- загальні підходи до вирішення досліджуваних проблем у сформованій ситуації;
- аналіз практики вирішення подібних завдань в Україні й закордоном;
- якщо буде потреба: вплив правових аспектів на можливість вирішення досліджуваних проблем.

На другому році навчання передбачається, що студент виконує аналіз вторинної інформації, тобто досліджує статистичні дані, фінансові та стратегічні звіти компаній із відкритих джерел, нормативні документи, медіа-ресурси (сайти, сторінки в соціальних мережах тощо), дані про рекламні компанії та PR-акції. Отже, проблема забезпечення конфіденційності даних, з якими працює студент, не виникає.

Наприклад: курсова на тему

«Цифровий маркетинг як інструмент взаємодії зі споживачем»

Другий розділ міститиме:

- огляд досліджень про вплив інструментів цифрового маркетингу на споживачів. У списку літератури в такому випадку зазначають, наприклад:
 - *Eisingerich A. B., Chun H., Liu Y., Jia H., Bell S. J. Why recommend a brand face-to-face but not on Facebook? How word-of-mouth on online social sites differs from traditional word-of-mouth. J. Consum Psychol 2015, 25: 120–128.*
 - *Dinner I. M., Van Heerde H.J., Neslin S. A.: Driving online and offline sales: the cross-channel effects of traditional, online display, and paid search advertising. J. Mark Res 2014, 51: 527–545;*
- висновки, зроблені за результатами огляду літератури.

Якщо об'єктом курсової роботи є певний ринок (географічний чи товарний) або окреме підприємство, то окрім огляду літератури, зазначеного вище, потрібно додати аналіз використання інструментів цифрового маркетингу відповідними учасниками ринку. При цьому аналіз не повинен обмежуватись описом сайту чи сторінки в соціальній мережі, а має містити порівняння з подібним інструментами інших гравців (конкурентів, бенчмарків), зіставлення певних показників ефективності для цих інструментів.

Наприклад: курсова на тему «Вплив теорії поколінь на розробку підходів до управління персоналом»

Другий розділ міститиме:

- огляд досліджень впливу покоління працівників на вибір підходів до управління, наприклад:

- *Hai Chean Yow How different is different: a study of the workforce generation differences in relation to employee loyalty within the call centre industry in Malaysia DBA thesis, Southern Cross University, Lismore, NSW. Copyright HC Yow 2013.*
- *Tay Angeline Managing generational diversity at the workplace: expectations and perceptions of different generations of employees African Journal of Business Management Vol. 5(2), pp. 249–255, 18 January, 2011;*
- висновки, зроблені за результатами огляду літератури.

У висновках, наприклад, варто зазначити, які риси характеру різних поколінь мають визначальний вплив на управлінські підходи; який вплив має стиль життя співробітників на вибір елементів управління. Доцільним буде побудувати зведену таблицю, що покаже, як за даними опрацьованої літератури відрізняється поведінка менеджерів при виконанні їхніх функцій щодо співробітників різних поколінь; які підходи в літературі пропонують як найбільш ефективні.

Таблиця. Доцільність використання інструментів управління за управлінськими функціями залежно від покоління співробітників

Функція менеджменту (перелік функцій може відрізнятися)	Покоління X	Покоління Y	Покоління Z
Планування	Як ефективно планувати, працюючи з поколінням X		
Мотивація		Які підходи використовувати для мотивації покоління Y	
Контроль			Як краще контролювати результати роботи покоління Z

У розділі варто використати різні методи економічного, статистичного й логічного аналізу, системний підхід, наводити за необхідності графіки, розрахунки, таблиці. У результаті другий розділ роботи станувиме комплексний аналіз стану і тенденцій розвитку досліджуваного об'єкта, процесу або явища.

Рекомендований обсяг розділу – 15–20 сторінок.

Розділ 3 є послідовним продовженням другого розділу, тобто логічним завершенням дослідження, здійснюваного в курсовій роботі. Розділ містить рекомендації і пропозиції студента щодо вирішення проблемного питання, що досліджувалося. Ці пропозиції можуть мати різний характер:

- економічний (використання різноманітних макроекономічних інструментів, прогресивних форм розрахунків, оптимізація політики фірми);
- фінансовий (обґрунтування інноваційних проєктів, залучення кредитів для здійснення проєктів);
- прогностичний (модель, алгоритм, прогноз, зміна поведінки споживачів та компанії на ринку, конкурентоспроможності продукції на ринках).

У третьому розділі на базі проведеного аналізу студент наводить власні роздуми, обговорення, дискусії, визначаючи можливі напрями подальших досліджень, у тому числі прикладних, наявні дискусійні питання або такі, що залишилися за межами дослідження. Варто також зазначити обмеження та припущення дослідження, зробити висновки та рекомендації.

ВАЖЛИВО

Висновки і рекомендації мають бути пророблені й обґрунтовані, базуватися на попередніх розділах, наведених матеріалах.

**Наприклад: курсова на тему
«Цифровий маркетинг як інструмент взаємодії зі споживачем»**

Третій розділ міститиме:

- рекомендації щодо активнішого використання фейсбук-сторінок для взаємодії зі споживачем. При цьому має бути зазначено, що за даними конкретних досліджень саме сторінки в соціальних мережах забезпечують максимальну залученість споживача до процесу комунікації з брендом. Своєю чергою дані про активність споживачів на сторінках, проаналізованих в розділі 2, підтверджують цю тезу. Або ж навпаки, але з наведенням аналогічних аргументів. У розділі має бути сформульовано 5–7 подібних рекомендацій;
- напрями та гіпотези подальших досліджень, які доцільно проводити в рамках проблематики курсової роботи і які є актуальними для українського та світового ринків.

**Наприклад: курсова на тему «Вплив теорії поколінь
на розробку підходів до управління персоналом»**

Третій розділ міститиме:

- рекомендації стосовно більш активного використання інструментів менеджменту залежно від специфіки покоління працівників в Україні;
- прогноз стосовно більшого або меншого використання тих чи тих інструментів/підходів залежно від прогнозу зміни поколінь працівників, сформульованого у першому розділі;

- рекомендації, що стосуються забезпечення ефективної співпраці працівників різних поколінь, зважаючи на подібні риси, виявлені під час аналізу, або ж розподіл функцій між працівниками відповідно до особливостей поколінь;
- напрями та гіпотези подальших досліджень, які доцільно проводити в рамках проблематики курсової роботи і які є актуальними для українського та світового ринку.

Висновки мають містити тезисне лаконічне викладення основних результатів, досягнутих у роботі. По суті окремі фрагменти висновків дають відповідь на ті завдання, які сформулював студент у вступі до курсової роботи. Тобто, у висновках має бути чітко вказано, чи досягнуто мети дослідження, яку було сформульовано у вступі, і яким чином виконано окреслені завдання (по 3–5 речень на кожне завдання). Необхідно уникати складних зворотів, зайвих слів та речень, які не мають змістовного навантаження. Обсяг висновків має становити 2–3 сторінки.

Підготовка курсової роботи на третьому році навчання

Успішний захист курсової роботи на другому році навчання надає студентові «крила» і впевненість у своєму професіоналізмі, що іноді відіграє негативну роль при підготовці курсової роботи на третьому році навчання. Часто студенти, залишаючи тему курсової роботи з попереднього року, вважають, що це дає можливість байдикувати, а потім в останню ніч трішки її оновити і сподіватися на позитивну оцінку. Проте навчання передбачає удосконалення навичок, поглиблення знань, переосмислення теорії, тому на третьому році навчання інші вимоги до змісту і якості курсової роботи. Отже, курсову роботу, яку було блискуче захищено на другому році, можуть не зарахувати на третьому році навчання.

Продовження дослідження за темою попереднього року вітається, бо воно забезпечує наскрізну тяглість письмових робіт, що поглиблює підготовку студента за обраним напрямом. Це дає можливість зосередитися на визначених у попередньому дослідженні напрямах і проблемах, віднайти нові цікаві знахідки, на які не вистачило часу минулого разу; глибше висвітлити наукові дискусії; запропонувати оригінальніші рішення або використати інші методи. Продовження теми попереднього дослідження вимагає від студента чіткого розуміння, що саме нового буде зроблено і запропоновано під час виконання курсової роботи.

Як було наголошено раніше, вимоги до структури курсових робіт є ідентичними: письмова робота має вступ, теоретичний розділ, аналітичний розділ, розділ пропозицій і висновків, а також перелік вико-

ристаних інформаційних джерел. Водночас змінюються вимоги до змістовного наповнення окремих розділів.

У *вступі* до курсової роботи на 2–3 сторінках слід обґрунтувати актуальність обраної теми, розкрити наукове та прикладне значення її розробки, чітко сформулювати мету і завдання, об'єкт та предмет дослідження, методи дослідження, а також його інформаційне забезпечення.

Розділ 1 сфокусовано на дослідженні теоретичної суті поставленої проблеми (процесу чи явища). Передбачено, що студент зробить наукову розвідку розроблених теоретичних положень щодо питання, яке досліджує. Якщо у завданнях до курсової роботи заплановано розробку моделі чи прогнозу, бажано висвітлити в цьому розділі вихідні теоретичні положення для цього. Також у цьому розділі може бути обґрунтовано методи, які використовують для проведення аналітичного дослідження. Особливу увагу необхідно приділити виокремленню питань, які недостатньо розроблені на теоретичному рівні, або проблем, на які науковці звертають недостатньо уваги.

У розділі важливо продемонструвати розуміння студентом взаємодії, впливів та взаємовідносин між окремими суб'єктами внутрішнього і зовнішнього середовища організації. Тобто розкрити сутність аспекту маркетингу або менеджменту, що розглядається у роботі, а також дослідити з погляду управління підприємством (організацією), яку роль відіграє розглянутий аспект у досягненні маркетингових цілей і реалізації принципів маркетингу.

У цьому розділі має бути показано:

- хронологічний огляд історії розвитку наукової думки та поглядів на проблему, що досліджується. При цьому особливу увагу слід зосередити на критичному аналізі теоретичних положень, які у різні часові періоди були мейнстрімом;
- аналіз теоретичних положень, що стосуються теми роботи. При цьому важливо виокремити проблемні питання, що не знайшли належного висвітлення у наукових роботах. Якщо в результаті дослідження було визначено, що є світові тренди, які не відображено у розробках українських авторів, на це також варто вказати;
- категоріальний апарат, яким користується дослідник у роботі, що може бути виокремлений за допомогою критичного аналізу нормативно-правових документів та теоретичних положень;
- висновки й власну точку зору автора щодо дискусійних питань теми.

Подані у розділі теоретичні положення мають бути логічно пов'язані із загальною ідеєю роботи і слугувати базисом для розрахунково-аналітичного розділу. Важливо їх висвітлювати крізь призму актуальності та можливого застосування для розв'язання проблем українських підприємств і організацій.

**Наприклад: курсова робота на тему
«Особливості ведення рекламного бізнесу в Україні»**

Розділ 1 міститиме:

- визначення поняття реклами, її місця в системі управління маркетинговими комунікаціями; можливі підходи до управління рекламою як елементу маркетингових комунікацій на підприємстві;
- альтернативні системи класифікації реклами; висновок про найбільш повні системи класифікації;
- методи оцінки ефективності різних видів реклами та аналіз досліджень з приводу ефективності відповідних видів реклами;
- статистичні дані щодо динаміки використання тих чи тих видів реклами в Україні; розподілу рекламних бюджетів за видами, галузями тощо.
- аналіз рівня конкуренції на ринку реклами в Україні.

Розділ має містити схеми, таблиці та рисунки для кращої візуалізації та сприйняття викладеного матеріалу. Рекомендований обсяг першого розділу – 15–20 сторінок.

Розділ 2 є розрахунково-аналітичною частиною курсової роботи. У другому розділі на базі літератури, публікацій у пресі, матеріалів підприємств (фірм) аналізують ситуацію в досліджуваній галузі у сучасних українських умовах:

- класифікація реальних суб'єктів господарювання, взаємозв'язки, що склалися між ними;
- вплив макроекономічних, політичних, соціальних, природних, технічних, ринкових умов на досліджувані питання;
- статистика й тенденції розвитку подій;
- специфіка досліджуваної проблеми в Україні;
- переломні, кризові пункти в розвитку ситуації й рішення, прийняті суб'єктами господарювання;
- найбільш істотні практичні проблеми в галузі досліджуваної теми, джерела їх виникнення;
- загальні підходи до вирішення досліджуваних проблем у сформованій ситуації;
- аналіз практики вирішення подібних завдань в Україні й закордоном;
- якщо буде потреба: вплив правових аспектів на можливість вирішення досліджуваних проблем.

У другому розділі (якщо використовуються дані певного підприємства) залежно від теми роботи необхідно показати, як і в яких умовах функціонує ця організація:

- основні елементи зовнішнього середовища підприємства (ринкові умови, макроекономічні, законодавчі, технічні, природні умови);
- основні положення статуту підприємства, що стосуються діяльності на ринку;
- основні положення документів підприємства, що стосуються ключових питань управління;
- докладну структуру служби маркетингу й збуту, а також основні положення документів підприємства, що стосуються ключових питань управління маркетингом;
- склад центру прийняття основних рішень у сфері маркетингу або інших сферах управління підприємством, розподіл ролей (користувачі, селектори інформації, ті, хто приймають рішення, готують рішення);
- організаційну структуру та взаємозв'язок між окремими службами організації;
- взаємозв'язок служби маркетингу й збуту з іншими підрозділами підприємства;
- формальні й реально виконувані цілі, функції й завдання;
- систему планів організації, реалізовані заходи, розмір планового і фактичного бюджету;
- план заходів у сфері маркетингу на поточний рік, реально реалізовані заходи, розмір планового й фактичного бюджету маркетингу;
- особливості товарної, цінової, комунікаційної та збутової політики.

Завершити розділ треба ретроспективним аналізом маркетингової діяльності підприємства, важливо розглянути діяльність не менше ніж за останні три роки та виділити основні тенденції за цей період:

- які критичні, кризові моменти виникали на підприємстві, у чому полягала суть кризи;
- за якими показниками можна було зробити висновок про наявність кризи;
- з яких причин виникали проблемні ситуації;
- яким шляхом підприємство виявляло наближення проблемної ситуації;
- економічні показники діяльності в динаміці за останні 3 роки з коротким їх аналізом;
- аналіз основних клієнтів – замовників продуктів/послуг;
- аналіз конкурентів;
- SWOT-аналіз компанії з оцінкою факторів;
- матеріали з розробки та виконання плану маркетингу;
- методи й прийоми, які використовували для розв'язання проблем.

**Наприклад: курсова робота на тему
«Особливості ведення рекламного бізнесу в Україні»,
об'єктом якої є підприємство Х**

Другий розділ міститиме:

- *аналіз зовнішнього середовища для рекламних агенцій в Україні в міжнародному контексті. Результати можуть бути подані у вигляді PEST-аналізу;*
- *загальну характеристику підприємства Х: місію, цілі, організаційну структуру, економічні показники діяльності в динаміці, опис цільової аудиторії;*
- *характеристику елементів комплексу маркетингу або аналогічну модель;*
- *аналіз конкурентів, результати якого можна подати у вигляді сіткового графіка (Spider diagram) або карти стратегічних конкурентних груп.*

Завершується розділ загальним ситуаційним аналізом, проведеним за методикою SWOT. SWOT має містити кількісні оцінки та набір можливих дій-реакцій підприємства.

Якщо предмет роботи не прив'язаний до певного підприємства, а досліджує проблему ринку чи галузі в цілому або окремі аспекти поведінки суб'єктів маркетингу, другий розділ роботи міститиме аналіз предмета дослідження в глобальному контексті, розробку методології власного дослідження цієї проблеми та опис його результатів.

**Наприклад: курсова на тему «Особливості маркетингу послуг
на ринку приватної освіти»**

Другий розділ міститиме:

- *PEST(EL) аналіз для ринку приватної освіти в Україні;*
- *аналіз тенденцій розвитку глобального ринку приватної освіти в контексті його впливу на Україну;*
- *розробку методології, опис проведення та представлення результатів маркетингового дослідження, що має на меті:*
 - *визначити основні сегменти ринку приватної освіти (мікро- або макросегментування);*
 - *з'ясувати рівень попиту та споживчі потреби;*
 - *визначити позиціонування наявних закладів освіти (в розрізі конкретних підприємств або груп, наприклад, приватні університети, приватні мовні курси, приватні початкові школи тощо).*

У розділі варто використати різні методи економічного й статистичного аналізу, системний підхід, наводити за необхідності графіки, розрахунки, таблиці. У результаті другий розділ роботи становитиме

комплексний аналіз стану та тенденцій розвитку досліджуваного процесу або явища. Рекомендований обсяг розділу – 20–25 сторінок.

Розділ 3 має стати логічним завершенням дослідження, здійснюваного у курсовій роботі, і послідовним продовженням другого розділу. Він містить власні пропозиції студента, які випливають із попередніх двох розділів:

- організаційні: використання різноманітних маркетингових інструментів дослідження споживачів; нові форми взаємодії зі споживачами, зміна підходу до сегментації споживачів та ін.;
- економічні: використання прогресивних форм розрахунків, оптимізація цінової політики фірми, обґрунтування методів стимулювання споживачів, зниження ризику від виведення нових видів продукції;
- фінансові: обґрунтування інноваційних проектів, залучення кредитів для здійснення проектів;
- прогнози: модель або алгоритм, прогнози поведінки споживачів та компанії на ринку, обсягів продажів, конкурентних позицій, конкурентоспроможності продукції на ринках.

У третьому розділі обов'язково мають бути викладені:

- практичні рекомендації і механізми рішення виявлених проблем в українських умовах;
- обґрунтування заходів щодо підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання в розрізі вибраної теми;
- пропозиції за методикою розрахунку економічного ефекту від запропонованих заходів і механізмів. Якщо в роботі використані матеріали конкретного підприємства, можна зробити розрахунок конкретних значень ефекту.

У третьому розділі на базі проведеного аналізу варто виробити рекомендації з удосконалення функціонування організації, які теоретично базуються на висновках першого розділу і логічно випливають з наведених у другому розділі розрахунків. Рекомендації можуть стосуватися:

- інформаційного забезпечення;
- комплексу маркетингу;
- організації маркетингу на підприємстві;
- інновацій в управлінні;
- удосконалення бізнес-моделей.

**Наприклад: курсова робота на тему
«Особливості ведення рекламного бізнесу в Україні»,
об'єктом якої є підприємство X**

Третій розділ міститиме:

- оцінку ефективності діяльності та обслуговування клієнтів підприємства X;

- моделювання залежності між рівнем знань ТМ та інвестиціями в телерекламу;
- рекомендації щодо підвищення ефективності оцінки рекламної діяльності за результатами моделі.

**Наприклад: курсова на тему
«Особливості маркетингу послуг на ринку приватної освіти»**

Третій розділ міститиме:

- оцінку відповідності позиціонування на ринку освіти баченню компанії;
- моделювання впливу маркетингових інструментів на позиціонування компанії;
- рекомендації щодо використання інструментів маркетингових комунікацій з метою підвищення ефективності позиціонування компанії.

Рекомендований обсяг третього розділу – 20–25 сторінок.

ВАЖЛИВО | Кожен розділ роботи потрібно закінчувати самостійними висновками, які органічно пов'язані з основним текстом і підпорядковані основному спрямуванню теми.

У **висновках** потрібно лаконічно викласти основні результати, досягнуті в роботі. Рекомендують формулювати висновки відповідно до завдань, які наведено у вступі роботи, тоді читачу буде легше оцінити, чи досягнуто мети дослідження. Водночас, під час виконання дослідження студент міг знайти цікаві факти і знахідки, які варто відобразити у висновках. Якщо такі факти і знахідки значущі і не були відображені у вступі, то варто повернутися до початку роботи і переосмислити викладення матеріалу. Якщо такі знахідки є цікавими, але опосередковано стосуються основного предмета дослідження, то можна просто їх зазначити у висновках. Формулювати висновки необхідно лаконічно, чітко і конкретно (3–5 речень на кожне завдання). Рекомендують уникати невизначеності, складних зворотів, зайвих слів та речень, які не мають змістовного навантаження. Обсяг висновків має становити 2–4 сторінки.

2.2. Підготовка бакалаврської роботи

Бакалаврська робота є кваліфікаційною і характеризує студента як фахівця, тому має бути виконана самостійно, з урахуванням попереднього досвіду підготовки курсових робіт. Студент має продемонструвати не лише вміння проводити теоретичні дослідження, а й роботу щодо збирання та обробки первинної інформації. Для цього

навчальний план передбачає проходження практики. Виконання кваліфікаційної роботи у продовження досліджень, які студент зробив на другому та третьому роках навчання, дає суттєву перевагу і змогу зосередитися під час проходження практики саме на збиранні тієї інформації, яка потрібна для розрахунково-аналітичного розділу.

Кваліфікаційна робота має містити обґрунтування актуальності вибраної теми, розкривати теоретичну сутність досліджуваного питання, аналіз зібраного в період практики фактичного матеріалу, який найповніше характеризує досліджуваний об'єкт, розробку моделі чи прогнозу, а також обґрунтування запропонованих заходів розрахунками та оцінкою економічного ефекту.

Рекомендований обсяг роботи – 60–80 сторінок друкованого тексту, не враховуючи додатки. Текст має бути набрано на комп'ютері: гарнітура *Times New Roman*, розмір шрифту – 14 кегль, міжрядковий інтервал – 1,5.

Кваліфікаційна робота, як правило, складається зі вступу, основної частини (трьох розділів), висновків і пропозицій, списку використаної літератури та додатків. Назви розділів (підрозділів), їхній обсяг і співвідношення визначають з урахуванням специфіки вибраної теми. У процесі написання кваліфікаційної роботи всі її структурні частини (вступ, розділи, а всередині розділів – підрозділи, висновки) мають бути логічно взаємопов'язані. У додатки рекомендують виносити аналітичний матеріал, який або занадто великий, щоб його наводити в основній частині роботи (наприклад, таблиці на 3–4 сторінки), або на який немає прямого посилання в основному тексті роботи. Зразок плану роботи подано в *Додатку Е*.

У *вступі* до кваліфікаційної роботи на 2–3 сторінках слід обґрунтувати актуальність обраної теми, розкрити наукове та прикладне значення її розробки, чітко сформулювати мету і завдання, об'єкт та предмет дослідження, методи дослідження та його інформаційне забезпечення.

У *першому розділі*, який структурно складається з 2–3 підрозділів, викладають теоретичні засади запланованого дослідження, а також основні методологічні та методичні підходи, які використовував автор під час написання роботи. Автор повинен розглянути погляди різних наукових шкіл, методологічні та методичні підходи до практичного розв'язання проблеми. Цей розділ роботи розробляють на основі спеціалізованої літератури з питань сучасних методик і методів проведення економічних досліджень.

У першому розділі кваліфікаційної роботи студент повинен:

- 1) окреслити коло вже наявних наукових розробок з питання, що досліджується, і визначити місце своїх дослідницьких розвідок у ньому;
- 2) обґрунтувати методи, які буде використано при аналізі проблеми обраного дослідження і виконанні наступних частин роботи;

- 3) встановити сукупність факторів, що впливають на досліджуване явище (процес), характер і параметри їх впливу;
- 4) визначити економіко-математичні методи, що застосовуються для розробки моделі, прогнозу та оцінки економічного ефекту.

**Наприклад: кваліфікаційна робота на тему
«Маркетингові дослідження поведінки споживачів на ринку»**

Перший розділ міститиме:

- *результати вивчення попередніх наукових досліджень поведінки споживачів, під час якого з'ясовують зв'язок між гіпотезою/проблемою дослідження та методами, що використовуються.*

Таким джерелами можуть бути, наприклад:

Berthon P., Pitt L., Ewing M., Carr C. L. (2002). Potential research space in MIS: A framework for envisioning and evaluating research replication, extension, and generation. Information Systems Research, 13, 416–427.

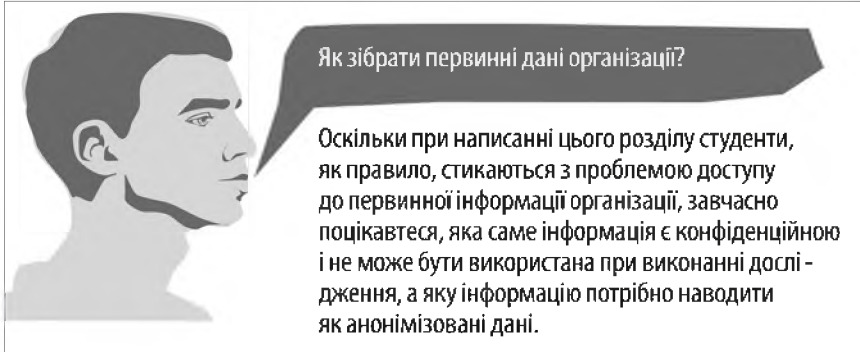
Battalio R. C., Kagel J. H., Winkler R. C., Fisher E. Jr., Basmann R. L., Krasner L. (1974). An experimental investigation of consumer behavior in a controlled environment. Journal of Consumer Research, 1, 52–60;

- *висновок про еволюцію методів дослідження поведінки споживачів;*
- *аналіз сучасних тенденцій, пов'язаних з вивченням поведінки споживачів в Україні та світі із зазначенням сучасної проблематики досліджень, методів досліджень та інструментів їх проведення;*
- *висновок про ефективність та доцільність тих чи тих досліджень, враховуючи сучасні потреби ринку.*

У першому розділі визначають також методи дослідження, що будуть використані для розкриття теми в наступних розділах.

Рекомендований обсяг першого розділу – 15–20 сторінок.

У **другому розділі** (розрахунково-аналітична частина кваліфікаційної роботи) має бути виконаний економічний аналіз зібраних на досліджуваному об'єкті матеріалів, які характеризують його з погляду теми, що вивчається. У цьому розділі можна виділити три порівняно самостійні підрозділи, що містять аналіз і оцінку конкретних сфер діяльності досліджуваного об'єкта. Розрахунково-аналітична частина роботи має бути максимально насичена актуальною фактичною інформацією за останні 3–5 років діяльності організації. Збираючи фактичну інформацію в організації, важливо пояснити, що дані використовуються з навчальною, а не комерційною метою. Водночас, будь-яка організація має конфіденційну інформацію, власні розробки і ноу-хау, тому треба обережно поводитися з первинною інформацією і дотримуватися етики її використання.



Посилання на використану в процесі написання розділу інформацію (літературні джерела, статистичні збірники) є обов'язковими (крім даних, одержаних шляхом власних спостережень, експериментів, розрахунків).

Другий розділ, залежно від теми кваліфікаційної роботи, має містити:

- організаційну структуру організації;
- економічні показники діяльності організації, які стосуються саме питання, що досліджується, у динаміці за останні 3–5 років;
- аналіз основних клієнтів товарів/послуг;
- аналіз конкурентів;
- SWOT-аналіз компанії;
- наявні плани та стратегічні підходи до діяльності в організації.

Результати аналізу використовують для виявлення позитивних сторін та недоліків у фінансово-господарській та маркетинговій діяльності підприємства, розробки моделі та прогнозу, формулювання висновків і рекомендацій, спрямованих на вдосконалення виробничо-комерційної діяльності, а також оцінки економічного ефекту впровадження зроблених пропозицій.

Наприклад: кваліфікаційна робота на тему

«Маркетингові дослідження поведінки споживачів на ринку»

Другий розділ міститиме:

- загальні відомості про компанію, місце та роль відділу маркетингу в компанії, модель маркетингової інформаційної системи компанії;
- аналіз попередніх досліджень поведінки споживачів, проведених компанією X;
- опис споживчих сегментів компанії X, моделювання та аналіз обсягів продажу, тенденції попиту на продукцію компанії X.

У результаті має бути сформульовано проблему дослідження, описано його методологію, хід виконання та результати.

Рекомендований обсяг цього розділу – 20–25 сторінок.

Третій розділ, як правило, має вдосконалювально-прикладний, розробницько-впроваджувальний характер. Він має містити обґрунтовані пропозиції бакалавра, спрямовані на досягнення поставленої у вступі мети. Характер і зміст заходів, що пропонуються, мають базуватися на аналітичних і прогнозних оцінках функціонування та розвитку об'єкта дослідження, ретельних техніко-економічних розрахунках. Необхідно також дати оцінку впливу запропонованих заходів на об'єкт дослідження. За можливості, розглянути різні варіанти поліпшення певних сторін діяльності досліджуваного об'єкта.

**Наприклад: кваліфікаційна робота на тему
«Маркетингові дослідження поведінки споживачів на ринку»**

Третій розділ міститиме:

- обґрунтування напрямів удосконалення комплексу маркетингу з урахуванням результатів дослідження поведінки споживачів та виявлених у другому розділі тенденцій;
- формулювання рекомендацій щодо оптимізації одного з аспектів маркетингової діяльності підприємства, наприклад, продукту, моделі продажу, сегментування споживачів тощо;
- оцінку ефективності запропонованих заходів із вказанням ключових показників ефективності (KPI – key performance indicators), прогнозних значень або, у разі фактичного впровадження заходів, оцінку результатів.

Рекомендований обсяг третього розділу – 20–25 сторінок.

ВАЖЛИВО

У кожному розділі кваліфікаційної роботи слід робити самостійні висновки, органічно їх пов'язувати, підпорядковуючи основному спрямуванню теми.

Однією з ознак високої якості кваліфікаційної роботи є застосування економіко-математичних методів для аналізу та при обґрунтуванні запропонованих заходів.

У **висновках** (заключній частині роботи) на 3–4 сторінках необхідно стисло сформулювати основні результати та практичні рекомендації щодо ступеня вирішення поставлених у роботі завдань як теоретичного, так і практичного характеру. Висновки мають містити стислий виклад актуальності теми, зроблених під час аналізу оцінок та узагальнень, пропозицій автора та їхньої економічної ефективності. Ознайомлення з текстом висновків повинно дати можливість читачеві сформулювати уявлення про ступінь реалізації автором роботи поставленої мети і завдань.

За результати розрахунків та зроблені на їх основі висновки відповідальність несе автор кваліфікаційної роботи.

Список використаних джерел – це складений за чинними правилами перелік використаних літературних та інших джерел. Для виконання бакалаврської роботи мають бути використані українські та іноземні інформаційні джерела, зокрема нормативно-правові документи, наукові монографії, статті, аналітичні доповіді тощо, їхня загальна кількість має бути не менше ніж 60 джерел.

У **додатки** виносять вихідні дані та великі таблиці (на більше ніж одній сторінці) допоміжного характеру, блок-схеми тощо.



2.3. Підготовка магістерської роботи

Вимоги до виконання магістерської роботи пов'язані з тим, що магістерський рівень вищої освіти передбачає здобуття особою поглиблених теоретичних і практичних знань, умінь, навичок за обраною спеціалізацією, загальних засад методології наукової та професійної діяльності, інших компетентностей, достатніх для ефективного виконання завдань інноваційного характеру відповідного рівня професійної діяльності.

Отже, магістерська робота відрізняється від бакалаврської саме інноваційним характером пропозицій, які мають бути в ній сформульовані. Структура магістерської роботи подібна до бакалаврської (має містити обґрунтування актуальності вибраної теми, розкривати теоретичну сутність досліджуваного питання, аналіз зібраного в період практики фактичного матеріалу, який найповніше характеризує досліджуваний об'єкт, обґрунтування запропонованих заходів та їхній економічний ефект), однак змістовно вони суттєво відрізняються.

Для виконання якісного дослідження рекомендують замислитися про його тему на початку навчання на магістерській програмі. Це дасть можливість використати міждисциплінарний підхід у дослідженні, шляхом фокусування письмових робіт, які виконують із різних дисциплін, на темі майбутньої магістерської роботи. Такий підхід більше допоможе запропонувати інноваційні рішення, аніж традиційні методи.

Рекомендований обсяг магістерської роботи – 70–90 сторінок друкованого тексту, не враховуючи додатки. Роботу набирають на комп'ютері: гарнітура *Times New Roman*, розмір шрифту – 14 кегель, міжрядковий інтервал – 1,5.

Традиційна магістерська робота, як правило, складається зі вступу, основної частини (трьох розділів із підрозділами), висновків та пропозицій, списку використаної літератури та додатків. Назви розділів, підрозділів, їх співвідношення визначають з урахуванням специфіки обраної теми.

У **вступі** до магістерської роботи на 2–3 сторінках слід обґрунтувати актуальність вибраної теми, визначити рівень її наукової розробки, а також дослідницькі питання, яким науковці приділяють недостатньо уваги, розкрити наукове та прикладне значення її розробки, чітко сформулювати мету, завдання, об'єкт, предмет, методи дослідження та його інформаційне забезпечення.

У **першому розділі**, який структурно складається з 2–3 підрозділів, викладають основні методологічні та методичні підходи, які використовуватиме автор при написанні роботи. Автор повинен розглянути погляди різних наукових шкіл, описати методологічні та методичні підходи до практичного розв'язання проблеми, а також обґрунтувати траєкторію власного дослідження. Цей розділ розробляють на основі спеціалізованої літератури, наукових статей, монографій.

У першому розділі магістерської роботи студент повинен:

- 1) подати ґрунтовний аналіз наукової літератури з питання, що досліджується, із зазначенням рівня і ступеня наукових дискусій, а також висвітлення окремих аспектів теми дослідження, які залишаються поза увагою вчених;
- 2) описати методи, які можуть бути використані в аналізі проблеми обраного дослідження, а також обґрунтувати ті, які буде використано у наступних частинах роботи;
- 3) встановити сукупність факторів, що впливають на певне явище (процес), характер і параметри їх впливу;
- 4) визначити економіко-математичні методи, що будуть застосовані у роботі для аналізу.

Наприклад: магістерська робота на тему «Маркетингова цінова політика та її ефективність»

Перший розділ міститиме:

- *результати розгляду попередніх наукових досліджень маркетингової політики, оцінки її ефективності, під час якого з'ясовують зв'язок між гіпотезою/проблемою дослідження та методами, що використовуються.*

Таким джерелами можуть бути, наприклад:

Clay, K., Krishnan, R., Wolff, E. and Fernandes, D. (2002). Retail Strategies on the Web: Price and Non-Price Competition in the Online Book Industry, Journal of Industrial Economics 50 (3): 351–367;

Pan, X., Ratchford, B. T. and Shankar, V. (2002). Can Price Dispersion in Online Markets Be Explained by Differences in E-Tailer Service Quality?, Journal of the Academy of Marketing Science 30 (4): 433–445;

Farmaceutical Pricing Policies in a Global Market (2008), OECD Health Policy Studies, 219 p.;

- *висновок про фактори, які враховують у розробці маркетингової цінової політики.*
- *аналіз сучасних тенденцій, пов'язаних з оцінкою ефективності маркетингової політики в Україні та світі, із зазначенням сучасної проблематики досліджень, методів досліджень та інструментів їх проведення;*
- *висновок про найбільш доречну методологію оцінки ефективності цінової політики та опис її алгоритму з метою подальшого використання в наступних розділах магістерської роботи.*

У першому розділі визначають також методи дослідження, що будуть використані для розкриття теми в наступних розділах. Розділ має завершитись висновками до розділу. Рекомендований обсяг першого розділу – 15–20 сторінок.

У **другому розділі** (розрахунково-аналітична частина магістерської роботи) має бути виконаний економічний аналіз зібраних на досліджуваному об'єкті матеріалів, які характеризують його з погляду теми, що вивчається. У цьому розділі можна виділити три порівняно самостійні підрозділи, що містять аналіз і оцінку конкретних сфер діяльності досліджуваного об'єкта: аналіз об'єкта, що досліджується; аналіз процесів господарської діяльності, які перебувають у фокусі уваги дослідника; розрахунок майбутньої ситуації з використанням методів моделювання (прогноз, сценарії розвитку досліджуваного процесу тощо). Розрахунково-аналітична частина роботи має містити фактичну інформацію за 3–5 років, що відображає специфіку діяльності суб'єкта

господарювання, на матеріалах якого вона виконується. Посилання на використану в процесі написання розділу інформацію (літературні джерела, статистичні збірники) є обов'язковим (крім даних, одержаних шляхом власних спостережень, експериментів, розрахунків).

Другий розділ, залежно від теми магістерської роботи, має містити:

- аналіз організаційної структури організації;
- показники господарської діяльності організації, що безпосередньо характеризують процеси або явища, які досліджують, у динаміці за останні 3–5 років;
- аналіз основних клієнтів товарів/послуг;
- аналіз конкурентів;
- SWOT-аналіз компанії;
- наявні плани та стратегічні підходи до маркетингової діяльності в організації;
- обґрунтування моделі та розрахунки майбутнього стану процесу, чи явища, яке досліджують.

Результати аналізу використовують для виявлення позитивних сторін та недоліків у фінансово-господарській та маркетинговій діяльності підприємства, формування висновків і рекомендацій, спрямованих на вдосконалення виробничо-комерційної діяльності.

Наприклад: магістерська робота на тему «Маркетингова цінова політика та її ефективність»

Другий розділ міститиме:

- загальні відомості про компанію, місце та роль відділу маркетингу в компанії, ситуаційний аналіз, опис комплексу маркетингу;
- аналіз поточних підходів до розробки маркетингової цінової політики, їхню еволюцію, фактори впливу на формування ціни в компанії;
- аналіз підходів до формування ціни інших компаній відповідного ринку або бенчмарків;
- оцінку ефективності поточної маркетингової цінової політики та прогноз обсягів продажу за умови її збереження.

У результаті має бути сформульована проблема маркетингового дослідження, описана його методологія, хід виконання та результати.

Рекомендований обсяг цього розділу – 30 сторінок.

Третій розділ, як правило, містить оцінку економічного ефекту від впровадження авторських рекомендацій, має вдосконалювально-прикладний, розробницько-впроваджувальний характер. Магістр має дати пропозиції, спрямовані на досягнення поставленої у вступі мети

і обґрунтовані розрахунками. Характер і зміст запропонованих заходів мають базуватися на аналітичних і прогнозних оцінках функціонування та розвитку об'єкта дослідження, ретельних техніко-економічних розрахунках. Необхідно також дати оцінку впливу запропонованих заходів на об'єкт дослідження, розглянути різні варіанти поліпшення певних сторін його діяльності; визначити обмеження та припущення дослідження; економічний ефект, а також окреслити напрями наступних наукових розвідок.

**Наприклад: магістерська робота на тему
«Маркетингова цінова політика та її ефективність»**

Третій розділ міститиме:

- обґрунтування напрямів вдосконалення цінової політики підприємства на основі проведеного у другому розділі аналізу та виявлених тенденцій;
- оцінку ефективності запропонованих заходів із вказанням КРІ, прогнозних значень або, у разі фактичного впровадження заходів, оцінку результатів.

Рекомендований обсяг третього розділу – 30–35 сторінок.

У кожному розділі магістерської роботи слід робити самостійні висновки, виділяти нові положення, оригінальні інноваційні ідеї, органічно їх пов'язуючи і підпорядковуючи основному спрямуванню теми. У магістерській роботі мають бути елементи наукової новизни. Автор має застосовувати економіко-математичні методи для аналізу й обґрунтування запропонованих заходів.

У **висновках** на 3–4 сторінках необхідно стисло сформулювати основні результати та практичні рекомендації щодо ступеня вирішення поставлених у роботі завдань як теоретичного, так і практичного характеру. Висновки мають містити стислий виклад актуальності теми, наукових знахідок, зроблених під час аналізу, пропозицій автора та оцінок їхньої економічної ефективності з наголосом на новизні окремих положень дослідження. Ознайомлення з текстом висновків повинно дати можливість читачеві сформулювати уявлення про ступінь реалізації автором роботи поставленої мети і завдань.

За результати розрахунків та зроблені на їхній основі висновки відповідальність несе автор магістерської роботи.

Список використаних джерел – це складений за чинними правилами перелік використаних інформаційних джерел (наукові статті, монографії, аналітичні звіти, статистичні щорічники, нормативно-правові документи). Орієнтовна кількість – до 60 джерел.

У **додатки** виносять вихідні дані, великі таблиці (на більше ніж одній сторінці) допоміжного характеру, блок-схеми, а також аналітичні матеріали, які побіжно згадано в основному тексті роботи.

2.4. Підготовка тез наукового дослідження

Донесення результатів власного дослідження до іншої наукової спільноти, колег, однодумців, опонентів є важливою комунікаційною навичкою. Для розвитку навичок стисло формулювати свою думку, вміти її аргументувати, доводити, виокремлювати з великого дослідження основне передбачено підготовку студентами тез власного наукового дослідження. Для успішного захисту бакалаврської роботи цей етап є обов'язковим, бо саме він засвідчує вміння студента структурувати великі тексти і виділяти головне.

Тези наукового дослідження – це чіткі, стисло і послідовно сформульовані основні ідеї роботи, що їх, як передбачають, буде представлено на конференції, форумі або іншому науковому заході. Загальний обсяг тез не має перевищувати три сторінки друкованого тексту. Вимоги до оформлення тез можуть відрізнятися залежно від того, для якого видання їх готують: електронного чи друкованого. Як правило, організатори конференції зазначають вимоги до оформлення тез.

За своєю структурою тези мають містити сформульовані одним-двома реченнями актуальність проблеми, актуальний стан та рівень її наукової розробки, основну ідею, висновки, результати та рекомендації дослідження, методи їх досягнення, а також значення і напрями подальших досліджень. Приклад оформлення тез наведено у *Додатку 3*.



2.5. Підготовка наукової статті

Магістерський рівень підготовки передбачає отримання студентами навичок наукової роботи, де важливу роль відіграє оприлюднення результатів дослідження у вигляді публікації наукових статей. Тому, окрім підготовки безпосередньо магістерської роботи, студенти повинні написати статтю за результатами проведеного дослідження. Очікується, що для студентів, які планують продовжити підготовку на PhD-програмах, це буде потужним стартом тривалого марафону з написання дисертації. Для студентів, які вважають магістерський рівень для себе прийнятним, підготовлена стаття може стати цікавим і корисним досвідом наукової роботи.

Наукова стаття має містити елементи наукової новизни і обґрунтування висунутих положень, крім того, може мати практичну значущість. Перш ніж почати безпосередньо писати статтю, потрібно чітко сформулювати для себе мету її написання і окреслити загальну схему викладення матеріалу. Тобто автор має себе подумки спитати: «Що саме я хочу сказати цією статтею читачеві?» і надалі довкола цього сфокусувати викладення.

Під час підготовки магістерської роботи рекомендують результати теоретичного дослідження, які є основою першого розділу, подати у вигляді наукової статті. Вимоги до оформлення можуть відрізнятися залежно від видання, однак є універсальні вимоги щодо структури наукової статті. Зазвичай дотримуються такої структури викладення матеріалу: вступ із зазначенням актуальності та мети написання статті, стислий огляд літератури, основний текст, висновки і перелік інформаційних джерел. Мова статті може бути українською або англійською, залежно від того, для якого саме видання підготовлено працю.

Для публікації статті у виданнях НаУКМА елементи публікації оформлюють послідовно у такому порядку:

1. УДК (розташований зліва, напівжирний шрифт; шифр потрібно уточнити у бібліографа).
2. Прізвища та ініціали автора/авторів (зліва, курсивом).
3. Назва статті посередині напівжирними великими літерами.
4. Коротка анотація до тексту українською мовою, не більше ніж 10–12 рядків, курсивом по ширині.
5. Ключові слова (словосполучення «Ключові слова» напівжирним курсивом).

6. Основний текст із посиланнями на інформаційні джерела у квадратних дужках, де перша зазначена позиція відповідає позиції зі списку літератури, а друга позиція – відповідній сторінці, цитованій прямо/непрямо. Тобто посилання на літературу подавати не як підрядкові примітки, а вказувати у тексті у квадратних дужках, де перша цифра означає номер позиції у списку літератури, літера с. – позначення слова «сторінка», друга цифра – номер сторінки. Наприклад: [21, с. 40], [23, с. 40–43], [28, с. 5; 40, с. 58–60].
7. Список літератури (підзаголовки по центру напівжирним курсивом). Докладніше вимоги до оформлення списку джерел наведено у параграфі 3.4. Для англійських матеріалів треба вказати підзаголовок «References» і подати бібліографію згідно з вимогами редакційної колегії (APA, MLA, ACS чи ін.).
8. Після списку літератури вказати англійською мовою ім'я (імена) і прізвище(а) авторів, назву статті, анотацію обсягом не менше ніж 2 тисячі знаків та ключові слова.

Рукопис статті студент подає в комп'ютерному наборі і роздрукований на папері, залишаючи береги таких розмірів: лівий, верхній і нижній – не менше ніж 20 мм, правий – не менш як 15 мм. Текст має бути набраний у програмі MS Word (версії від 97 і вище). Розмір шрифту – 14, інтервал між рядками – 1,5 (так само для списку літератури). Основна гарнітура набору – Times New Roman. Шрифт має бути звичайний, не ущільнений і не розріджений. Повна ідентичність роздруковки й електронного файлу є обов'язковою.

Деталізовані вимоги до оформлення статті у разі її публікації у збірниках, що видаються НаУКМА, дивіться за посиланням: http://nz.ukma.edu.ua/images/vymohy_do_rukopysiv_2017.pdf. Якщо статтю подають до друку в збірники інших організацій, вимоги до оформлення рукописів необхідно уточнити у відповідних редакційних колегій. Орієнтовний обсяг статті – 10–12 сторінок, або відповідно до вимог видання, в якому заплановано її друк. Статтю має бути подано до друку після рецензії наукового керівника. Місце друку студент обирає самостійно. Стаття, що вийшла друком, входить до підсумкової оцінки із захисту магістерської роботи.

ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

3.1. Загальні вимоги

Курсову роботу потрібно набрати на комп'ютері і роздрукувати на одній стороні аркуша білого паперу формату А4 (гарнітура *Times New Roman*, розмір шрифту – 14 кегль, міжрядковий інтервал – 1,5).

Не допускається різниця в інтервалах ні між рядками, ні між абзацами (така проблема зазвичай виникає у разі копіювання студентами частини тексту безпосередньо з відкритих документів у мережі Інтернет).

Текст роботи розміщують на сторінці, яка обмежується полями: ліве – 30 мм, праве – 10 мм, верхнє та нижнє – 20 мм.

Відстань між заголовком і текстом має становити один рядок (тобто через рядок). Відступ у тексті з нової строки – 1,25 см.

ПЕРЕВІР СЕБЕ: оформлення роботи

Що потрібно перевірити	Відмітка про виконання, нотатки
Прочитайте роботу самостійно та перевірте: <ul style="list-style-type: none"> • логічність викладу; • орфографічні, лексичні та пунктуаційні помилки; • нумерацію таблиць, рисунків, формул, додатків; • правильність посилань на джерела літератури 	_____ _____ _____ _____
Прочитайте титульну сторінку та перевірте: <ul style="list-style-type: none"> • назву роботи; • дані автора; • дані наукового керівника; • рік 	_____ _____ _____ _____
Дайте прочитати роботу другові	_____ _____
Надішліть роботу на перевірку науковому керівнику	_____ _____

Робота починається з титульного аркуша, який виконують за відповідною формою (додатки Б, Д, Є).

За титульним аркушем послідовно розміщують:

- зміст роботи;
- список умовних скорочень;
- вступ;
- перший розділ;
- другий розділ;
- третій розділ;
- висновки;
- список використаної літератури;
- додатки.

Нумерація сторінок роботи наскрізна: перша сторінка – титульна, друга – зміст і т. д.

Номер сторінки проставляють арабськими цифрами у правому верхньому кутку. На титульній сторінці та змісті номер сторінки не зазначають. Якщо у роботі подано додатки (таблиці, схеми тощо), то їх необхідно нумерувати саме як додатки з посиланням на них у тексті.

Мова оформлення письмової роботи – державна, водночас, за бажанням, студент може писати роботу англійською мовою. Для написання роботи використовують науковий стиль, чіткий, без орфографічних і синтаксичних помилок. Викладення матеріалу має бути логічне, послідовне, без повторень.

Текст основної частини роботи поділяють на розділи та підрозділи.

У змісті роботи зазначають початкові сторінки кожного розділу і підрозділу. Їхні назви у змісті й тексті роботи мають збігатися.

Вступ, кожен розділ і висновки, які розміщують у вказаній послідовності, розпочинаються з нової сторінки, їх друкують великими (прописними) літерами симетрично до тексту.

Заголовки розділів та підрозділів, що чітко й коротко відображають їхній зміст, слід розміщувати по центру сторінки. Після назви розділу, підрозділу крапку не ставлять, а також не допускаються підкреслення. Якщо заголовок складається з двох речень, то їх відокремлюють крапкою.

Нумерацію сторінок, розділів, підрозділів, пунктів, підпунктів, рисунків, таблиць, формул подають арабськими цифрами без знака №.

Такі структурні частини роботи, як зміст, перелік умовних скорочень, вступ, висновки, список використаних джерел, не мають порядкового номера. Звертаємо увагу на те, що всі аркуші, на яких розміщені

згадані структурні частини курсової роботи, нумерують звичайним чином.

Підрозділи нумерують у межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, між якими ставлять крапку. В кінці номера підрозділу повинна стояти крапка, наприклад: «2.3.» (третій підрозділ другого розділу). Потім у тому ж рядку йде заголовок підрозділу.

3.2. Оформлення графічного та ілюстративного матеріалу

Ілюстрації (фотографії, креслення, схеми, графіки, карти) і таблиці необхідно подавати в науковій роботі безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше, або на наступній сторінці. Ілюстрації і таблиці, які розміщені на окремих сторінках роботи, включають до загальної нумерації сторінок. Таблицю, рисунок або креслення, розміри якого більше, аніж формат А4, враховують як одну сторінку і розміщують у відповідних місцях після згадування в тексті або у додатках.

Ілюстрації позначають словом «Рис.» і нумерують послідовно в межах розділу, за винятком ілюстрацій, поданих у додатках.

Номер ілюстрації має складатися з номера розділу і порядкового номера ілюстрації, між якими ставлять крапку. Наприклад: Рис. 1.2 (другий рисунок першого розділу). Номер ілюстрації, її назву і пояснювальні підписи розміщують послідовно під ілюстрацією.

Таблиці нумерують послідовно (за винятком таблиць, поданих у додатках) у межах розділу. В правому верхньому куті над відповідним заголовком таблиці розміщують напис «Таблиця» із зазначенням її номера. Номер таблиці має складатися з номера розділу і порядкового номера таблиці, між якими ставлять крапку, наприклад: «Таблиця 1.2» (друга таблиця першого розділу).

При переносі частини таблиці на іншу сторінку слово «Таблиця» та її номер указують один раз справа над першою частиною таблиці, над іншими частинами пишуть слова «Продовження табл.» і вказують номер таблиці, наприклад: «Продовження табл. 1.2».

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

Ілюструють наукові роботи відповідно до певного загального задуму, за ретельно продуманим тематичним планом, який допомагає уникнути ілюстрацій випадкових, пов'язаних із другорядними деталями тексту і запобігти невинуватим пропускам ілюстрацій до найважливіших тем. Кожна ілюстрація має відповідати тексту, а текст – ілюстрації.

Назви ілюстрацій розміщують після їхніх номерів. За необхідності ілюстрації доповнюють пояснювальними даними (підпис під рисунком).

Основними видами ілюстративного матеріалу в науковій роботі є: креслення, технічний рисунок, схема, фотографія, діаграма і графік.

Не варто оформлювати посилання на ілюстрації як самостійні фрази, в яких лише повторюється те, що міститься у підписі. У тому місці, де викладається тема, пов'язана з ілюстрацією, і де читачеві треба вказати на неї, розмішують посилання у вигляді виразу в круглих дужках «(рис. 3.1)» або зворот: «...як це видно з рис. 3.1», «...як це показано на рис. 3.1».

Цифровий матеріал, як правило, оформлюють у вигляді таблиць.

Кожна таблиця повинна мати назву, яку розміщують над таблицею і друкують симетрично до тексту. Назву і слово «Таблиця» починають з великої літери. Назву не підкреслюють.

Заголовок кожної графи в головці таблиці має бути по можливості коротким. Слід уникати повторів тематичного заголовка в заголовках граф, одиниці виміру зазначати у тематичному заголовку, виносити до узагальнюючих заголовків слова, що повторюються.

Заголовки граф мають починатися з великих літер, підзаголовки – з маленьких, якщо вони складають одне речення із заголовком, і з великих, якщо вони є самостійними. Висота рядків має бути не меншою ніж 8 мм. Графу з порядковими номерами рядків до таблиці включати не треба.

Таблицю розміщують після першого згадування про неї в тексті, таким чином, щоб її можна було читати без повороту переплетеного блоку або з поворотом за годинниковою стрілкою. Таблицю з великою кількістю рядків можна переносити на іншу сторінку, в такому разі назву вміщують тільки над її першою частиною. Таблицю з великою кількістю граф можна ділити на частини і розмішувати одну частину під іншою в межах однієї сторінки. Якщо рядки або графи таблиці виходять за формат сторінки, то в першому випадку в кожній частині таблиці повторюють її головку, в другому випадку – боковик.

Приклад побудови таблиці

Таблиця (номер)

Назва таблиці

Головка						Заголовки граф
						Підзаголовки
Рядки						
	Боковик					Графи

Додатки оформлюють як продовження наукової роботи на наступних її сторінках. Кожний такий додаток має починатися з нової сторінки. Додаток повинен мати заголовок, надрукований угорі малими літерами з першої великої симетрично щодо тексту сторінки. Посередині рядка над заголовком малими літерами з першої великої друкують слово «Додаток __» і велику літеру, що позначає додаток.

Додатки слід позначати послідовно великими літерами української абетки, за винятком літер Г, Є, І, Ї, О, Ч, Ъ, наприклад, додаток А, додаток Б і т. д. Один додаток позначають як додаток А.

Ілюстрації, таблиці і формули, які розміщені в додатках, нумерують у межах кожного додатка, наприклад: рис. Д.1.2. – другий рисунок першого розділу додатка Д); формула (А.1) – перша формула додатка А.

3.3. Оформлення формул

При використанні формул необхідно дотримуватися певних техніко-орфографічних правил.

Великі, а також довгі і громіздкі формули, що мають у складі знаки суми, добутку, диференціювання, інтегрування, розміщують на окремих рядках. Це стосується також і всіх нумерованих формул. Для економії місця кілька коротких однотипних формул, відокремлених від тексту, можна подати в одному рядку, а не одну під одною. Невеликі і нескладні формули, що не мають самостійного значення, вписують усередині рядків тексту.

Пояснення значень символів 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.

Наприклад:

$$ПЗ + ОП + ОМ + ВОП, \quad (2.1)$$

де ПЗ – підготовчо-заключний час;

ОП – оперативний час;

ОМ – час обслуговування робочого місця;

ВОП – нормативний час на відпочинок та особисті потреби.

Рівняння і формули треба виділяти з тексту вільними рядками. Вище і нижче кожної формули потрібно залишити не менше ніж один вільний рядок. Якщо рівняння не вміщується в один рядок, його слід перенести після знака рівності (=) або після знаків плюс (+), мінус (-), множення (×) і ділення (:).

3.4. Загальні правила цитування та посилання на інформаційні джерела

При написанні наукової роботи студент повинен давати посилання на джерела, матеріали або окремі результати з яких наводяться в роботі, або на ідеях і висновках яких розроблюються проблеми, задачі, питання, вивченню яких присвячено наукове дослідження. Такі посилання дають змогу відшукати документи і перевірити достовірність відомостей про цитування документа, дають необхідну інформацію щодо нього, допомагають з'ясувати його зміст, мову тексту, обсяг. Посилатися слід на останні видання публікацій. На більш ранні видання можна посилатися лише в тих випадках, коли в них наявний матеріал, який не включено до останнього видання.

Якщо використовують відомості, матеріали з монографій, оглядових статей, інших джерел з великою кількістю сторінок, тоді в посиланні необхідно точно вказати номери сторінок, ілюстрацій, таблиць, формул з джерела, на яке дано посилання.

Посилання в тексті наукової роботи на джерела слід зазначати порядковим номером за переліком посилань, виділеним двома квадратними дужками, наприклад, «...у працях [1–7]...».

На всі таблиці наукової роботи мають бути посилання в тексті, при цьому слово «таблиця» в тексті пишуть скорочено, наприклад: «...в табл. 1.2».

У повторних посиланнях на таблиці та ілюстрації треба вказувати скорочено слово «дивись», наприклад: «див. табл. 1.3».

Для підтвердження власних аргументів посиланням на авторитетне джерело або для критичного аналізу того чи того друкованого твору слід наводити цитати. Науковий етикет вимагає точно відтворювати цитований текст, бо найменше скорочення наведеного витягу може спотворити зміст, закладений автором.

Пряме переписування у роботі матеріалів з літературних джерел без належного оформлення посилання є недопустимим та вважається плагиатом. Таку роботу не допускають до захисту та автоматично оцінюють як «незадовільну».

Пряме переписування окремих розділів попередніх курсових робіт студента або повне переписування попередніх курсових робіт є недопустимим. Роботу не допускають до захисту та автоматично оцінюють як «незадовільну». Без змін у роботі може бути використаний лише перший розділ, підготовлений студентом на першому році навчання в магістратурі. В роботі можливе використання певних теоретичних частин попередніх курсових та(або) кваліфікаційних робіт студента, яке має супроводжуватись поглибленим аналізом та розширеною кількістю опрацьованих джерел. Також можливе використання в другому розділі магістерської роботи даних із попередніх робіт, що стосуються об'єкта дослідження у разі збігу об'єкта. При цьому слід розуміти, що незмінними можуть залишитися лише вихідні дані, що стосуються історії діяльності підприємства, його організаційної структури, товарно-ринкової матриці тощо. Своєю чергою економічні показники діяльності мають бути доповнені актуальними даними за найближчий період часу, а аналітична частина та висновки будуть іншими через зміну умов середовища функціонування організації. За жодних умов не допустиме пряме переписування третього розділу роботи. Всі моделі мають бути побудовані, а висновки та рекомендації запропоновані вперше.

Список використаних джерел – елемент бібліографічного апарату, що містить бібліографічні описи використаних джерел і розміщується після висновків.

Стиль оформлення списку використаних джерел студент може вибирати самостійно: відповідно до Національного стандарту України

ДСТУ 8302:2015 або одного з міжнародних стилів цитування (MLA style, APA-1,2, Chicago/Turabianstyle, Harvard style, ACS, AIP, IEEE, Vancouver, OSCOLA, APS, Springer MathPhys Style).

Інформацію щодо оформлення списків літератури за різними стандартами та стилями можна знайти в розділі «Оформлення списків літератури» на сайті бібліотеки НаУКМА (<http://library.ukma.edu.ua/index.php?id=683>).

Приклади оформлення бібліографічних посилань відповідно до ДСТУ 8302:2015: <http://www.library.ukma.edu.ua/index.php?id=684>.

Коротка презентація про міжнародні стилі цитування: <https://www.slideshare.net/naukmalibrary/ss-70260091>.

Методичні рекомендації «Міжнародні стилі цитування та посилання в наукових роботах»: http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/18681/1/Academ_4_12_red1.pdf.

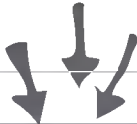
ПРЕЗЕНТАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

4.1. Захист курсової роботи

Виконану курсову роботу у встановлений термін студенти здають на кафедру. Науковий керівник має право не приймати роботу до перевірки та рецензування, якщо студент здав її на реєстрацію на кафедрі з порушенням встановленого графіка.



- ♣ Члени атестаційних комісій
- ♣ Викладачі кафедр на захисті курсових



- ✓ Глибока обізнаність з темою
- ✓ Формалізований підхід до оцінки
- ✓ Формат «довідь та запитання від членів комісії»



- ♣ Колеги-студенти та викладачі на внутрішніх конференціях, круглих столах
- ♣ Викладачі та студенти інших навчальних закладів на зовнішніх конференціях, круглих столах, форумах



- ✓ Різний рівень обізнаності з темою
- ✓ Зацікавленість у дискусії
- ✓ Чим цікавіша доповідь, тим більшою може бути кількість запитань

Після реєстрації курсову роботу передають науковому керівникові для перевірки та рецензування. Науковий керівник робить висновок про можливість допуску роботи до захисту. Якщо курсова робота за критеріями оцінювання виконана незадовільно, її повертають студенту на доопрацювання *без допуску до захисту перед комісією*.

Студент може доопрацювати курсову роботу відповідно до зауважень керівника у терміни, що визначені графіками виконання курсової роботи і роботи комісії із захисту курсових робіт.

ВАЖЛИВО

Доопрацьовані курсові роботи, які подані на кафедру після закінчення термінів виконання курсових робіт (тобто з порушенням графіка виконання курсової роботи) і роботи комісії з захисту курсових робіт (тобто з порушенням графіка захисту курсових робіт), не можуть бути захищеними і позитивно оціненими.

Якщо науковий керівник дає позитивний відгук, курсову роботу допускають до захисту. Терміни та графік захисту робіт встановлюють на засіданні кафедри і оприлюднюють на дошці оголошень кафедри.

Захист курсової роботи є обов'язковим елементом оцінювання проведеного студентом наукового дослідження. У процесі захисту курсової роботи встановлюють самостійність виконання дослідження, оцінюють глибину знань студента в досліджуваній галузі, його вміння вести дискусію, обґрунтовувати та обстоювати власну точку зору, відповідати на запитання.

ВАЖЛИВО

За результатами захисту курсова робота одержує оцінку за критеріями, встановленими в методичці, яку записують на її титульному аркуші та проставляють у відомість і залікову книжку студента. Не допущені до захисту курсові роботи оцінюють як «незадовільні», що також відображається у відомості.

4.2. Захист бакалаврської роботи

Написану та зброшуровану кваліфікаційну роботу із зазначенням дати її завершення студент підписує та реєструє на кафедрі, а потім передає науковому керівникові на перевірку та підготовку про неї відгуку. Якщо кваліфікаційна робота, на думку наукового керівника, готова до захисту перед державною екзаменаційною комісією (ДЕК), він дає відповідну рекомендацію наприкінці відгуку.

ВАЖЛИВО *Науковий керівник має право не приймати роботу до перевірки та рецензування, якщо студент здав її на реєстрацію на кафедрі з порушенням встановленого графіка.*

Якщо кваліфікаційну роботу за критеріями оцінювання виконано незадовільно, її повертають студентові на доопрацювання *без допуску до захисту перед комісією.*

Кваліфікаційну роботу студент може доопрацювати відповідно до зауважень керівника у терміни, що визначені графіками виконання кваліфікаційної роботи і роботи ДЕК.

ВАЖЛИВО *Доопрацьовані кваліфікаційні роботи, які подані на кафедрі після закінчення термінів виконання кваліфікаційних робіт (тобто з порушенням графіка виконання кваліфікаційної роботи) і роботи ДЕК (тобто з порушенням графіка захисту кваліфікаційних робіт), не можуть бути захищені і позитивно оцінені.*

Після цього кваліфікаційна робота обов'язково проходить зовнішнє рецензування.

Зовнішній рецензент – провідний спеціаліст галузі або науковець, у коло інтересів якого входить тематика виконаного дослідження, – пише рецензію. В ній він оцінює актуальність теми, відповідність та повноту змісту роботи, її оформлення. Він зазначає елементи новизни, практичну значущість запропонованих рекомендацій, їх обґрунтованість, висловлює зауваження, дає оцінку роботи в цілому (позитивну або негативну) та робить висновок щодо можливості допуску до захисту перед ДЕК та присвоєння кваліфікаційного рівня «бакалавр» відповідного напрямку підготовки.

Для допуску до захисту кваліфікаційної роботи за місяць до початку роботи ДЕК студент має подати на кафедру:

- 1) зброшуровану кваліфікаційну роботу;
- 2) тези доповіді;
- 3) анотацію;
- 4) відгук наукового керівника;
- 5) зовнішню рецензію;
- 6) диск з електронною версією роботи, анотацією до неї та тезами доповіді.

Рішення про допуск кваліфікаційної роботи до захисту перед ДЕК приймають на засіданні кафедри або завідувач кафедри після попереднього її захисту за наявності оформлених належним чином документів.

Кваліфікаційну роботу не допускають до захисту, якщо:

- її подано науковому керівнику на перевірку з порушенням строків, встановлених регламентом;
- тему роботи не затверджено рішенням випускової кафедри;
- її виконано із суттєвими запозиченнями;
- оформлення роботи не відповідає вимогам.

Випускні роботи захищають перед державною екзаменаційною комісією. Студент готує до захисту доповідь із презентацією в програмі Microsoft Power Point та ілюстративний (роздатковий) матеріал у вигляді таблиць, графіків, які відображають результати дослідження, основні висновки та узагальнення, що містяться у кваліфікаційній роботі. Наведені в роздатковому матеріалі слайди мають бути обов'язково пронумеровані відповідно до презентації.

Необхідну кількість та зміст ілюстративного матеріалу бакалавр визначає самостійно, але погоджує його з керівником. Зазвичай його обсяг становить 4–5 ілюстрацій формату А4.

Захист кваліфікаційної роботи розпочинається з доповіді її автора, у якій він у межах 5–7 хвилин має висвітлити:

- актуальність теми;
- мету завдання та об'єкт дослідження;
- результати аналітичних досліджень, зміст, з обґрунтуванням ефективності, запропонованих заходів (для їх викладення рекомендують відвести 70 % часу у доповіді).

Члени ДЕК, присутні на захисті, ставлять здобувачеві кваліфікації маркетолог (менеджмент) і наукового ступеня «бакалавр» запитання з метою визначення рівня його професійної підготовки у сфері маркетингу (менеджменту) та економічної ерудиції загалом. Після відповіді на запитання слово надають науковому керівникові для характеристики й оцінки роботи студента. В разі його відсутності з поважної причини відгук має оприлюднити один із членів ДЕК.

Під час захисту ведуть протокол засідання ДЕК. Окремо зазначають думку членів ДЕК про практичну цінність і рекомендації щодо пропозицій автора. Захист кваліфікаційної роботи не має перевищувати 20 хвилин.

Після обговорення підсумків захисту на закритому засіданні ДЕК виносять її рішення. У разі незгоди членів ДЕК думка голови є вирішальною. Рішення комісії щодо захисту кваліфікаційної роботи оголошує її голова в той самий день.

ВАЖЛИВО

Не допущені до захисту кваліфікаційні роботи оцінюють як «незадовільні», що також відображається у відомості. У разі незгоди з оцінкою, виставленою комісією, студент має право подати апеляцію лише в день проведення захисту.

Випускників, які одержали під час захисту незадовільні оцінки, відраховують з університету. Вони одержують академічну довідку. До повторного захисту кваліфікаційну роботу можуть прийняти через рік (упродовж трьох років після завершення навчання).

4.3. Захист магістерської роботи

Написану та зброшуровану магістерську роботу із зазначенням дати її завершення студент підписує та реєструє на кафедрі, а потім передає науковому керівникові на перевірку та підготовку про неї відгуку. Якщо магістерська робота, на думку наукового керівника, готова до захисту перед ДЕК, він дає відповідну рекомендацію в кінці відгуку. Після цього магістерську роботу передають на зовнішнє рецензування.

ВАЖЛИВО

Науковий керівник має право не приймати роботу до перевірки та рецензування, якщо студент здав її на реєстрацію на кафедрі з порушенням встановленого графіка.

Якщо магістерську роботу за критеріями оцінювання виконано незадовільно, її повертають студентові на доопрацювання без допуску до захисту перед комісією.

Магістерську роботу студент може доопрацювати відповідно до зауважень керівника у терміни, що визначені графіками виконання магістерської роботи і роботи ДЕК.

ВАЖЛИВО

Доопрацьовані магістерські роботи, які подані на кафедрі після закінчення термінів виконання магістерських робіт (тобто з порушенням графіка виконання магістерської роботи) і роботи ДЕК (тобто з порушенням графіка захисту магістерських робіт), не можуть бути захищені й позитивно оцінені.

Після цього магістерська робота обов'язково проходить зовнішнє рецензування.

Зовнішній рецензент – провідний спеціаліст галузі або науковець, у коло інтересів якого входить тематика виконаної магістерської роботи, – пише рецензію. Він оцінює актуальність теми, відповідність та

повноту змісту роботи, її оформлення. Він зазначає елементи новизни, практичну значущість запропонованих рекомендацій, їх обґрунтованість, висловлює зауваження, дає оцінку роботи в цілому (позитивну або негативну) та робить висновок щодо можливості допуску до захисту перед ДЕК та присвоєння кваліфікаційного рівня «магістр» відповідного напрямку підготовки.

Для допуску до захисту магістерської роботи *за місяць* до початку роботи ДЕК на кафедрі студент має подати:

- 1) зброшуровану магістерську роботу;
- 2) анотацію;
- 3) відгук наукового керівника;
- 4) зовнішню рецензію;
- 5) диск з електронною версією роботи та анотацією до неї;
- 6) копію опублікованої статті за результатами проведеного дослідження.

Рішення про допуск магістерської роботи до захисту перед ДЕК приймають на засіданні кафедри або завідувач кафедри після попереднього її захисту.

Магістерську роботу не допускають до захисту, якщо:

- її подано науковому керівнику на перевірку з порушенням строків, встановлених регламентом;
- написано на тему, не затверджену рішенням випускової кафедри;
- виконано із суттєвими запозиченнями;
- оформлення роботи не відповідає вимогам.

Випускні роботи захищають перед державною екзаменаційною комісією. Студент готує до захисту доповідь із презентацією в програмі Microsoft Power Point та ілюстративний (роздатковий) матеріал у вигляді таблиць, графіків, які відображають результати дослідження, основні висновки та узагальнення, що містяться у кваліфікаційній роботі. Наведені в роздатковому матеріалі слайди мають бути обов'язково пронумеровані відповідно до презентації.

Необхідну кількість та зміст ілюстративного матеріалу магістр визначає самостійно, але погоджує його з керівником. Зазвичай його обсяг становить 4–5 сторінок формату А4.

Захист магістерської роботи розпочинається з доповіді її автора, в якій він у межах 10 хвилин має висвітлити:

- актуальність теми;
- мету завдання та об'єкт дослідження;



- результати аналітичних досліджень, зміст, з обґрунтуванням ефективності, запропонованих заходів (на них відводять 70 % часу у доповіді).

Члени ДЕК, присутні на захисті, ставлять здобувачеві кваліфікації маркетолог (менеджер) і наукового ступеня «магістр» запитання з метою визначення рівня його професійної підготовки у сфері маркетингу (менеджменту) та економічної ерудиції в цілому. Після відповіді на запитання слово надають науковому керівникові для характеристики й оцінки роботи студента. В разі його відсутності з поважної причини відгук має оприлюднити один із членів ДЕК.

Під час захисту ведуть протокол засідання ДЕК. Окремо зазначають думку членів ДЕК про практичну цінність і рекомендації щодо пропозицій автора. Захист магістерської роботи не має перевищувати 20 хвилин.

Після обговорення підсумків захисту на закритому засіданні ДЕК виносять її рішення. У разі незгоди членів ДЕК думка голови є вирішальною. Рішення комісії щодо захисту магістерської роботи оголошує її голова в той самий день.

ВАЖЛИВО

Не допущені до захисту курсові роботи оцінюють як «незадовільні», що також відображається у відомості.

У разі незгоди з оцінкою, виставленою комісією, студент має право подати апеляцію лише в день проведення захисту.

Випускників, які одержали під час захисту незадовільні оцінки, відраховують з університету. Вони одержують академічну довідку. До повторного захисту магістерську роботу може бути прийнято через рік (упродовж трьох років після завершення навчання).

4.4. Виступ на конференціях, конгресах, симпозіумах

Представлення результатів наукового дослідження, як правило, пов'язано з необхідністю виступати перед незнайомою аудиторією. На поведінку деяких студентів впливає хвилювання, і в результаті складається помилкове враження про низьку якість виконання роботи і поверхове знання питання, яке досліджувалося. Щоб цього не сталося, рекомендують завчасно підготувати не тільки текст доповіді, презентаційні та роздаткові матеріали, а й відповіді на можливі запитання. Важливо пам'ятати, що під час презентації на загальне враження від доповіді впливає поведінка доповідача, рухи тіла, відповіді на запитання, культура мовлення.

Підготовку до виступу варто розпочати завчасно, хоча б за тиждень до виступу. Необхідно насамперед ретельно продумати структуру доповіді, основні тези, які обов'язково мають прозвучати, відповіді на запитання. Після цього потрібно викласти текст доповіді письмово, але у стилі «розмови з аудиторією». Тобто писати текст таким чином, нібито звертаєшся до аудиторії. Наступний крок – прочитати текст, який було написано, і подумати, як саме візуалізувати основні «меседжі» для аудиторії. Для цього можна використовувати презентацію у форматі PowerPoint, відео, картинки, статистичні таблиці, діаграми, графіки. Коли це зроблено, необхідно декілька разів прочитати вголос текст доповіді, використовуючи при цьому ілюстративний матеріал.

Наостанок треба подумати, які місця доповіді можуть зацікавити потенційну аудиторію, і сформулювати для себе декілька запитань. Для ретельнішої підготовки, можна до кожної тези доповіді (або слайда) сформулювати по три запитання і відповіді на них. Відповіді на запитання мають бути сформульовані чітко і лаконічно, по суті. За можливості рекомендують перед виступом попрацювати з голосом та інтонацією. Перелік інформаційних джерел, в яких можна більш докладно почитати про роботу з голосом, наведено на с. 75.



ПАМ'ЯТКА ПРО ПОВЕДІНКУ ПІД ЧАС ВИСТУПУ ПЕРЕД АУДИТОРІЄЮ

1. Стежте за своєю поведінкою! Те, як людина виглядає і говорить, тобто її поведінку, формує ставлення до того, що вона говорить.
2. Дивіться в очі співрозмовнику легким і доброзичливим поглядом. Це викликає довіру.
3. Усміхайтесь! Доброзичливо, щиро, по-різному. Усміхненій людині легше привернути до себе увагу.
4. Тримайте голову прямо! Але не задирайте високо ніс, щоб не виглядати зарозуміло. І, навпаки, якщо голова опущена, погляд буде спідлоба.
5. Сидячи або стоячи – пам'ятайте про рівну поставу!
6. Рухайтесь, підключайте до спілкування все тіло: голова, корпус, руки мають працювати. Доречні рухи допоможуть зробити мову виразнішою і природною.
7. Жестикулюйте! Чіткі, завершені і доречні жести посилюють значення слів!
8. Говоріть чітко! Запорука чіткого мовлення – хороша артикуляція: активна робота губ, язика, нижньої щелепи. Чітка мова звучить культурно, впевнено і переконливо.
9. Слідкуйте за чистотою мови! Слова- і звуки-паразити: «ну», «е-е», «ось», «як би», «так би мовити», «значить» засмічують мову.
10. Змінюйте силу голосу залежно від цілей промови, розмірів аудиторії, атмосфери. Гучний голос сприймається як більш впевнений і переконливий.
11. Говоріть по-різному: варіюйте тональність! Люди більше довіряють тому, хто говорить низьким голосом. Низький голос вселяє спокій і надійність.
12. Використовуйте в мові паузи й інтонацію! Логічний наголос розставляє акценти, робить мову виразнішою і полегшує сприйняття слухача.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Незважаючи на те, що курсова, бакалаврська та магістерська роботи є науковими дослідженнями студентів, які ще навчаються, їх оцінюють доволі прискіпливо. У першу чергу наукове дослідження студентів оцінюють щодо виконання етичних принципів і дотримання вимог академічної доброчесності. Прискіпливу увагу звертають на якість проведеного дослідження, чи витримано логіку викладення матеріалу, на які саме інформаційні джерела спирається автор. Оцінка використання іноземних інформаційних джерел не зводиться тільки до перевірки наявності іноземних авторів у списку літератури. Перевіряють наявність критичного аналізу теоретичного до-робку різних наукових шкіл і традицій.

При проведенні дослідження студент повинен спиратися на актуальні й достовірні статистичні дані. Якщо в процесі дослідження виявилось, що одні й ті самі показники не збігаються, обов'язково потрібно вказати, з якого саме джерела взято дані для роботи. Доволі часто таке явище спостерігається, коли порівнюють статистичні дані різних країн, наприклад, інформацію української і польської митниці. Актуальність статистичних даних означає, що в роботі подано дані за останній календарний рік і планові (прогнозні) показники за поточний рік.

Рівень обґрунтованості висновків і пропозицій оцінюють не лише за тим, наскільки кожен з пунктів підкріплено теоретичними положеннями чи розрахунками, а й за тим, чи повні дані використано і як саме пояснено дискусійні моменти, які виникли в процесі дослідження.

Належне оформлення письмової роботи та презентації свідчить про обізнаність студента зі стандартами представлення даних і результатів дослідження, про його рівень кваліфікації. Дотримання графіка виконання дослідження допомагає оцінити організаційні навички і його вміння планувати свій час.

Невід'ємною складовою оцінки є рівень участі студента у дискусії, вміння обстоювати свої ідеї та тези, тому вагому частку у комплексній оцінці за кваліфікаційну роботу є саме доповідь і відповіді на запитання.

Докладніше критерії оцінювання досліджень студентів подано нижче у таблицях.

Якщо студент не погоджується з рішенням державної екзаменаційної комісії, він може подати в день захисту апеляцію з обґрунтуванням причин перегляду виставленої оцінки. Остаточні рішення щодо можливості перегляду оцінки приймає голова державної екзаменаційної комісії.

Критерії оцінювання курсової роботи 2 р. н.

Критерії оцінювання	Максимальна кількість балів
1. Якість проведеного дослідження	
1.1. Логіко-структурна побудова роботи, відповідність плану і змісту роботи її темі	5
1.2. Повнота розкриття теоретичних основ предмета дослідження; рівень опрацювання фундаментальних досліджень, сучасної наукової літератури та нормативно-правових документів	10
1.3. Наявність у курсовій роботі критичного аналізу досліджень іноземних вчених	5
1.4. Наявність у курсовій роботі аналізу статистичних даних та рівень їх опрацювання та представлення; розробка, обґрунтування моделі або алгоритму відповідно до завдань дослідження	15
1.5. Рівень обґрунтованості висновків	15
2. Оформлення роботи	
2.1. Дотримання загальних стандартів оформлення тексту, посилань, списку використаних джерел	5
2.2. Представлення статистичних даних, оформлення таблиць, схем, рисунків	5
3. Дотримання графіка виконання роботи	5
Всього	65
4. Захист роботи	
4.1. Доповідь: чіткість, логічність, стислість викладу	10
4.2. Відповіді на запитання: повнота, правильність, аргументованість	25
Всього	35
РАЗОМ	100

Критерії оцінювання курсової роботи 3 р. н.

Критерії оцінювання	Максимальна кількість балів
1. Якість проведеного дослідження	
1.1. Логіко-структурна побудова роботи, відповідність плану і змісту роботи її темі	5
1.2. Повнота розкриття теоретичних основ предмета дослідження; рівень опрацювання фундаментальних досліджень, сучасної наукової літератури та нормативно-правових документів	10
1.3. Використання іноземних літературних джерел	5
1.4. Використання статистичних даних та рівень їх опрацювання та представлення; використання математичної методів та інформаційних технологій	15
1.5. Рівень обґрунтованості та реальності висновків та пропозицій	15
2. Оформлення роботи (дотримання загальних стандартів оформлення тексту, посилань, списку використаних джерел)	10
3. Дотримання графіка виконання роботи	5
Всього	65
4. Захист роботи	
4.1. Доповідь: чіткість, логічність, стислість викладу	10
4.2. Електронна презентація в Power Point або іншій програмі	5
4.3. Відповіді на запитання: повнота, правильність, аргументованість	20
Всього	35
РАЗОМ	100

Підсумкову, диференційовану оцінку за результатами захисту кваліфікаційної або магістерської роботи визначає Державна екзаменаційна комісія, відповідно до стобальної шкали.

Критерії оцінювання кваліфікаційної роботи бакалавра

Критерії оцінювання	Максимальна кількість балів
1. Якість проведеного дослідження	
1.1. Логіко-структурна побудова роботи, відповідність плану і змісту роботи її темі	5
1.2. Повнота розкриття теоретичних основ предмета дослідження; рівень опрацювання фундаментальних досліджень, сучасної наукової літератури та нормативно-правових документів	10
1.3. Використання іноземних літературних джерел	5
1.4. Використання статистичних даних та рівень їх опрацювання та представлення; використання математичної методів та інформаційних технологій	10
1.5. Рівень обґрунтованості та реальності висновків. Наявність особистих розробок та пропозицій автора	15
2. Оформлення роботи (дотримання загальних стандартів оформлення тексту, посилань, списку використаних джерел)	5
3. Дотримання графіка виконання роботи	5
Всього	55
4. Захист кваліфікаційної роботи	
3.1. Презентація та роздатковий матеріал	5
3.2. Тези доповіді	10
3.2. Доповідь: чіткість, логічність, стислість викладу	10
3.3. Відповіді на запитання: повнота, правильність, аргументованість	20
Всього	45
РАЗОМ	100

Критерії оцінювання
магістерської роботи

Критерії оцінювання	Максимальна кількість балів
1. Якість проведеного дослідження	
1.1. Повнота опрацювання методології та методів дослідження	10
1.2. Використання статистичних даних та рівень їх опрацювання та представлення; використання математичної методів та інформаційних технологій	15
1.3. Рівень обґрунтованості та реальності висновків. Наявність особистих розробок та пропозицій автора	15
1.4. Наявність впровадження результатів дослідження (публікації тез, наукових статей)	10
2. Оформлення роботи: дотримання стандартів оформлення тексту, посилань, статистичних даних, оформлення таблиць, списку джерел	10
3. Дотримання графіка виконання роботи	5
Всього	65
4. Захист магістерської роботи	
4.1. Презентація та роздатковий матеріал	5
4.2. Доповідь: чіткість, логічність, стислість викладу	10
4.3. Відповіді на запитання: повнота, правильність, аргументованість	20
Всього	35
РАЗОМ	100

Загальні критерії оцінювання наукових робіт студентів

Показник успішності студента (в балах)	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	Критерії оцінювання
91–100	A	Відмінно	Роботу виконано самостійно. Вона характеризується науковою достовірністю, глибиною і повнотою розкриття теми, творчим підходом, багатим фактичним матеріалом, самостійно дібраними аргументованими прикладами, кількість яких достатня для обґрунтованих висновків і узагальнень. Роботі притаманне чітке структурування: аналітичне визначення мети і завдань, об'єкта, предмету дослідження, елементів новизни та практичного значення, загальнонаукових і конкретно-спеціальних методів дослідження. Робота є композиційно довершеною. Зміст роботи відповідає плану. Використано різноманітні джерела інформації. Робота вирізняється бездоганними орфографією, пунктуацією та стилістикою і оформлена згідно з вимогами. Обсяг відповідає визначеним нормам. Під час захисту студент чітко формулює мету роботи та її завдання, коротко і доступно викладає зміст і робить узагальнені висновки. Уміло використовує систему аргументації під час відповіді на запитання. Студент виявив високий рівень компетентності
81–90	B	Добре	Роботу виконано самостійно. Вона характеризується науковою достовірністю, глибиною та повнотою розкриття теми, творчим підходом, багатим фактичним матеріалом, самостійно дібраними аргументованими прикладами, кількість яких достатня для обґрунтованих висновків і узагальнень. У роботі відбито особисту думку автора. Робота є грамотною, оформлена згідно з вимогами. Обсяг відповідає визначеним нормам. Трапляються незначні фактичні та мовленнєві помилки (недоречне використання деяких іншомовних термінів; декларування деяких положень без розгорнутого їхнього тлумачення тощо). Під час захисту студент чітко формулює мету роботи та її завдання, коротко і доступно викладає зміст і робить узагальнені висновки. Аргументовано відповідає на всі поставлені запитання. Студент виявив достатній рівень компетентності
71–80	C	Добре	Роботу виконано самостійно. Вона характеризується достовірністю, розкриттям теми, творчим підходом, належним фактичним матеріалом, самостійно дібраними аргументованими прикладами, кількість яких достатня для обґрунтованих висновків і узагальнень. подекуди простежується пору-

Показник успішності студента (в балах)	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	Критерії оцінювання
			шення послідовності викладу матеріалу, надмірне цитування або брак посилання на цитовані джерела. У роботі є орфографічні, пунктуаційні та стилістичні помилки. Обсяг відповідає визначеним нормам. Під час захисту трапляються незначні фактичні та мовленнєві помилки. Студент формулює мету роботи та її завдання, коротко і доступно викладає зміст і робить узагальнені висновки. Аргументовано відповідає майже на всі поставлені запитання. Мовлення позначене загальним рівнем стилістичної культури
66–70	D	Задовільно	Роботу написано самостійно. Актуальність теми, мета та завдання обґрунтовані частково, загальний зміст роботи недостатньо структурований і не повністю відповідає плану. Робота тяжіє до описовості, інколи порушується логіка викладу матеріалу. Наявні орфографічні, пунктуаційні, граматичні й стилістичні помилки. В оформленні роботи є недоліки. Обсяг відповідає встановленим нормам. Під час захисту студент недостатньо чітко формулює мету роботи та її завдання, не може чітко і доступно викласти зміст і зробити узагальнені висновки. Відповідь на запитання не завжди аргументує
60–65	E	Задовільно	Роботу написано самостійно. Актуальність теми, мета та завдання обґрунтовані частково, загальний зміст роботи недостатньо структурований і не повністю відповідає плану. Робота тяжіє до описовості, інколи порушується логіка викладу матеріалу. Трапляється механічне, неосміслене поєднання думок. Деякі фрагменти з підручників або спеціальних робіт переписано дослівно із посиланням на першоджерело. Робота є схематичною. Наявні орфографічні, пунктуаційні, граматичні й стилістичні помилки. В оформленні роботи простежуються значні недоліки. Обсяг відповідає встановленим нормам. Під час захисту студент, не може чітко сформулювати мету та завдання роботи, доступно викласти її зміст і зробити узагальнені висновки. Відповідь на запитання не завжди є аргументованою
30–59	FX	Незадовільно	Визначено тему роботи. Простежується спроба обґрунтування актуальності теми, мети та завдань. Проте робота не структурована, схематична. Матеріал не розкриває тему. В оформленні роботи є значні недоліки. Обсяг не відповідає встановленим нормам. Роботу не допущено до публічного захисту
0–29	F	Незадовільно	Визначено тему роботи. Простежується спроба обґрунтування актуальності теми, мети та завдань. Проте робота не структурована, схематична. Матеріал не розкриває тему. В оформленні роботи автор не дотримується визначених вимог. Обсяг не відповідає встановленим нормам. Роботу не допущено до публічного захисту

Запитання, які ставлять найчастіше

1. З чого починають писати наукову роботу?

Починати писати наукову роботу потрібно з пошуку інформаційних джерел, їх вивчення, обговорення з керівником мети дослідження, підтези і тих питань, на яких слід сфокусуватися. Після цього треба розробити план дослідження.

Для своєчасного закінчення дослідження, або коли про необхідність написання роботи студент пригадав в останній момент, важливо скласти план-трафік виконання дослідження на кожен день і чітко його дотримуватися.

2. Чи дізнається викладач, якщо я цю роботу писатику не сам?

У більшості випадків викладач здогадується про це – за відповідями студента та стилем викладення матеріалу. Викладачі порічно читають нескінченну кількість різних досліджень і письмових студентських робіт, тож вони здатні опініти, якщо завдання студент виконував не самостійно.

3. Як обрати тему?

Намагайтеся обрати тему для дослідження, яка є актуальною і цікавою водночас, про яку вам щось уже відомо, наприклад, вона вас зацікавила під час вивчення дисципліни або ви щось раніше прочитали. Перш ніж остаточно визначитися з темою дослідження, треба зрозуміти, чи будуть доступні інформаційні джерела для її виконання. Приміром, дослідження використання *big data* для планування місцевого бюджету може бути надзвичайно цікавим, однак якщо немає доступу до масивів великих даних, то виконання аналітичної частини роботи буде неможливим.

4. Як написати план?

План і структуру дослідження і наукової роботи студент складає самостійно. Для цього потрібно поділити тему дослідження на певні частини: теоретичну, аналітичну, практичну; визначитися, що саме вивчатимете на теоретичному та практичному рівнях, сформулювати це письмово, узгодити з керівником і... почати писати.

5. Скільки пунктів має бути в кожному розділі?

У кожному розділі має бути не менше ніж три підрозділи, але не більше ніж п'ять. Втім, письмова робота є науковою творчістю студента, тому структуру він визначає самостійно відповідно до ідеї дослідження.

6. Скільки має бути джерел літератури?

Кількість інформаційних джерел для дослідження, яку необхідно опрацювати, залежить від теми дослідження. Для теми «Особливості використання маркетингу на підприємстві» таких джерел може бути дуже велика кількість. Важливо дослідити фундаментальні (базові) та «найсвіжіші» роботи, крім того, потрібно оцінити рівень розробки проблеми у вітчизняній та іноземній науці.

Доволі часто при роботі з інформаційними джерелами допускають помилку, коли досліджують інформаційні джерела, які є під рукою, а не ті, що є вихідними для певної проблеми. Тобто, роблять посилання на другорядні інформаційні джерела, і тому складається враження, що питання розкрито не повністю.

7. Як відбуватиметься захист дослідження?

Захист дослідження відбувається перед комісією. Захист бакалаврської або магістерської роботи – перед державною екзаменаційною комісією, захист курсової – перед комісією, що складається із викладачів кафедри, яку призначає завідувач кафедри.

Під час захисту студент робить коротку доповідь (до 7 хвилин), наголошуючи на основних результатах дослідження, і відповідає на запитання. При виставленні оцінки враховують якість виконання письмового дослідження, доповідь, відповіді на запитання.

8. Чи можна у роботі посилатися на статті бізнесменів, а не науковців?

У роботі треба використовувати інформацію, яка є актуальною, відповідає дійсності, спирається на статистичні дані. Отже, якщо йдеться про вузький сегмент ринку, про експертну думку, то доречно навести цитату підприємця, яка підкреслює/спростовує висунуту гіпотезу. Водночас, якщо відбувається аналіз на макрорівні, використовувати цитати бізнесменів треба обережно, бо може виявитися, що вони характеризують тільки окремий випадок (виняток), а не явище загалом.

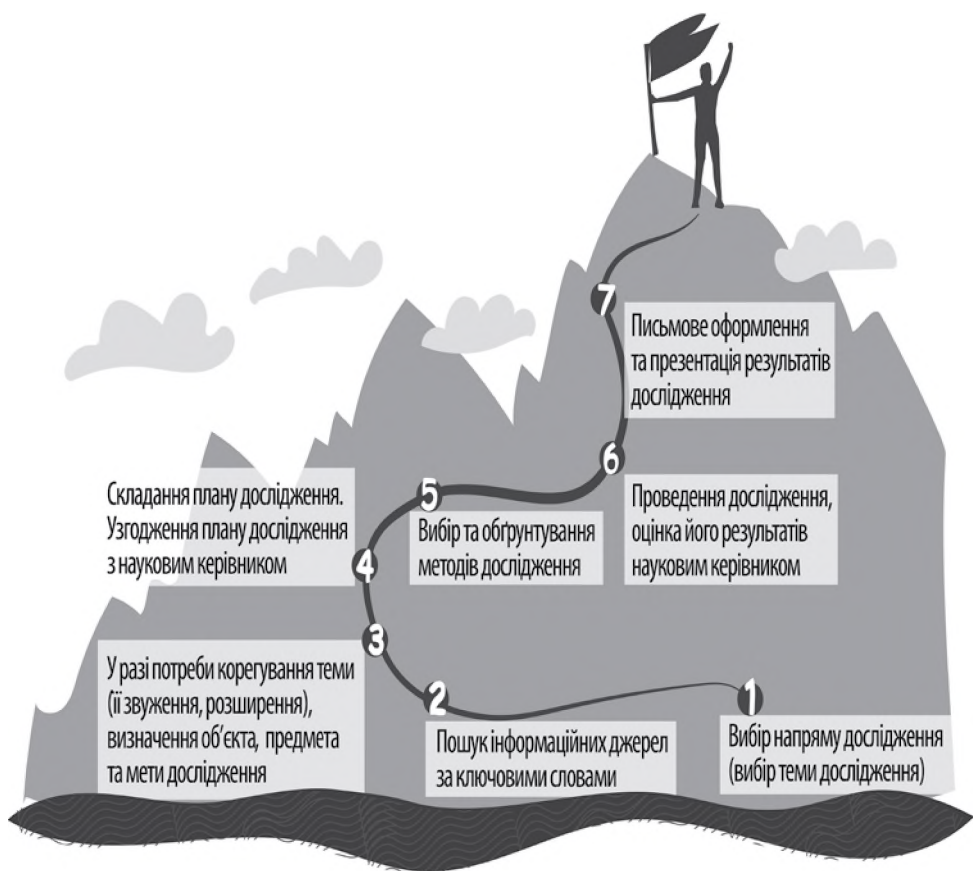
Корисні посилання про роботу з голосом

1. Секрети презентацій Стіва Джобса: <https://www.youtube.com/watch?v=SA71yQ0JgXk>.
2. Секрети презентацій Барака Обама: <https://www.youtube.com/watch?v=jm8TJQbNt1o>.
3. Julian Treasure: How to speak so that people want to listen: https://www.ted.com/talks/julian_treasure_how_to_speak_so_that_people_want_to_listen.
4. Емі Кадді: Мова тіла формує Вашу особистість: https://www.ted.com/talks/amy_cuddy_your_body_language_shapes_who_you_are?language=ru.
5. Celeste Headlee '10 Ways to Have a Better Conversation': https://www.ted.com/talks/celeste_headlee_10_ways_to_have_a_better_conversation#t-66139.
6. Allan Pease: Body language, the power is in the palm of your hands: <https://www.youtube.com/watch?v=ZZZ7k8cMA-4&feature=youtu.be>.
7. Laura Sicola: Want to sound like a leader? Start by saying your name right: <https://www.youtube.com/watch?v=02EJ1IdC6tE>.
8. Енні Бослер і Дон Грін: Як практикуватися ефективно: <https://www.youtube.com/watch?v=f2O6mQkFiw>.
9. Simon Lancaster: Speak like a leader: <https://www.youtube.com/watch?v=bGBamfWasNQ>.
10. Рон Гутман «Прихована сила усмішки»: http://www.ted.com/talks/ron_gutman_the_hidden_power_of_smiling.
11. Carly Fiorina: The Dynamics of Change and Fear: <https://www.youtube.com/watch?v=w3IbKbDhfKw>.
12. Габлюк Ольга про правила успішного виступу: <https://www.youtube.com/watch?v=hBaOIFVLhh8>.
13. National Geographic: Як тон нашого голосу може вплинути на поведінку оточення: <https://www.youtube.com/watch?v=AplimSbvhvk>.
14. National Geographic: Як працює наш голосовий апарат: <https://www.youtube.com/watch?v=uUIIz2iiKTo&feature=youtu.be>.
15. Will Stephen: How to sound smart in your TEDx Talk: <https://www.youtube.com/watch?v=8S0FDjFBj8o>.
16. Канал «Так буде українською»: https://www.youtube.com/watch?v=4CWs_x7TsVo&list=PL3D778CBE57557584.
17. Канал «Запам'ятай. Так буде українською»: <https://www.youtube.com/watch?v=RqKZ7dR0P8M&list=PLVC0612vzRyhRjCEltGvfw2vtTgETnlkx>.
18. Katherine Hampsten: How miscommunication happens (and how to avoid it): https://www.youtube.com/watch?v=gCfzeONu3Mo&feature=em-share_video_user.
19. Stanford Graduate School of Business: https://www.youtube.com/watch?v=WsZAx20Ui_A.

ДОДАТКИ

Додаток А

Дорожня карта успішного захисту



Додаток Б*Зразок оформлення титульного аркуша*

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Кієво-Могилянська академія»

Факультет економічних наук
Кафедра маркетингу та управління бізнесом

КУРСОВА РОБОТА

Галузь знань 07 «Економіка і підприємництво»
спеціальність – 075 «Маркетинг»

на тему

(назва теми)

Виконав(ла) студент(ка) 2 р. н.

ПІБ студента

Науковий керівник:

вчене звання, ступінь

ПІБ наукового керівника

Додаток В*План-зразок за темою
«Особливості ведення рекламного бізнесу в Україні»***ЗМІСТ**

Вступ	
Розділ 1. Теоретичні та методологічні основи рекламної діяльності підприємства	
1.1. Поняття реклами. Місце та роль реклами в системі маркетингових комунікацій підприємства (або в системі взаємодії зі споживачем)	
1.2. Класифікація каналів рекламної комунікації	
1.3. Законодавче регулювання ринку рекламних послуг в Україні та світі	
Розділ 2. Аналіз ринку рекламних послуг в Україні та світі	
2.1. Аналіз досліджень ефективності використання реклами на різних етапах взаємодії зі споживачем (або для товарів різних цінових категорій; або для впливу на різні категорії споживачів)	
2.2. Ринок рекламних послуг в Україні та світі: тенденції та перспективи	
2.3. Використання медійної реклами (або зовнішньої реклами, або інтернет-реклами) в Україні (або на ринку автомобілів / молочної продукції)	
Розділ 3. Рекомендації щодо вдосконалення розміщення реклами українськими підприємствами	
3.1. Оцінка ефективності використання медійної реклами (або зовнішньої реклами, або інтернет-реклами) в Україні (або на ринку автомобілів/ молочної продукції)	
3.2. Шляхи вдосконалення рекламної політики підприємств України	
Висновки	
Список використаних джерел	
Додатки	

Додаток Г

*План-зразок за темою
«Особливості ведення рекламного бізнесу в Україні»*

ЗМІСТ

Вступ	
Розділ 1. Теоретичні та методологічні основи управління рекламним бізнесом	
1.1. Місце та роль реклами в системі управління маркетинговими комунікаціями	
1.2. Системи класифікацій реклами та методи оцінки ефективності деяких видів реклами.....	
1.3. Аналіз особливостей розвитку рекламного ринку в Україні	
Розділ 2. Аналіз діяльності рекламного агентства «Х» в умовах українського ринку	
2.1. Аналіз рекламної індустрії України в міжнародному контексті	
2.2. Загальна характеристика «Х»	
2.3. Аналіз специфіки діяльності «Х»	
2.4. Загальний ситуаційний аналіз стану компанії «Х»	
Розділ 3. Рекомендації щодо вдосконалення оцінки ефективності розміщення реклами та оптимізації витрат на дослідження рекламної ефективності	
3.1. Оцінка ефективності рекламної політики «Х»	
3.2. Рекомендації щодо підвищення ефективності оцінки рекламної діяльності агентства: моделювання залежності між рівнем знання торгової марки та інвестиціями в телевізійну рекламу	
Висновки	
Список використаних джерел	
Додатки	

Додаток Д*Зразок титульного аркуша кваліфікаційної роботи*

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«КИЄВО-МОГИЛЯНСЬКА АКАДЕМІЯ»**

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІЧНИХ НАУК

Кафедра маркетингу та управління бізнесом

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

освітній ступінь – бакалавр

на тему _____

Виконав: студент 4 курсу
напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг»

_____ (прізвище, ім'я по батькові)

Керівник _____
(прізвище та ініціали)

Рецензент _____
(прізвище та ініціали)

Кваліфікаційна робота захищена
з оцінкою « _____ »

Секретар ЕК: _____
(прізвище та ініціали)

« ____ » _____ 20__ р.

Київ – 20__

Додаток Е*Зразок змісту кваліфікаційної роботи***ЗМІСТ**

ВСТУП	
Розділ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ	
1.1. Сутність та класифікація методів дослідження поведінки споживачів	
1.2. Аналіз основних методів та інструментів дослідження поведінки споживачів	
1.3. Методи дослідження поведінки споживачів компанії SuperDeal	
Висновки до розділу 1	
Розділ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ НА ПРИКЛАДІ ІНТЕРНЕТ-ПОРТАЛУ SUPERDEAL	
2.1. Загальні відомості про компанію SuperDeal	
2.2. Цілі та обмеження дослідження	
2.3. Моделювання та аналіз продажів компанії SuperDeal	
2.4. Дослідження мотивацій споживачів при використанні SuperDeal	
Висновки до розділу 2	
Розділ 3. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПОРТАЛУ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ	
3.1. Оптимізація моделі продажів компанії SuperDeal з урахуванням результатів дослідження поведінки споживачів	
3.2. Оцінка вжитих заходів	
3.2. Обґрунтування напрямів розвитку компанії в межах ринкових тенденцій	
Висновки до розділу 3	
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	
ДОДАТКИ	

Додаток Є*Зразок титульного аркуша магістерської роботи*

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«КИЄВО-МОГИЛЯНСЬКА АКАДЕМІЯ»**

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІЧНИХ НАУК

Кафедра маркетингу та управління бізнесом

МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему _____

Виконав: студент 2 курсу
спеціальності 075 «Маркетинг»

(прізвище та ініціали)

Керівник _____
(прізвище та ініціали)

Рецензент _____
(прізвище та ініціали)

Київ – 20__

Додаток Ж*Зразок змісту магістерської роботи***ЗМІСТ**

ВСТУП	
Розділ 1. МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ	
1.1. Класифікація методів дослідження в маркетингу	
1.2. Методи дослідження поведінки споживачів	
Висновки до розділу 1	
Розділ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ НА ПРИКЛАДІ ІНТЕРНЕТ-ПОРТАЛУ SUPERDEAL	
2.1. Загальні відомості про компанію SuperDeal	
2.2. Цілі та обмеження дослідження	
2.3. Моделювання та аналіз продажів компанії SuperDeal	
2.4. Дослідження мотивацій споживачів при використанні SuperDeal	
Висновки до розділу 2	
Розділ 3. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПОРТАЛУ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ	
3.1. Оптимізація моделі продажів компанії SuperDeal з урахуванням результатів дослідження поведінки споживачів	
3.2. Оцінка вжитих заходів	
3.3. Обґрунтування напрямів розвитку компанії в межах ринкових тенденцій	
Висновки до розділу 3	
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	
ДОДАТКИ	

Додаток 3
Зразок тез доповіді

УДК 670.5

Іванов І. І.

**МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ
СПОЖИВЧОЇ АУДИТОРІЇ ПІДПРИЄМСТВА***Ключові слова:*

Маркетингові дослідження споживчої аудиторії...

Література:

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України № 2145-VIII від 05.09.2017 «Про освіту».
2. Закон України № 1556-VII від 01.07.2014 «Про вищу освіту».
3. Аналітична довідка за результатами дослідження практик академічної доброчесності у ВНЗ України. – Київ, 2016. URL: <http://mon.gov.ua/content/%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%BD%D0%B8/2016/08/09/academicna-dobrochesnist.pdf>.
4. Будапештська ініціатива відкритого доступу (2002).
5. Берлінська декларація про відкритий доступ до наукових та гуманітарних знань (2003). URL: http://studiap.kubg.edu.ua/img/berlinska_deklaratsiia.pdf.
6. Еко Умберто. Як написати дипломну роботу: Гуманітарні науки / пер. за ред. О. Глотова. – Тернопіль : Мандрівець, 2007. – 224 с.
7. Селігей П. О. Науковий жаргон: основні ознаки та причини появи. – Київ, 2003. – 56 с.
8. Семенов О. М. Культура наукової української мови : навч. посіб. – Київ : Видавничий центр «Академія», 2010. – 216 с.
9. Сурмін Ю. Науковий текст: специфіка, підготовка та презентація : навч.-метод. посіб. – Київ : НАДУ, 2008. – 184 с.
10. Шліхта Н., Шліхта І. Основи академічного письма: Методичні рекомендації та програма курсу. – Київ, 2016. – 61 с.
11. Що потрібно знати про плагіат: посібник з академічної грамотності та етики для «чайників». URL: http://library.kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/biblio/PDF/books_ac-gr.pdf.
12. The International Center for Academic Integrity. URL: <http://www.academicintegrity.org/icaei/home.php>.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Воропай Ольга Костянтинівна – кандидат економічних наук, старший викладач кафедри маркетингу та управління бізнесом Національного університету «Києво-Могилянська академія». Почала свою кар'єру як консультант з приватних інвестицій, очолювала напрям закушівель та збуту ТМ Декор Сервіс.

Пічк Катерина Валеріївна – кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу та управління бізнесом Національного університету «Києво-Могилянська академія». Після закінчення аспірантури у Науково-дослідному економічному інституті Міністерства економіки і з питань європейської інтеграції України успішно викладає маркетингові дисципліни у ВНЗ. Поєднує викладацьку роботу з консультативною.

Чала Ніна Дмитрівна – доктор наук з державного управління, професор кафедри маркетингу та управління бізнесом Національного університету «Києво-Могилянська академія». Успішно поєднує викладацьку і консультативно-аналітичну роботу.

Що таке наукове дослідження і чим воно корисне?	3
Розділ 1. Технологія проведення наукового дослідження.....	7
1.1. Інформаційна база наукового дослідження.....	7
1.2. Етика ведення наукової роботи та академічна доброчесність.....	12
1.3. Формулювання теми наукового дослідження і визначення робочої гіпотези	15
1.4. Визначення мети, завдань, об'єкта і предмета дослідження.....	17
1.5. Методологія і методи проведення наукових досліджень	18
1.6. Розробка плану та структури дослідження	21
Розділ 2. Структура і зміст наукового дослідження.....	23
2.1. Перший крок: курсова робота	23
2.2. Підготовка бакалаврської роботи	36
2.3. Підготовка магістерської роботи	41
2.4. Підготовка тез наукового дослідження	46
2.5. Підготовка наукової статті	47
Розділ 3. Вимоги до оформлення результатів наукового дослідження	49
3.1. Загальні вимоги.....	49
3.2. Оформлення графічного та ілюстративного матеріалу.....	51
3.3. Оформлення формул.....	53
3.4. Загальні правила цитування та посилання на інформа- ційні джерела	54
Розділ 4. Презентація результатів наукового дослідження	57
4.1. Захист курсової роботи	57
4.2. Захист бакалаврської роботи.....	58
4.3. Захист магістерської роботи.....	61
4.4. Виступ на конференціях, конгресах, симпозіумах.....	64
Розділ 5. Критерії оцінювання наукового дослідження	66
Запитання, які ставлять найчастіше	73
Корисні посилання про роботу з голосом	75
Додатки	76
Список літератури.....	85
Відомості про авторів	86

Навчально-методичне видання

Воропай Ольга Костянтинівна,
Пічик Катерина Валеріївна,
Чала Ніна Дмитрівна

НАУКОВА РОБОТА: ЛЕГКО, ІЗ ЗАДОВОЛЕННЯМ

Редактор *Олена Пазюк*
Комп'ютерна верстка *Наталії Єрмак*
Ілюстрації *Олени Зарецької*

Підписано до друку 26.03.2018. Формат 60 × 84^{1/16}.
Гарнітура «Warnock Pro».
Папір офсетний № 1. Друк офсетний.
Умов.-друк. арк. 5,23. Наклад 100 прим.
Зам. № 215-18

Адреса редакційно-видавничого відділу НАУКМА:
вул. Г. Сковороди, 2, м. Київ, 04655,
тел.: (044) 463-66-68

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
видавців, виготівників і розповсюджувачів книжкової продукції
серія ДК № 3631 від 23.11.2009

Надруковано у ТОВ «ГЛІФ МЕДІА».
м. Київ, вул. Полупанова, 21,
тел./факс: (044) 221-71-75,
свідоцтво про реєстрацію
від 24.01.2014, № 10691020000031465

Воропай О. К., Пічик К. В., Чала Н. Д. Наукова робота: легко,
НЗ4 із задоволенням. – Київ : НАУКМА, 2017. – 88 с.

ISBN 978-617-7668-01-4

Навчальний посібник висвітлює основні засади ведення науково-дослідної роботи, а також містить практичні рекомендації щодо підготовки і презентації наукових робіт студентами (курсіві, бакалаврські, магістерські дипломні роботи). У посібнику наведено вимоги, основні правила написання кваліфікаційних робіт та захисту. Окремі розділи присвячено науково-дослідній роботі студентів, її структурі, змісту і формам.

Для студентів вищих навчальних закладів та всіх, хто цікавиться основами методології наукових досліджень.

УДК 378.22:[339.138+005]