

**ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«МІЖНАРОДНИЙ ЄВРОПЕЙСЬКИЙ
УНІВЕРСИТЕТ»**



**Навчально-науковий інститут
«Європейська школа бізнесу»**



Кафедра менеджменту, маркетингу та бізнес-адміністрування

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО
ВИКОНАННЯ ТА ЗАХИСТУ
КВАЛІФІКАЦІЙНИХ РОБІТ ДЛЯ
ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 «МАРКЕТИНГ»
ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»**

Київ - 2025

УДК 339.138:378.147 (075.8)

Розглянуто та схвалено на засіданні кафедри менеджменту, маркетингу та бізнес-адміністрування, протокол № 4 від 01.12.2025р.

**Рекомендовано до друку Вченою радою
Навчально-наукового інституту
«Європейська школа бізнесу»
(протокол №3 від 04.12.2025 р.)**

Рецензент:

Трушкіна Н.В., кандидат економічних наук, старший дослідник, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та бізнес-адміністрування, Міжнародний європейський університет (м. Київ)

Укладачі:

Панченко О.В., доктор філософії, доцент, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та бізнес-адміністрування, Міжнародний європейський університет (м. Київ)

Кузьменко О.А., кандидат економічних наук, доцент, завідувачка кафедри менеджменту, маркетингу та бізнес-адміністрування, Міжнародний європейський університет (м. Київ)

Методичні рекомендації до виконання та захисту кваліфікаційних робіт для здобувачів вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього ступеня «бакалавр» / [Електронне видання] / Панченко О.В., Кузьменко О.А. – К.: МЄУ – 41 с.

Методичні рекомендації містять завдання та тематику кваліфікаційних робіт освітнього ступеня «бакалавр», вимоги до організації виконання та правила оформлення пояснювальної записки і графічного матеріалу, порядку підготовки та проведення захисту кваліфікаційних робіт.

Для студентів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього ступеня «бакалавр» всіх форм навчання.

© О.В. Панченко, О. А. Кузьменко 2025

ЗМІСТ

Вступ	3
1. Загальні вимоги до кваліфікаційної роботи	5
2. Вимоги до написання кваліфікаційної роботи	6
3. Вимоги до оформлення кваліфікаційної роботи	14
4. Захист кваліфікаційної роботи	21
5. Критерії оцінювання кваліфікаційної роботи	22
6. Порядок присудження ступеня вищої освіти	25
7. Запобігання академічному плагіату.....	25
Список використаних джерел	27
Додаток А. Орієнтовні напрями дослідження (для здобувачів вищої освіти ступеня «бакалавр» за спеціальністю 075 «Маркетинг»)	28
Додаток Б. Форма заяви на виконання кваліфікаційних робіт бакалавра.....	32
Додаток В. Зразок титульної сторінки кваліфікаційної роботи	33
Додаток Г. Зразок завдання на кваліфікаційну роботу	34
Додаток Д. Зразок оформлення реферату на кваліфікаційну роботу	36
Додаток Е. Форма рецензії на кваліфікаційну роботу	38
Додаток Ж. Зразок оформлення змісту кваліфікаційної роботи	39
Додаток К. Основні правила оформлення списку використаних джерел	40

ВСТУП

Бакалавр – це освітній ступінь, що здобувається на першому рівні вищої освіти та присуджується закладом вищої освіти у результаті успішного виконання здобувачем вищої освіти відповідної освітньої програми.

Атестація – це встановлення відповідності результатів навчання здобувачів вищої освіти вимогам освітньої програми.

Атестація здобувачів вищої освіти ступеня бакалавра здійснюється на підставі оцінки якості засвоєння освітньо-професійної програми, рівня професійних знань, умінь та навичок, ступеня сформованості системи професійних компетентностей бакалавра, передбачених Стандартом вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

Кваліфікаційна робота – це самостійно виконана дослідницька праця за визначеною темою, що носить прикладний характер та має за основне призначення демонстрування рівня компетенцій здобувача вищої освіти і його вміння вирішувати конкретні теоретичні та практичні завдання.

У процесі підготовки кваліфікаційної роботи здобувач вищої освіти розвиває широту мислення, набуває навичок дослідницької роботи, демонструє рівень застосування отриманих фахових знань на практиці. Кваліфікаційна робота повинна бути актуальною та направленою на вирішення економічних проблем сьогодення.

Кваліфікаційна робота є завершальним етапом навчання за спеціальністю та підводить підсумки освітнього процесу в плані спеціальної і професійної підготовки. У плані спеціальної підготовки вона покликана показати, як здобувач вищої освіти опанував комплекс дисциплін навчального плану. У плані професійної підготовки робота повинна продемонструвати вміння здійснювати дослідження і приймати обґрунтовані управлінські рішення в конкретних умовах діяльності підприємства, установи або організації.

Ці методичні вказівки призначені для керівництва виконанням і захистом кваліфікаційних робіт студентів освітнього ступеня «бакалавр» за спеціальністю 075 «Маркетинг».

1. ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Кваліфікаційна робота є самостійною науково-кваліфікаційною роботою, в якій на основі виконаних здобувачем вищої освіти досліджень сформульовані та обґрунтовані положення, які мають управлінське, фінансове, соціально-економічне значення в галузі управління і адміністрування. Кваліфікаційна робота повинна носити характер прикладних досліджень з обраної студентом теми і мати практичне значення для вдосконалення менеджменту підприємств і організацій.

Мета кваліфікаційної роботи бакалавра – це вирішення та розробка конкретного професійного завдання, що ґрунтується на опануванні теоретичного матеріалу за весь період навчання і методів самостійного дослідження, послідовного викладання, практичного застосування теоретичних знань щодо вдосконалення управління окремими напрямками діяльності реального досліджуваного об'єкта.

Кваліфікаційна робота є підсумковою роботою, яка дає змогу виявити рівень засвоєння здобувачем вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр» теоретичних знань та практичної підготовки, здатність до самостійної роботи зі спеціальності 075 «Маркетинг» на первинних посадах відповідно до узагальненого об'єкта діяльності.

Кваліфікаційна робота як метод оцінювання рівня якості підготовки має продемонструвати, що бакалавр володіє системою спеціальних знань, які здобуті у процесі навчання та практичної підготовки на рівні новітніх досягнень науки у предметній області діяльності, що є запорукою його професійної діяльності, та вміє:

- працювати з інформаційними джерелами (законодавчими і нормативними документами, науковою спеціальною літературою, у т.ч. виданою іноземними мовами, матеріалами Інтернету, даними статистичної та фінансової звітності тощо);

- викладати матеріал логічно та аргументовано;

- використовувати сучасні дидактичні технології і методи;

- використовувати статистичні та математичні методи для аналізу проблем та обґрунтування управлінських рішень;

- опановувати сучасні наукові методи для проведення теоретичних і емпіричних досліджень;

- використовувати набуті навички для розроблення пропозицій і обґрунтування рекомендацій з предмета дослідження;

- робити висновки щодо результатів проведених досліджень.

Кваліфікаційна робота має бути написана державною мовою.

науковим стилем, логічно й аргументовано. За структурою робота має

містити вступ, основну частину, висновки, список використаних джерел, додатки. Виклад змісту кожного питання роботи має бути цілісним, логічним, доказовим і пояснювальним та науково аргументованим.

Основні етапи підготовки та виконання кваліфікаційної роботи:

- вибір та затвердження теми;
- складання та затвердження завдання на роботу;
- проведення досліджень;
- опрацювання та викладення результатів досліджень;
- перевірка роботи на наявність текстових збігів та запозичень;
- зовнішнє рецензування;
- захист роботи на засіданні Екзаменаційної комісії.

Захист кваліфікаційної роботи відбувається публічно на відкритому засіданні Екзаменаційної комісії.

2. ВИМОГИ ДО НАПИСАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Вибір теми кваліфікаційної роботи. Тема роботи має відображати проблематику функціональних напрямів управлінської діяльності і конструюватися на основі виробничих функцій та типових завдань діяльності, що формують складові професійної компетентності бакалавра. Критерієм вибору теми дослідження є її актуальність щодо сучасних тенденцій розвитку науки і практики в галузі управління.

При формуванні тематики робіт за основу приймаються: актуальні напрями наукових досліджень у сфері маркетингу; пропозиції підприємств, установ чи організацій; наявність угод на підготовку фахівців і потреби конкретних робочих місць; тематика науково-дослідних робіт кафедри та навчально-наукового інституту; характер розподілу випускників. Назва теми повинна бути чіткою, лаконічною та містити однозначне тлумачення.

Закріплення теми кваліфікаційної роботи, призначення наукового керівника та консультантів (у разі потреби) затверджується наказом ректора закладу вищої освіти.

Рекомендована тематика кваліфікаційних бакалаврських робіт (Додаток А) не носить обов'язковий характер – назва тем може редагуватися здобувачем за узгодженням з науковим керівником. Назва теми кваліфікаційної бакалаврської роботи подається здобувачем у заяві встановленої форми (Додаток Б) за його підписом.

Структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається із: титульної сторінки; завдання на кваліфікаційну роботу; рефератів українською та англійською мовами; змісту; вступу; основної частини; висновків; списку використаних джерел; додатків.

Титульна сторінка є першою сторінкою кваліфікаційної роботи і оформлюється відповідно до вимог стандарту та вимог закладу вищої освіти. Зразок титульної сторінки кваліфікаційної роботи наведено в Додатку В.

Завдання на кваліфікаційну роботу містить мету, об'єкт і предмет дослідження, розгорнутий зміст (план) роботи, календарний графік виконання роботи. Завдання затверджується керівником кваліфікаційної роботи та завідувачем випускової кафедри. Зразок завдання на кваліфікаційну роботу представлено у Додатку Г.

Реферат призначений для короткого ознайомлення з роботою і повинен відображати в стислій, інформативній формі її основний зміст і результати. У рефераті зазначається назва кваліфікаційної роботи, основний зміст та результати дослідження. Ключові слова (слова специфічної термінології за темою, які найчастіше зустрічаються у кваліфікаційній роботі) наводяться у називному відмінку. Кількість ключових слів - 5-7. Реферат подається українською та англійською мовами і розміщується на окремому аркуші разом з ключовими словами. Зразок оформлення реферату наведено у Додатку Д.

У кваліфікаційній роботі може подаватися *перелік умовних скорочень і позначень*, якщо в ній вжито специфічну термінологію, а також використано маловідомі скорочення, нові символи, позначення тощо. Якщо в тексті пояснювальної записки зустрічаються умовні позначення, скорочення, символи, одиниці виміру, не передбачені діючими стандартами, а також спеціальні терміни, то їх перелік оформляється окремим списком у вигляді таблиці або стовпчика, де зліва в алфавітному порядку зазначаються умовні позначення, скорочення або терміни, а далі – їх розшифровка. Перелік умовних позначень розміщують безпосередньо після змісту, починаючи з нової сторінки. Якщо в тексті умовні позначення зустрічаються до трьох разів, то перелік умовних скорочень і позначень не наводиться. При першій появі цих елементів у тексті пояснювальної записки наводять їх розшифровку. Перелік умовних позначень дають у такій послідовності: скорочення, у т.ч. аббревіатурні; умовні позначення; одиниці вимірювання; терміни.

Зміст кваліфікаційної роботи визначається її темою і відображається в плані, що затверджується науковим керівником, розміщується безпосередньо після анотації, починаючи з нової сторінки. Зміст включає: вступ; послідовно перелічені назви усіх розділів і підрозділів; висновки; список використаних джерел; додатки. Зразок оформлення змісту наведено в Додатку Ж.

У *вступі* кваліфікаційної роботи зазначаються: проблема, що потребує вирішення, ступінь її дослідження; обґрунтовується актуальність

обраної теми, мета і завдання; формуються об'єкт і предмет дослідження, практична значущість, методи наукових досліджень, апробація результатів на підприємствах, організаціях, установах (у разі наявності). Обсяг вступу, як правило, не повинен перевищувати 3-4 сторінки.

Актуальність теми дослідження подається у вигляді критичного аналізу літературних джерел та напрямів розв'язання проблеми, обґрунтування необхідності досліджень для підприємств, організацій та установ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій (за останні 3-5 років), у яких започатковано розв'язання конкретної проблеми із зазначенням авторів та їх наукового внеску, на які спирається автор, виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується означена кваліфікаційна робота.

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

Об'єкт дослідження роботи - це процес або явище, що створює проблемну ситуацію і обрані для вивчення.

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

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

Методи дослідження - спосіб набуття достовірних наукових знань, умінь та практичних навичок у різних сферах діяльності. Загальні методи наукових досліджень можна поділити на три групи, межі між якими визначені приблизно:

- методи емпіричного дослідження (спостереження, порівняння, вимірювання, експеримент);
- методи, що використовуються для емпіричного та теоретичного досліджень (абстрагування, аналіз і синтез, моделювання тощо)
- методи теоретичного дослідження (формалізація, системний підхід ін.).

Практичне значення одержаних результатів повинна містити результати самостійно проведених досліджень, що можуть бути впроваджені в діяльність підприємств, установ, організацій.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра з маркетингу викладена на ___ сторінках, основний зміст роботи викладено на ___ сторінках друкованого тексту, ілюструється __ рисунками і __ таблицями та складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел із __ найменувань і __ додатків.

Основна частина кваліфікаційної роботи складається з розділів (теоретичний, дослідницько-аналітичний, рекомендаційний) і підрозділів, які мають бути взаємопов'язані, а матеріал – викладеним послідовно і логічно із критичним аналізом теоретичних положень, статистичних даних, інформації різноманітного характеру. У кінці кожного підрозділу кваліфікаційної бакалаврської роботи формуються висновки зі стислим викладенням наведених у ньому результатів наукових і прикладних досліджень.

Структура роботи та обсяг її розділів і підрозділів залежать від особливостей теми кваліфікаційної роботи. Рекомендований обсяг роботи – 60-70 сторінок. Обсяг основного тексту роботи 50-60 сторінок (допускається відхилення в межах $\pm 10\%$), з урахуванням кількості сторінок та відсотків згідно основних елементів кваліфікаційної роботи:

- вступ (близько 5% основного тексту рукопису, або 3 сторінки);
- основна частина, яка включає, як правило, три розділи:
 - Розділ 1 (близько 30% основного тексту рукопису, або 15-18 сторінок);
 - Розділ 2 (близько 35% основного тексту рукопису, або 18-21 сторінок);
 - Розділ 3 (близько 25% основного тексту рукопису, або 13-15 сторінок);
- висновки (близько 5% основного тексту рукопису, або 3-4 сторінки).

До цього обсягу не включають титульний аркуш, завдання, рефератів українською та англійською мовою, змісту, списку використаних джерел та додатків. Також із загального обсягу тексту роботи виключають сторінки, які містять таблиці та рисунки, що займають площу цілого аркуша.

При цьому, кожен підрозділ до будь-якого з розділів кваліфікаційної роботи повинен мати мінімум 5-10 сторінок.

До змісту основної частини пояснювальної записки пред'являються такі типові вимоги:

У першому (теоретичному) розділі основної частини здобувач демонструє науково-дослідницькі компетенції, здійснюючи ретроспективний і критичний огляд релевантних науково-економічних та нормативно-методичних джерел, у тому числі зарубіжних. У розділі аналізуються різні наукові погляди та підходи, здійснюється їх наукова класифікація й порівняльна оцінка меж доцільного застосування відповідних методів.

На основі полемічного аналізу наукових публікацій за останні 3–5 років формуються проблемні питання, висловлюється та аргументується

авторська позиція щодо предмета дослідження. Важливе місце посідає обґрунтування методичних підходів, які використовуватимуться в наступних розділах, із поясненням вибору інструментів для розв'язання визначеної проблеми та аналізом чинників, що впливають на стан і розвиток досліджуваного об'єкта.

Використання джерел супроводжується обов'язковими бібліографічними посиланнями із зазначенням сторінок, а добір літератури здійснюється відповідно до змісту досліджуваної проблеми. Підсумком теоретичного розділу є чітке обґрунтування інструментів і методів, які становитимуть основу подальших емпіричних досліджень.

Другий розділ бакалаврської кваліфікаційної роботи за спеціальністю 075 «Маркетинг» (дослідницько-аналітичний) спрямований на комплексний аналіз маркетингової та економічної діяльності підприємства як об'єкта дослідження. У розділі здобувач вищої освіти використовує фактичні матеріали, зібрані під час проходження переддипломної практики, а також офіційну статистичну та фінансову звітність підприємства.

Основна увага приділяється дослідженню організаційної структури маркетингової служби, визначенню її місця в системі управління, завдань і функцій, а також аналізу ефективності маркетингової діяльності (дослідження ринку, сегментація, позиціонування, комплекс маркетингу, маркетингові комунікації тощо). Аналіз проводиться не менше ніж за три останні роки, що дозволяє виявити динаміку показників і ключові тенденції розвитку підприємства.

Окрім маркетингового аналізу, здійснюється оцінка економічної діяльності підприємства за три останні роки на підставі фінансової звітності (балансу, звіту про фінансові результати та інших документів). Оцінюються основні показники: доходи, витрати, прибуток, рентабельність, ліквідність та фінансова стійкість тощо у їхньому взаємозв'язку з результативністю маркетингу.

Важливою складовою розділу є практична апробація методів аналізу, розглянутих у першому розділі. Усі розрахунки, таблиці та графіки мають супроводжуватися поясненнями й узагальнюючими висновками здобувача.

У другому розділі надається всебічна оцінка маркетингової проблеми з її фактологічним підтвердженням. На основі проведеного аналізу здобувач формує власну оцінку сильних і слабких сторін підприємства (SWOT-аналіз), застосовує за потреби інші методи для стратегічного маркетингового аналізу (матриця БКГ, PESTEL, 5 сил Портера тощо), визначає ключові проблеми та причини їх виникнення, що створює підґрунтя для розроблення рекомендацій у третьому розділі.

Матеріали цього розділу рекомендується ілюструвати таблицями,

графіками, діаграмами, рисунками, а також підкріплювати реальними документами підприємства (установи, організації), що наводяться у додатках.

Третій розділ бакалаврської кваліфікаційної роботи (рекомендаційний) присвячений розробленню конкретних маркетингово-управлінських рекомендацій, проєктних рішень і моделей, спрямованих на підвищення ефективності маркетингової діяльності та загальних результатів господарської діяльності підприємства (установи, організації).

Рекомендаційний розділ ґрунтується на теоретичних положеннях, методичних підходах і маркетинговому інструментарії, викладених у першому розділі, а також на результатах дослідницько-аналітичного розділу, у якому виявлено проблеми, тенденції та перспективи розвитку маркетингової діяльності підприємства. Запропоновані заходи повинні логічно випливати з проведеного аналізу та бути спрямованими на усунення виявлених недоліків і досягнення бажаного рівня ефективності маркетингу.

У третьому розділі розкривається зміст і результати власних досліджень здобувача вищої освіти у сфері маркетингу, подаються конкретні методики, моделі та практичні інструменти управління маркетинговою діяльністю, зокрема в частині:

- удосконалення маркетингової стратегії підприємства;
- оптимізації комплексу маркетингу (товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики);
- розвитку маркетингових комунікацій, у тому числі цифрових (digital-маркетинг, SMM, контент-маркетинг тощо);
- підвищення ефективності маркетингових заходів і маркетингових витрат тощо.

Обґрунтування кожної рекомендації передбачає розрахунково-кількісне підтвердження та включає:

- формулювання сутності та мети запропонованого маркетингового заходу;
- визначення очікуваних маркетингових і економічних результатів (зростання обсягів продажу, частки ринку, впізнаваності бренду, лояльності споживачів, прибутковості тощо);
- оцінку необхідних фінансових, матеріальних, трудових та інформаційних ресурсів;
- визначення строків реалізації та відповідальних виконавців;
- аналіз ризиків і передумов практичного впровадження тощо.

У розділі наводяться економічні та маркетингові розрахунки, що базуються на даних аналітичного розділу, зокрема розрахунок

ефективності маркетингових заходів, показників рентабельності маркетингових інвестицій (ROMI), прогнозування результатів упровадження запропонованих рішень. При цьому обов'язковим є застосування сучасних інформаційних технологій, аналітичних програмних засобів та економіко-математичних методів.

Пропозиції можуть бути представлені у вигляді маркетингових програм, планів заходів, інструктивно-методичних рекомендацій, організаційно-економічних та фінансово-економічних рішень, інноваційних маркетингових інструментів або моделей управління маркетинговою діяльністю. Запропоновані заходи повинні бути узгоджені зі стратегічними цілями підприємства, а також відповідати вимогам економічної доцільності, результативності та можливості їх повної реалізації в сучасних ринкових умовах

Кваліфікаційна робота завершується висновками, в яких автор стисло та логічно впорядковує виклад основних підсумків роботи, формулюючи їх відповідно до мети і завдань, визначених у вступі. Вони можуть бути подані у тезовій формі та відображають результати виконання кожного розділу і роботи в цілому.

У висновках узагальнюються найважливіші теоретичні положення та практичні результати дослідження, наводиться оцінка отриманих результатів з точки зору відповідності поставленій меті та завданням кваліфікаційної роботи бакалавра. Особлива увага приділяється якісним і кількісним характеристикам отриманих результатів, а також обґрунтуванню їх достовірності.

У заключній частині подаються основні пропозиції та рекомендації щодо вдосконалення діяльності підприємства, визначається їх практичне значення та економічна ефективність (результативність), а також переваги впровадження у практику управління господарською та маркетинговою діяльністю.

Формулюючи висновки, здобувач вищої освіти характеризує ступінь вирішення поставлених завдань та можливі напрями подальшого розвитку досліджуваних процесів. Обсяг висновків, як правило, не повинен перевищувати 3–4 сторінок.

ВАЖЛИВО: висновки обов'язково мають узгоджуватися з метою та завданнями дослідження.

Список використаних джерел приводиться в кінці роботи після розділу «ВИСНОВКИ», починаючи з нової сторінки. Кожне джерело нумерується арабськими цифрами. Якщо використано дві та більше робіт одного автора, то вони подаються у хронологічній послідовності їх публікацій. До списку використаних джерел включають джерела, на які у тексті є посилання, а також ті, які використано при викладі

конкретних наукових положень. Список складається із законодавчих актів, нормативних матеріалів, вітчизняної та зарубіжної наукової, спеціальної літератури, фахових видань, інформаційних ресурсів Інтернету. Список використаних джерел повинен включати не менше 50 найменувань. Всі джерела вказуються мовою видання. Кваліфікаційна робота оформлюється відповідно до державного стандарту ДСТУ 8302:2015. Зразок оформлення списку використаних джерел наведено у додатку К.

ВАЖЛИВО: На всі джерела у списку літератури повинні бути зроблені відповідні посилання в роботі.

У додатках наводяться допоміжні матеріали: копії документів, витяги із законодавчо-нормативних документів, звіти, інструкції/положення/правила, результати соціологічних та маркетингових досліджень, громіздкі таблиці, рисунки тощо. Доцільність додатків визначається автором за погодженням з науковим керівником. У додатки можуть виноситися матеріали, які є необхідними для повноти роботи, але включення їх до основної частини пояснювальної записки може захарастити логічне уявлення роботи; не можуть бути послідовно розташовані в основній частині роботи через великий обсяг або способи відтворення. Додатки слід позначати послідовно великими літерами української абетки, за винятком літер Г, Є, З, І, Ї, Й, О, Ч, Ь, наприклад, додаток А, додаток Б тощо.

Додатки повинні мати спільну з рештою кваліфікаційної дипломної роботи наскрізну нумерацію сторінок. За необхідності текст додатків може поділятися на розділи, підрозділи, пункти і підпункти, які слід нумерувати в межах кожного додатку. У цьому разі перед кожним номером ставлять позначення додатку (літеру) і крапку, наприклад, А.2 – другий розділ додатку А; Г.3.1 – підрозділ 3.1 додатку Г. Ілюстрації, таблиці, формули та рівняння, що є у тексті додатку, слід нумерувати в межах кожного додатку, наприклад, рисунок Г.3 – третій рисунок додатку Г; таблиця А.2 – друга таблиця додатку А; формула (А.1) – перша формула додатку А.

Додатки позначаються відповідними літерами в правому верхньому кутку. Нумерація аркушів з додатками продовжує загальну нумерацію сторінок основного тексту роботи. Зразок оформлення списку використаних джерел наведено у додатку К.

ВАЖЛИВО: На всі додатки у тексті кваліфікаційної бакалаврської роботи обов'язково повинні бути зроблені відповідні посилання в роботі.

Кваліфікаційна робота, яка не відповідає вимогам щодо змісту та оформлення, написана без дотримання затвердженого плану, не містить матеріалів конкретного дослідження теми на реальному підприємстві, обґрунтованих пропозицій - до захисту не допускається.

3. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Вимоги до оформлення основного тексту. Оформлення роботи має відповідати загальним вимогам до наукових робіт згідно з державним стандартом ДСТУ 3008:2015 «Інформація та документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура та правила оформлення». Кваліфікаційна робота є сполученням тексту, ілюстрацій і таблиць, її подають в паперовому та електронному вигляді. Робота оформлюється на сторінках формату А4 (214x297 мм) і виконується за допомогою комп'ютерної техніки, роздруковується на одному боці сторінки білого паперу. Необхідно використовувати шрифт Times New Roman розміром 14 pt з інтервалом 1,5; розмір полів: верхній і нижній – 20 мм, лівий – 30 мм, правий – 15 мм. Шрифт друку повинен бути чітким, щільність тексту – однаковою.

Для формування таблиць і рисунків у додатках допускається використання шрифту текстового редактора Word Times New Roman, кегль 12 через одинарний інтервал. Назви таблиць і рисунків наводять шрифтом Word Times New Roman, слово «Таблиця», її номер, а також використані формули та їх номери – курсивом.

Посилання на використані джерела до таблиць і рисунків, які наводяться під ними, зазначаються з використанням шрифтів текстового редактора Word Times New Roman, кегль 12 курсивом.

Кожну структурну частину роботи починають з нової сторінки. Заголовки структурних частин роботи «ЗМІСТ», «ВСТУП», «РОЗДІЛ», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ», «ДОДАТКИ» друкуються великими літерами жирним шрифтом симетрично до тексту по центру сторінки (без крапки). Заголовки підрозділів друкуються маленькими літерами (крім першої великої) жирним шрифтом з абзацного відступу по ширині. Крапка в кінці заголовка не ставиться. Крапка після цифри, яка позначає нумерацію розділу або підрозділу ставиться. Підрозділи в межах розділу (наприклад, підрозділи 1.2., 1.3., 2.2., 2.3.) друкуються послідовно, з відступом двох рядків від попереднього підрозділу, один за одним – не з нової сторінки.

Нумерація сторінок роботи. Сторінки роботи слід нумерувати арабськими цифрами, дотримуючись наскрізної нумерації впродовж усього тексту роботи. Номер сторінки проставляється у правому нижньому кутку сторінки без крапки в кінці. Титульний лист включають до загальної нумерації сторінок роботи. На титульному аркуші та аркушах завдання номер сторінки не ставиться. Нумерація сторінок проставляється, починаючи зі «Змісту». Ілюстрації і таблиці, розташовані на окремих сторінках, включають до загальної нумерації сторінок роботи.

Нумерація розділів, підрозділів. Розділи і підрозділи роботи слід нумерувати арабськими цифрами. Номер розділу ставлять після слова «РОЗДІЛ», без крапки, а потім з нового рядка друкують заголовок розділу великими літерами. Наприклад: «РОЗДІЛ 1».

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

Скорочення. Слова в тексті і в таблицях скорочувати не допускається. Виняток становлять скорочення слів і словосполучень, встановлені в державних стандартах або загальноприйнятні в українській мові. Дозволяється застосовувати скорочення слів і словосполучень, характерні для професійної галузі знань. Записуються такі скорочення одним із двох способів: якщо кожне з них повторюється далі не менш трьох разів, – безпосередньо в тексті (у дужках після повного найменування при першому згадуванні); або в переліку умовних скорочень і позначень.

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

Ілюстрації (креслення, рисунки, схеми, діаграми), що поміщаються в тексті, позначаються словом «Рис.». Рисунок, як правило, слід розміщувати безпосередньо після першого згадування його в тексті або на наступній сторінці. У тексті спочатку йде посилання на рисунок, а потім сам рисунок (а не навпаки). На всі ілюстрації мають бути посилання в тексті роботи. Ілюстрації, розміщені на окремих сторінках роботи, включають до загальної нумерації сторінок. Ілюстрацію, розміри якої більше формату А4, рекомендується розміщувати у додатках. Усі ілюстрації повинні мати назву. Ілюстрації нумерують арабськими цифрами порядковою нумерацією в межах розділу, за винятком ілюстрацій, наведених у додатках. Номер, назва ілюстрації та пояснювальні підписи розміщують послідовно під ілюстрацією, відокремлених крапкою. Номер ілюстрації складається з номера розділу і порядкового номера ілюстрації, відокремлених крапкою. Наприклад, «Рис. 2.1.» – перший рисунок другого розділу. Номер рисунка відокремлюють від його назви крапкою. Відстань між ілюстраціями і подальшим чи попереднім текстом має бути не менше ніж один рядок.

ВАЖЛИВО: Усі ілюстрації (креслення, рисунки, схеми, діаграми), що складаються з кількох окремих елементів, повинні бути обов'язково згруповані

в один цілісний об'єкт із використанням функції «Групувати». Це забезпечує збереження структури рисунка під час форматування тексту та зміни розташування сторінок кваліфікаційної роботи.

Наявність незгрупованих графічних елементів у роботі не допускається, оскільки це порушує цілісність ілюстративного матеріалу, ускладнює його сприйняття та може призвести до викривлення логіки викладу результатів дослідження.

Технічна примітка. Для групування графічних об'єктів у текстовому редакторі MS Word необхідно виділити всі елементи рисунка (утримуючи клавішу Ctrl або Shift), перейти на вкладку «Макет» (або «Формат фігури») та в групі «Упорядкування» обрати команду «Групувати». Згрупований рисунок повинен розглядатися як єдиний об'єкт, мати одну назву та наскрізну нумерацію арабськими цифрами відповідно до вимог оформлення ілюстративного матеріалу.

Приклади оформлення рисунків

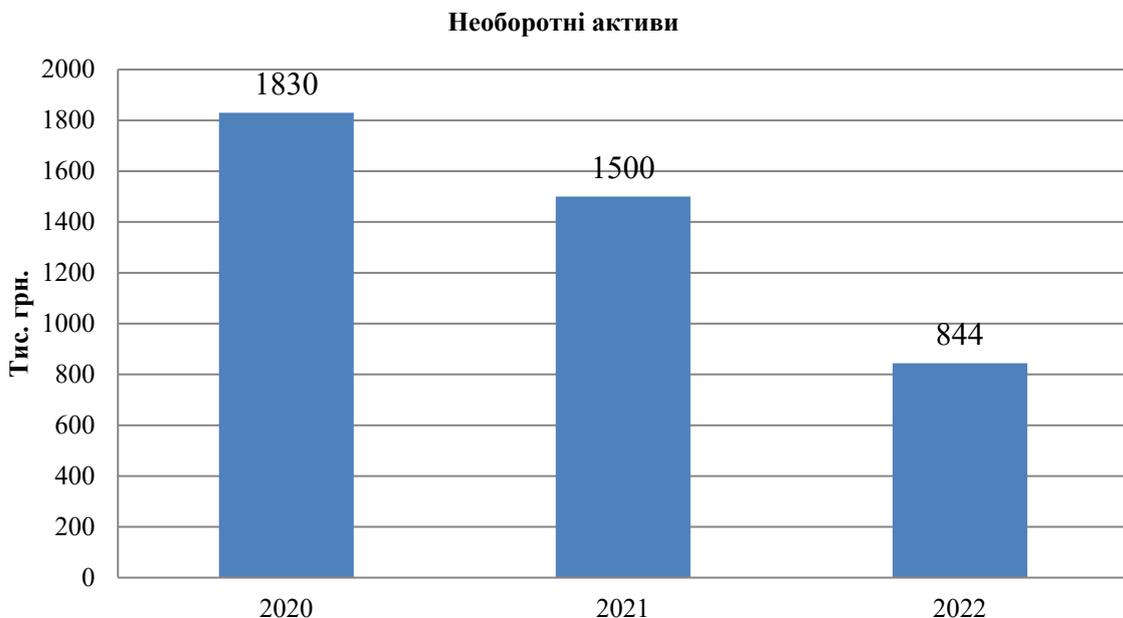


Рис. 3.1. Динаміка змін необоротних активів ТОВ «СИНГЕНТА» у 2020-2022рр., тис. грн.

Джерело: розроблено автором на основі [5]

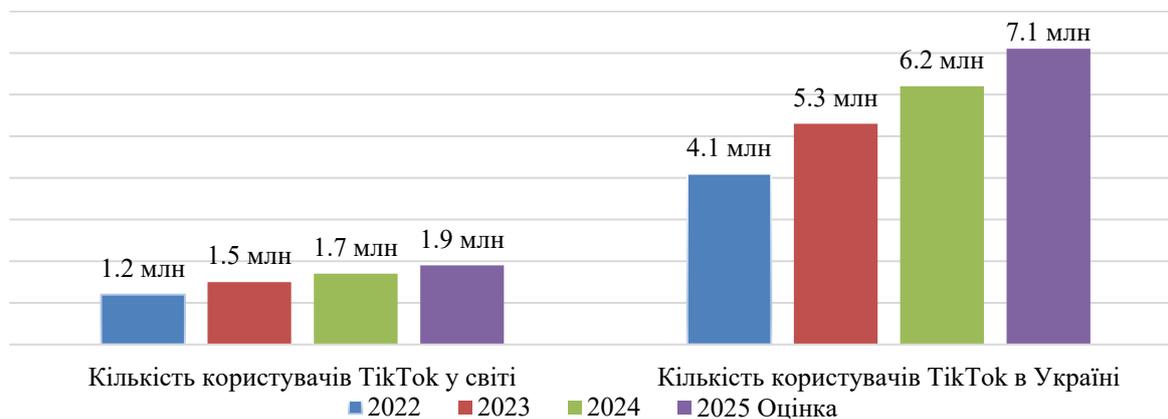


Рис 3.2. Аналіз динаміки зростання користувачів TikTok в Україні та світі у 2022-2025 рр.

Джерело: розроблено автором на основі [7]

Для зручності викладу тексту цифровий матеріал потрібно оформляти в *таблицях*. Таблицю слід розташовувати безпосередньо після тексту, в якому вона згадується вперше, або на наступній сторінці. На всі таблиці мають бути посилання в тексті, при цьому слово «таблиця» в тексті пишуть скорочено, наприклад: «... табл. 2.1». У повторних посиланнях на таблиці та ілюстрації треба вказувати скорочено слово «дивись», наприклад: «див. табл. 3.2». Таблиці слід нумерувати арабськими цифрами порядковою нумерацією в межах розділу, за винятком таблиць, які наводяться в додатках. Номер таблиці складається з номера розділу і порядкового номера таблиці, відокремлених крапкою. Наприклад, «Таблиця 1.3» – третя таблиця першого розділу. Усі таблиці повинні мати назву. Назва повинна бути стислою і відбивати зміст таблиці. Слово «таблиця» пишуть без абзацного відступу, номер таблиці відокремлюють від його назви тире. Назву таблиці друкують малими літерами (крім першої великої), без крапки в кінці і поміщають над таблицею на одному рядку з її номером. Назву таблиці друкують малими літерами жирним і без курсиву (крім першої великої) і розміщують над таблицею. Назва має бути стислою і відбивати зміст таблиці. Якщо рядки або графи таблиці виходять за межі формату сторінки, то таблицю поділяють на частини, переносючи частину таблиці на наступну сторінку. При розподілі таблиці заголовки колонок на наступній сторінці замінюють відповідно арабськими цифрами, які приведені в додатковому рядку на попередній сторінці. Слово «Таблиця ...» вказують один раз зліва над першою частиною таблиці, над іншими частинами справа пишуть: «Продовження таблиці ...» із зазначенням номера таблиці. Заголовки граф таблиці починають з великої літери, а підзаголовки – з маленької, якщо вони складають одне речення з заголовком. Підзаголовки, які мають самостійне значення, пишуть з великої літери. У кінці заголовків і підзаголовків таблиці крапки не ставлять. Заголовки і підзаголовки таблиці вказують в однині.

Відстань між таблицями і подальшим чи попереднім текстом повинна дорівнювати одному рядку. Необхідно використовувати шрифт Times New Roman розміром 14 pt з інтервалом 1,5 у заголовку; шрифт Times New Roman розміром 12 pt, в окремих випадках – 10-11 шрифтом інтервалом 1 у тексті таблиці.

Приклади оформлення таблиць

Таблиця 3.1

Особливості використання YouTube і TikTok для відеомаркетингу

Критерій порівняння	YouTube	TikTok
1	2	3
Тривалість відео	Від кількох секунд до кількох годин	Переважно короткі: від 15 сек до 3 хв (до 10 хв у нових форматах)
Формат	Горизонтальний, кінематографічний, професійний	Вертикальний, динамічний, «живий», нативний
Аудиторія	Широка: усі вікові категорії, з акцентом на 25+	Молодь: Gen Z, Gen Alpha, частково міленіали
Тип контенту	Освітній, огляди, інтерв'ю, влоги, стріми, подкасти	Тренди, меми, челенджі, лайфхаки, розваги

Джерело: складено автором на основі [28]

Таблиця 3.2

Динаміка обсягів та структури доходів ТОВ «Сингента» у 2020-2022 рр., тис. грн.

Показники	Роки			Абсолютне відхилення 2022р. від 2020р. (+-)	Темп зростання 2022/2020 (%)	Темп приросту 2022/2020 (%)
	2020	2021	2022			
1	2	3	4	5	6	7
Доходи від основної діяльності	9 960 593, 00	10 987 938,00	8 911 598,00	-1 048 995,00	89,47	-10,53
Інші операційні доходи	29 624, 0	81 350, 00	65 666,00	36 042,00	221,66	121,66
Інші доходи	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Всього	9 990 217,00	11 069 288,00	8 977 264,00	-1 012 953,00	89,86	-10,14

Джерело: сформовано автором на основі [17]

Перерахування в тексті позначають арабськими літерами з дужкою. Допускається подальша деталізація перерахувань. Для цієї мети використовують малі літери українського алфавіту з дужкою. Перед кожною позицією переліку слід ставити цифру з дужкою, або не нумеруючи, – тире (перший рівень деталізації). Для подальшої

деталізації переліку слід використовувати малі літери українського алфавіту з дужкою (другий рівень деталізації). Переліки першого рівня деталізації друкують малими літерами з абзацного відступу, другого рівня – з відступом відносно місцезостащування переліків першого рівня.

Формули розташовують безпосередньо після тексту, в якому вони згадуються вперше, по центру рядка. Кожна формула відокремлюється від тексту одним вільним рядком. Формули нумерують у межах розділу. Номер формули складається з номера розділу та порядкового номера формули в розділі, відокремлених крапкою. Номер формули зазначають на рівні формули у круглих дужках у крайньому правовому положенні, наприклад: (2.1) (перша формула другого розділу). Пояснення значень символів і числових коефіцієнтів формули наводять під нею в тій послідовності, в якій вони подані у формулі. Значення кожного символу і числового коефіцієнта записують з нового рядка. Перший рядок пояснення починають зі слова «де» без двокрапки. Переносити формули на наступний рядок допускається тільки на знаках виконуваних операцій, повторюючи знак операції на початку наступного рядка. Коли переносять формули на знаку операції множення, застосовують знак «х».

Приклади та примітки. Приклади розташовують відразу після тексту, що вимагає пояснень. Примітки розташовують безпосередньо після тексту, ілюстрації або таблиці, до яких вони належать. Примітки до таблиці поміщають під лінією, що позначає закінчення таблиці. Примітку друкують через один інтервал. Слово «Примітка» («Приклад») пишуть з абзацу, з великої літери, не підкреслюючи. Після цих слів ставлять крапку і на тому ж рядку з великої літери призводять текст примітки (прикладу). Примітки нумерують послідовно в межах однієї сторінки. Одну примітку (приклад) не нумерують.

Оформлення додатків. Додатки слід оформляти як продовження роботи у вигляді окремої частини, розташовуючи їх у порядку появи посилань на них у тексті. Додатки повинні мати загальну з усією роботою наскрізну нумерацію сторінок. Додатки як структурний елемент пояснювальної записки починаються з окремого листа, на якому вгорі з правого боку рядка малими літерами з першої великої друкується слово «Додаток » (але без знака №) і велика літера, що позначає додаток. Наприклад: «Додаток А». Додатки позначаються великими літерами української абетки, за винятком Г, Є, З, І, Ї, Й, О, Ч, Ь. Якщо додаток один, його теж позначають як «Додаток А». Додаток повинен мати заголовок, надрукований під словом «Додаток» малими літерами з першої великої симетрично відносно тексту сторінки. Якщо

додатками є копії документів, проспекти тощо, то перед копією варто помістити чистий аркуш, на якому посередині пишуть «Додаток» і його найменування. Сторінки копій нумерують, продовжуючи наскрізну нумерацію. Текст кожного додатка, може бути поділений на розділи й підрозділи, які нумерують у межах кожного додатка. Якщо зміст додатка не вміщується на одну сторінку, то на наступній сторінці у верхньому правому куті зазначається «Продовження додатку...». Ілюстрації, таблиці, формули та рівняння в тексті додатку слід нумерувати в рамках кожного додатка. Наприклад: «Рис. Д.3.» – третій рисунок додатка Д; «Таблиця А.2» – друга таблиця додатка А; формула (В.1) – перша формула додатка В.

Оформлення посилань на інформаційні джерела. Під час роботи з різними джерелами науковий етикет вимагає точно відтворювати цитований текст, оскільки найменше скорочення може спотворити зміст, викладений автором. *Посилання* на джерела інформації в тексті роботи слід позначати порядковими номерами в квадратних дужках із зазначенням джерела та відповідної сторінки. Перша цифра у квадратних дужках відповідає номеру джерела у списку використаних джерел, друга – номеру сторінки (наприклад, [32, с. 85]). У посиланнях на розділи, підрозділи, пункти, ілюстрації, таблиці, формули, додатки зазначають їх номери. При використанні посилань слід писати: «в розділі 1 ...», «на рис. 2.1 ...», «за формулою (2.4) ...», «в табл. 3.4 ...», «у додатку Б». У повторних посиланнях на таблиці та ілюстрації скорочено пишуть слово «дивись», наприклад «див. табл. 3.2».

Зібрані фактичні та статистичні матеріали наводяться в однакових одиницях виміру: абсолютних (грн., дол. США, т., м., шт.), чи відносних (%).

Наприкінці кваліфікаційної роботи наводиться *список використаних джерел*. До цього списку включаються публікації вітчизняних і зарубіжних авторів, на які є посилання в роботі. Всі джерела вказуються мовою видання. Під час складання списку використаних джерел необхідно дотримуватися національних стандартів ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання».

У список використаних джерел включаються видання, які були використані в процесі написання кваліфікаційної роботи бакалавра:

- законодавчі документи;
- постанови уряду з питань економічної реформи;
- монографії;
- статті в періодичній пресі;
- електронні ресурси з інтернет тощо.

- список використаних джерел повинен включати не менше 50 найменувань.

ВАЖЛИВО: на всі джерела зі списку літератури повинні бути зроблені відповідні посилання в роботі.

ВАЖЛИВО: не допускається використання в якості джерела Інтернет-ресурсів, які містять готові роботи (реферати, курсові, дипломні), до яких можна віднести, наприклад, www.refine.org.ua, www.ukrreferat.com, dir.meta.ua/scienceeducation/reports/ та подібні Інтернет-сторінки.

Підготовка кваліфікаційної роботи до захисту та його організація. Атестація бакалаврів передбачає захист кваліфікаційної роботи, яка є підсумком навчання за спеціальністю. До захисту кваліфікаційної роботи допускаються здобувачі вищої освіти, які успішно та повною мірою виконали навчальний план.

4. ЗАХИСТ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Кваліфікаційна робота подається керівникові для перевірки у строки, визначені у завданні на виконання роботи. Керівник надає відгук про кваліфікаційну роботу, в якому визначаються: актуальність дослідження; ефективність використаної методології; рівень застосування здобутих у процесі навчання теоретичних знань та підготовки до виконання наукових досліджень; вміння самостійно вирішувати наукові та практичні задачі; вміння логічно, послідовно, аргументовано викладати матеріал і робити висновки; перспективність запропонованих рекомендацій та висновків; недоліки роботи (за наявності).

Кваліфікаційна робота обов'язково повинна мати відгук (рецензію) зовнішнього рецензента. Рецензентами можуть бути: фахівці-практики, науковці, науково-педагогічні працівники закладів вищої освіти тощо. Форма рецензії на кваліфікаційну роботу наведено в Додатку Е.

Під час рецензування кваліфікаційної роботи рекомендується визначати: новизну постановки і розроблення задачі; використання наукових методів дослідження; обґрунтованість висновків і пропозицій; участь здобувача вищої освіти у проведених дослідженнях, теоретичній та аналітичній обробці отриманих результатів, формулюванні наукового положення/ідеї/методики; вміння здобувача вищої освіти чітко, грамотно й аргументовано викладати матеріал, правильно оформлювати його; недоліки щодо змістової частини роботи, оформлення. Рецензія надається письмово і повинна містити загальний висновок щодо рекомендацій до захисту (рекомендовано або не рекомендовано) на засіданні Екзаменаційної комісії.

Попередній захист кваліфікаційної роботи здобувач вищої освіти проходить на випусковій кафедрі. Здобувачі вищої освіти, роботи яких на попередньому захисті були оцінені позитивно, допускаються до захисту на засіданні Екзаменаційної комісії. Здобувач вищої освіти готує для виступу доповідь та ілюстративний матеріал до неї. Під час прилюдного захисту здобувач вищої освіти доповідає і демонструє основні положення результатів дослідження, відповідає на запитання голови та членів Екзаменаційної комісії та інших присутніх на захисті фахівців. Секретар комісії протоколює процедуру захисту.

5. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Оцінювання рівня якості підготовки бакалавра здійснюють члени Екзаменаційної комісії (далі – ЕК) на основі встановлених правил, принципів, критеріїв, системи і шкали оцінювання. Об'єктом оцінювання якості підготовки бакалавра є сукупність знань, умінь і навичок, набутих компетентностей, відтворених у процесі виконання і захисту кваліфікаційної роботи.

Оцінювання рівня якості підготовки бакалавра здійснюється членами ЕК на основі принципів: об'єктивності, індивідуальності, комплексності, етичності, диференційованого та компетентнісного підходу з урахуванням набутої системи типових універсальних і спеціальних професійних компетентностей.

Автор кваліфікаційної роботи має продемонструвати вміння:

- логічно та аргументовано викладати матеріал;
- коректно використовувати статистичні, математичні та інші методи;
- проводити власні дослідження;
- володіння навичками узагальнення;
- формулювання висновків;
- працювати з інформаційними джерелами;
- ініціювати та обґрунтовувати інноваційні підходи та напрями вирішення задачі, що досліджується.

Критерії оцінювання кваліфікаційної роботи є:

- чіткість, повнота та послідовність розкриття кожного питання плану і теми роботи в цілому;
- науковість стилю викладання;
- відсутність орфографічних і синтаксичних помилок;
- правильне оформлення роботи відповідно до стандартів.

Критерії оцінювання кваліфікаційної роботи наведено в табл. 5.1.

Таблиця 5.1 – Критерії оцінювання результатів виконання та захисту кваліфікаційної роботи

Критерії оцінювання	Максимальна кількість балів	Зміст критеріїв оцінювання	Оцінка в балах
1. Актуальність теми, її відповідність сучасним вимогам	10	- відповідає повністю	10
		- відповідає неповністю	8
		- відповідає недостатньо	6
2. Повнота, науковий рівень обґрунтування розробок та запропонованих рішень	20	- достатньо повно та обґрунтовано	20
		- недостатньо повно та обґрунтовано	15
		- неповно та недостатньо обґрунтовано	10
3. Практична цінність розробок та запропонованих рішень, їх впровадження у виробництво або навчальний процес	10	- мають практичну цінність, впроваджені у виробництво або освітній процес (наявність акту впровадження)	10
		- частково мають практичну цінність	8
		- деякі елементи розробок мають практичну цінність, можливо їх впровадження у виробництво або навчальний процес	6
4. Рівень використання комп'ютерної техніки та інформаційних технологій	10	- високий рівень	10
		- середній рівень	8
		- низький рівень	6
5. Відповідність кваліфікаційної роботи вимогам нормативних актів України, ДСТУ, якість оформлення матеріалів	10	- достатньо повна, висока якість	10
		- недостатньо повна, прийнятна якість	8
		- неповна, невисока якість	6
6. Змістовність доповіді та відповідей здобувача вищої освіти на запитання членів ЕК під час захисту основних положень кваліфікаційної роботи	40	- доповідь та відповіді на запитання повні, послідовні, логічні	40
		- доповідь та відповіді на запитання недостатньо повні, логічні та послідовні	32
		- непослідовно та нелогічно побудована доповідь, недостатньо повні відповіді на запитання	24

Кваліфікаційна робота, в якій розкрито тему, проаналізовано необхідні літературні джерела та відповідні інформаційні, статистичні бази даних, проведено дослідження, сформульовано висновки без необхідного їх обґрунтування допускається до захисту, але не може бути оцінена вище ніж «задовільно».

Робота, в якій зроблено власне оцінювання використаних літературних джерел, самостійно проаналізовано підібраний матеріал, звітні дані підприємства/організації, на базі якого досліджувалася тема, проведено комплексні дослідження, зроблено висновки та сформульовано пропозиції, але вони не є достатньо аргументованими, може бути оцінена на «добре».

Робота, в якій зроблено власне оцінювання різних літературних джерел, використано сучасні методи дослідження, побудовано формалізовану модель проблеми, проведено комплексні наукові дослідження, розрахунки і на їх основі – аргументовано висновки та обґрунтовано пропозиції, а результати наукового дослідження опубліковано у наукових виданнях та/або матеріалах наукових конференцій, може бути оцінена на «відмінно».

Рівень якості підготовки бакалавра визначається за комплексною системою оцінювання, яка передбачає поєднання системи ЄКТС, національної та системи ЗВО. Шкала оцінювання кваліфікаційної роботи наведена в табл. 5.2.

Таблиця 5.2 – Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
66-73	D	задовільно	
60-65	E		
30-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-29	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Рішення щодо підсумкового оцінювання приймається більшістю голосів членів ЕК за результатами публічного захисту з урахуванням висновків наукового керівника та рецензента.

6. ПОРЯДОК ПРИСУДЖЕННЯ СТУПЕНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ

За результатами публічного захисту кваліфікаційної роботи на закритому засіданні ЕК більшістю голосів приймає рішення щодо оцінки захисту і роботи (враховуючи відгук керівника, зовнішнього рецензента, зміст доповіді, відповіді на запитання).

Заклад вищої освіти на підставі рішення ЕК присуджує особі, яка успішно виконала освітню програму на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти, ступінь вищої освіти бакалавра за відповідною спеціальністю.

Рішення про присудження ступеня вищої освіти скасовується закладом вищої освіти у разі виявлення фактів порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності, зокрема наявності у кваліфікаційній роботі академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації, у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

7. ЗАПОБІГАННЯ АКАДЕМІЧНОМУ ПЛАГІАТУ

Відповідно до «Положення про виявлення та запобігання академічного плагіату в Міжнародному європейському університеті (зі змінами), затвердженого Вченою радою Міжнародного європейського університету (протокол № 5 від 16 грудня 2025 року) та введеного в дію наказом від 16 грудня 2025 № 82/1-ОД, у кваліфікаційній роботі не повинно бути будь-яких різновидів плагіату, зокрема:

Пряме копіювання: Відтворення чужого тексту (повністю або частково) без вказування автора та джерела.

Перефразування без посилання: Переказ ідей іншого автора своїми словами зі збереженням змісту, але без зазначення першоджерела.

Мозаїчний плагіат: Комбінування фрагментів з різних джерел без належних посилань для створення ілюзії оригінальності.

Підміна авторства: Подання роботи, виконаної іншою особою, як власної.

Переклад без посилання: Використання перекладеного тексту з іншої мови без вказування оригінального джерела.

Некоректне цитування: Використання цитат без лапок або з неправдивим посиланням на джерело.

Самоплагіат: Повторне подання автором власної, раніше опублікованої чи оціненої роботи (або її частини) як нової, без відповідного інформування та погодження [7].

За підготовку файлу роботи, що підлягає перевірці, відповідає автор цієї роботи. Основним програмним засобом для інформаційно-

аналітичної перевірки академічних текстів в Університеті є онлайн-система StrikePlagiarism, що використовується відповідно до ліцензійних умов та внутрішніх нормативних актів Університету [7].

У разі виявлення програмним продуктом у роботі перевищення порогових значень коефіцієнтів рівня запозиченої інформації без належного оформлення посилань робота за рішенням кафедри може бути відхилена без права подальшого розгляду.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про вищу освіту» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://surl.li/duxaci> (дата звернення: 12.11.2025).
2. Закон України «Про освіту» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://surl.lt/iufnod> (дата звернення: 12.11.2025).
3. Про затвердження Національної рамки кваліфікацій : постанова Кабінету Міністрів України № 1341 від 23.11.2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://surl.li/tzxtvo> (дата звернення: 12.11.2025).
4. Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти : наказ Міністерства освіти і науки України № 1343 від 05.12.2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://surl.lu/wkqbsk> (дата звернення: 12.11.2025).
5. ДСТУ 3008:2015. Інформація та документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура та правила оформлення : нац. стандарт України. – Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. – 31 с.
6. ДСТУ 8302:2015. Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання: нац. стандарт України. – Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2017. – 16 с.
7. Положення про виявлення та запобігання академічного плагіату в Міжнародному європейському університеті (зі змінами), затвердженого Вченою радою Міжнародного європейського університету (протокол № 5 від 16 грудня 2025 року) та введеного в дію наказом від 16 грудня 2025 № 82/1-ОД. – Київ : МЄУ, 2025. – 24 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Орієнтовні напрями дослідження (для здобувачів вищої освіти ступеня бакалавр за спеціальністю 075 «Маркетинг»)

1. Аналіз поведінки споживачів на ринку товарів (послуг) підприємства
2. Аналіз та удосконалення збутової політики підприємства
3. Аналітика веб-трафіку як інструмент оптимізації маркетингових кампаній підприємства
4. Брендинг як інструмент підвищення лояльності споживачів
5. Використання AR/VR-технологій у маркетингових комунікаціях підприємства
6. Використання генеративного штучного інтелекту в маркетинговій діяльності підприємства
7. Використання даних соціальних мереж у маркетингових дослідженнях підприємства
8. Використання предиктивної аналітики для прогнозування поведінки споживачів.
9. Використання технологій розширеної реальності (AR/VR) для покращення споживчого досвіду в ритейлі.
10. Вплив ESG-комунікацій на формування репутаційного капіталу підприємства в умовах сталого розвитку
11. Вплив GDPR та політик конфіденційності на маркетингову діяльність підприємства
12. Дослідження задоволеності клієнтів як інструмент маркетингового управління підприємства
13. Етичні аспекти маркетингових комунікацій підприємства у цифровому середовищі
14. Застосування ChatGPT та AI-асистентів у маркетингових дослідженнях підприємства
15. Застосування штучного інтелекту для покращення клієнтського сервісу та підтримки
16. Захист персональних даних клієнтів у цифровому маркетингу
17. Івент-маркетинг в системі маркетингових комунікацій підприємства.
18. Інструменти штучного інтелекту для автоматизації маркетингових кампаній підприємства
19. Інтеграція цифрових інновацій у маркетингову стратегію підприємства

20. Інтернет речей (IoT) у системі взаємодії бренду зі споживачами підприємства
21. Інфлюенс-маркетинг і економіка творців як інструменти просування бренду підприємства
22. Короткі відео у маркетингових комунікаціях підприємства
23. Маркетинг з пріоритетом конфіденційності як стратегія підвищення довіри споживачів
24. Маркетинг підприємства у контексті сталого розвитку
25. Маркетинг у соціальних мережах та його вплив на розвиток бренду підприємства
26. Маркетингова діяльність підприємства в умовах воєнного стану
27. Маркетингова прозорість та ESG-звітність як чинники конкурентоспроможності підприємства на міжнародних ринках
28. Маркетингова стратегія підприємства по SEO просуванню сайтів
29. Маркетингове управління брендом роботодавця (Employer Branding) у цифровому середовищі
30. Маркетинговий аналіз ризиків та антикризові комунікації підприємства в умовах воєнного стану та відновлення
31. Маркетинговий аудит як інструмент підвищення ефективності управління підприємством
32. Маркетингові дослідження підприємства як основа прийняття управлінських рішень
33. Маркетингові дослідження реакції споживачів на зміну цін
34. Маркетингові інструменти підтримки малого бізнесу в Україні
35. Маркетингові комунікації підприємства у післявоєнний період
36. Маркетингові стратегії виходу підприємства на нові ринки
37. Маркетингові стратегії розвитку малого та середнього бізнесу
38. Маркетингові стратегії сталого розвитку та боротьба з «грінвошингом» у комунікаціях бренду.
39. Маркетингові стратегії українських брендів у період повоєнного відновлення
40. Маркетингові стратегії українських компаній на міжнародних ринках
41. Машинне навчання для прогнозування споживчих тенденцій
42. Національна ідентичність як інструмент брендингу українських компаній
43. Нейромаркетингові дослідження підприємства у цифровому середовищі
44. Організація маркетингової діяльності підприємства.

45. Оцінка ефективності маркетингової діяльності підприємства
46. Оцінка конкурентоспроможності підприємства на ринку (назва галузі)
47. Персоналізація маркетингових комунікацій на основі аналізу поведінки споживачів
48. Планування маркетингової діяльності підприємства
49. Платформи клієнтських даних (Customer Data Platforms, CDP) у системі маркетингової аналітики підприємства
50. Поведінковий аналіз клієнтів на основі маркетингових даних
51. Пошукова оптимізація та контент-маркетинг у цифровій стратегії підприємства
52. Прямий маркетинг в системі маркетингових комунікацій підприємства.
53. Реклама в системі маркетингових комунікацій підприємства.
54. Репутаційний менеджмент бренду в цифровому середовищі
55. Розробка маркетингової стратегії підприємства
56. Роль PR-кампаній у формуванні іміджу та довіри до бренду
57. Роль контент-маркетингу у формуванні експертного іміджу бренду в соціальних мережах.
58. Роль соціально-орієнтованих (ESG) комунікацій у стратегії маркетингу українських підприємств під час повоєнного відновлення
59. Соціальна відповідальність бізнесу як елемент маркетингової стратегії підприємства
60. Соціальна комерція в маркетинговій діяльності підприємства
61. Спонсорство в системі маркетингових комунікацій підприємства.
62. Стимулювання збуту в системі маркетингових комунікацій підприємства.
63. Стратегії відео-комерції у соціальних медіа: TikTok Shop, Instagram Reels та Live-продажі.
64. Стратегічне планування маркетингової діяльності підприємства
65. Удосконалення маркетингового управління підприємства
66. Удосконалення системи маркетингових комунікацій підприємства
67. Управління брендом у маркетинговій стратегії компанії
68. Управління взаємовідносин з клієнтами на основі штучного інтелекту як інструмент персоналізації маркетингових комунікацій підприємства
69. Управління клієнтським досвідом у маркетинговій діяльності підприємства
70. Управління лояльністю клієнтів підприємства
71. Управління маркетинговими комунікаціями підприємства
72. Управління маркетинговою діяльністю підприємства в сучасних умовах

- 73. Управління товарною політикою підприємства
- 74. Управління ціновою політикою підприємства в умовах нестабільного ринку
- 75. Формування збутової мережі підприємства
- 76. Формування конкурентних переваг підприємства на основі маркетингової стратегії
- 77. Цифрова трансформація маркетингової збутової політики підприємства
- 78. Цифровий маркетинг як інструмент підвищення ефективності діяльності підприємства
- 79. ESG-комунікації як інструмент підвищення лояльності споживачів на ринку (назва галузі)

**Здобувач може самостійно запропонувати тему кваліфікаційної роботи та узгодити її з науковим керівником.*

**Форма заяви студента на виконання кваліфікаційних робіт
бакалавра**

Завідувачу кафедри менеджменту, маркетингу та
бізнес-адміністрування

ННІ «Європейська школа бізнесу»
ПЗВО «Міжнародний європейський університет»
здобувача вищої освіти
освітньо-професійної програми «Маркетинг»
спеціальності 075 «Маркетинг»

П.І.Б.

_____ форми навчання
денної, заочної

_____ курсу
групи _____

тел.: _____

e-mail _____

ЗАЯВА

Прошу затвердити таку тему кваліфікаційної роботи бакалавра на тему:

« _____ »

Підпис

(прізвище, ініціали)

« __ » _____ 202__ р.

Зразок титульної сторінки кваліфікаційної роботи

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПЗВО «МІЖНАРОДНИЙ ЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
Навчально-науковий інститут «Європейська школа бізнесу»
Кафедра менеджменту, маркетингу та бізнес-адміністрування

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач кафедри

_____ (прізвище, ім'я та по батькові, підпис)

«___» _____ 202__ року

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

ТЕМА: «Удосконалення маркетингового забезпечення підприємства»

Виконавець: _____
(прізвище, ім'я та по батькові, підпис)

Спеціальність: 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма: «Маркетинг»

Науковий керівник: _____
(прізвище, ім'я та по батькові, науковий ступінь, вчене звання, підпис)

Київ-202__

Зразок завдання на кваліфікаційну роботу

МІЖНАРОДНИЙ ЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Навчально-науковий інститут «Європейська школа бізнесу»

Кафедра менеджменту, маркетингу та бізнес-адміністрування

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач кафедри

(прізвище, ім'я та по батькові, підпис)

«__» _____ 202__ року

**ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ
КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ НА ЗДОБУТТЯ
ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»**

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «_____», науковий керівник роботи _____, затверджені наказом по університету _____.
2. Термін виконання роботи: з _____ по _____.
3. Вихідні дані до роботи: _____.
4. Зміст пояснювальної записки: _____.
5. Перелік графічного матеріалу: _____.
6. Консультанти роботи із зазначенням розділів, які вони консультують:

Розділ	Консультант (посада, ПІБ)	Дата, підпис	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 1			
Розділ 2			
Розділ 3			

7. Календарний план

№ з/п	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Відмітка про виконання
1.	Вибір теми, її обґрунтування, визначення мети та завдання, опрацювання літературних джерел		Виконано
2.	Складання плану роботи та погодження його з керівником, підготовка вступу та першого розділу роботи		Виконано
3.	Збір і обробка економічної та статистичної інформації, підготовка другого розділу роботи		Виконано
4.	Підготовка третього розділу роботи та висновків; перевірка роботи на антиплагіат		Виконано
5.	Попередній захист роботи на кафедрі		Виконано
6.	Одержання відгуку від наукового керівника, зовнішнє рецензування роботи		Виконано
7.	Здача роботи на кафедру		Виконано
8.	Захист кваліфікаційної роботи		Виконано

Здобувач вищої освіти _____
(підпис) (ПБ)

Керівник
кваліфікаційної роботи _____
(підпис) (ПБ)

Зразок оформлення реферату на кваліфікаційну роботу

РЕФЕРАТ

Загальний обсяг пояснювальної записки до кваліфікаційної роботи «Удосконалення маркетингового забезпечення підприємства» складає 98 сторінок та містить 20 рисунків, 10 таблиць, 82 використаних джерела, 3 додатки.

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ. МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ, РЕКЛАМА, ПІАР

Кваліфікаційна робота присвячена питанням удосконалення управління системи маркетингового забезпечення підприємства.

Перший розділ кваліфікаційної роботи присвячено дослідженню теоретичних засад проблеми управління маркетинговою діяльністю на підприємстві.

Другий розділ кваліфікаційної роботи присвячено аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства; проведено аналіз існуючої системи маркетингу підприємства, виявлено певні недоліки в діяльності підприємства.

У третьому розділі кваліфікаційної роботи розроблені запропоновано підхід до удосконалення маркетингового забезпечення підприємства шляхом застосування маркетингово-логістичних концепцій в управлінні.

Матеріали кваліфікаційної роботи рекомендується використовувати під час проведення наукових досліджень, у навчальному процесі та в практичній діяльності підприємств.

Продовження додатку Д

ABSTRACT

The total volume of the explanatory note to the Bachelor's thesis on «Improvement of the enterprise's marketing support» is 98 pages and contains 20 figures, 10 tables, 82 sources, 3 appendices used.

MARKETING, MARKETING ACTIVITIES. MARKETING, BUSINESS MANAGEMENT, ADVERTISING, PR

The Bachelor's thesis is devoted to the issues of improving the management of the enterprise's marketing support system.

The first section of the Bachelor's thesis is devoted to the study of the theoretical foundations of the problem of managing marketing activities at the enterprise.

The second section of the Bachelor's thesis is devoted to the analysis of the financial and economic activity of the enterprise; an analysis of the company's existing marketing system was carried out, certain shortcomings in the company's activities were revealed.

In the third section of the Bachelor's thesis, an approach to improving the marketing support of the enterprise through the application of marketing and logistics concepts in management is proposed.

The materials of the qualification work are recommended to be used during scientific research, in the educational process and in the practical activities of enterprises.

Форма рецензії на кваліфікаційну роботу

РЕЦЕНЗІЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
НА ТЕМУ: « _____ »

Здобувача вищої освіти _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

Спеціальність 075 «Маркетинг»,
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Кафедра менеджменту, маркетингу та бізнес-адміністрування
Навчально-науковий інститут «Європейська школа бізнесу»
ПЗВО «Міжнародний європейський університет»

Зміст рецензії

Актуальність наукового дослідження _____

Стисла характеристика розділів роботи _____

Наукова новизна та практична цінність наукового дослідження _____

Апробація результатів наукового дослідження _____

Якість оформлення роботи _____

Недоліки в роботі _____

Загальний висновок _____

Оцінка роботи _____

Робота рекомендована до захисту з оцінкою « _____ »

Рецензент:

МП « _____ » _____ 202__ р.

Зразок оформлення змісту кваліфікаційної роботи

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ МАРКЕТИНГОВОГО ПІДХОДУ	10
1.1. Теоретичні і практичні аспекти маркетингової діяльності підприємства	10
1.2. Маркетинг підприємства як підґрунтя стратегічного управління	20
1.3. Основні підходи до розробки маркетингових стратегій	30
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОПЕРАЦІЙНОЇ ТА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «КАРГО-СЕРВІС КОНСАЛТ»	34
2.1. Загальна характеристика ТОВ «Карго-Сервіс Консалт»	34
2.2. Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Карго-Сервіс Консалт»	44
2.3. Аналіз маркетингової діяльності ТОВ «Карго-Сервіс Консалт»	52
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВОЇ СИСТЕМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «КАРГО-СЕРВІС КОНСАЛТ» ..	57
3.1. Розробка проектних пропозицій щодо стратегічних рішень для подальшого розвитку підприємства	57
3.2. Удосконалення маркетингових стратегій розвитку ТОВ «Карго-Сервіс Консалт»	66
3.3. Система управління якістю як фундамент забезпечення конкурентоспроможності підприємства	80
ВИСНОВКИ	91
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	96
ДОДАТКИ	101

Основні правила оформлення списку використаних джерел

Основні правила оформлення джерел інформації:

- ✓ Назви статей, монографій, збірників, конференцій, тез, доповідей, авторефератів дисертацій вказуються повністю.
- ✓ Для статей обов'язково дається їх назва, назва видання, рік, номер (випуск, том), початкова та кінцева сторінки.
- ✓ Для монографій, довідкових, енциклопедичних видань – назва, місце видання (місто), видавництво, рік видання, (том, частина – якщо є), загальна кількість сторінок.
- ✓ У списку джерел з маленької букви пишуть відомості, що відносяться до заголовку (підручники для вузів, матеріали конференцій, тези, навчально- методичний посібник тощо), відомості про відповідальність (редактор, упорядник, редколегія та ін.).
- ✓ Має бути проміжок в один друкований знак (пробіл) до і після приписного знака: тире (-), скісна риска (/), дві скісні (//), двокрапка (:). Виняток – крапка (.) та кома (,) – проміжки залишають тільки після них.
- ✓ Після скісної риски (/) пишеться автор (автори) саме у такому вигляді, в якому зазначено на титульному листі або у змісті (якщо це стаття), тобто, це може бути Косяк О. В., О. В. Косяк, Оксана Валентинівна Косяк, Оксана Косяк.
- ✓ Таким чином, запис реквізитів статті одного автора з періодичного друкованого видання матиме наступний вигляд: Прізвище ініціали автора. Назва статті. / ім'я, по батькові автора або ініціали і прізвище автора // Назва журналу. – Рік. – № . – С. ?-?.
- ✓ Запис двох і більше авторів: спочатку перший автор, після слешу (/) вказуються два/три/чотири автори: Прізвище ініціали першого автора. Назва статті. / ініціали прізвище першого автора, ініціали, прізвище другого автора // Назва журналу. – Рік. – № . – С. ? – ?.

Алгоритм оформлення статті з електронного видання:

- ✓ Прізвище ініціали автора. Назва статті [Електронний ресурс] / ім'я, по батькові автора або ініціали прізвище автора // Назва журналу. – Рік. – № . – URL: <http://www...> (з нової строки) електронна адреса, за якою розміщена стаття. Наприклад: Самойлова І.А. Хмарні технології в освіті (загальна характеристика) // [Електронний ресурс]. – URL: <https://docs.google.com/presentation/d/1t1YfIlb1vH5Rsg38JZCyUJ6BoWxwps85wDja1yrNROQ/edit#slide=id.p13>
- ✓ Для того, щоб прізвище та ініціали автора залишалися в одному рядку і не розривалися користуйтеся комбінацією Shift+Ctrl+Space (пробіл).

Оформлення списку використаних джерел

- ✓ Список використаних джерел – елемент бібліографічного апарату, котрий містить бібліографічні описи використаних джерел і розміщується після висновків.
- ✓ Джерела можна розміщувати одним із таких способів: у порядку появи посилань у тексті, або в алфавітному порядку прізвищ перших авторів заголовків.
- ✓ Нумерація джерел проставляється вручну. Не використовуйте автонумерацію та автоматично генеровані кінцеві посилання.
- ✓ Джерела іноземною мовою розміщуються після всіх джерел кирилицею, виключенням є коли список формується у порядку появи посилання в тексті.

Продовження додатку К

При складанні списку використаних джерел необхідно дотримуватися зазначених форм запису:

Джерела інформації	Приклади бібліографічного опису
Книги Одного автора	Івченко І.Ю. Економічні ризики: Навчальний посібник. – К.: «Центр навчальної літератури», 2014.. – 304 с.
Двох авторів	Родченко В.В. Менеджмент: Навчальний посібник / В.В.Родченко, В.О.Новак. – К.: НАУ, 2001. – 400 с.
Трьох авторів	Митна справа. Підручник / А.А.Дубініна, С.В.Сорокіна, О.І.Зельніченко. – К.: «Видавничий дім «Професіонал», Центр навчальної літератури, 2010. – 320 с.
Чотирьох авторів	Психологія управлінської діяльності лідера: навч.-метод. посіб.: для магістрів ден. та заоч. форми навчання спец. 8.18010013 "Педагогіка вищої школи" / [О.Г.Романовський, В.Є.Михайличенко, Л.М.Грень, А.Є.Книш]; М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків: НТУ "ХП", 2016. – 47 с.
П'ятьох і більше авторів	Економічна теорія: Політекономія: Підручник / За заг. ред. В.Д.Базилевича. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: Знання-Прес, 2004. – 615 с. – (Вища освіта ХХІ століття).
Без автора	Україна неповторна: фотоальбом / авт. вступ. статті М.Попович; фотограф: Ю.Бусленко, Б.Вальоніте ; фотографія О.Жарій [та ін.]. – Харків: Фактор-Друк, 2015. – 111 с. – (Українська книга).
Багатотомний документ	Енциклопедія Сучасної України. Том 4. В-Вог / Національна академія наук України, Наукове товариство ім. Шевченка, Інститут енциклопедичних досліджень НАН України; ред.: І.М.Дзюба, А.І.Жуковський, О.М.Романів [та ін.]. – Київ: Поліграфкнига, 2005. – 699 с.
Матеріали конференцій	<p>III Міжнародна науково-практична конференція "Людина, суспільство, політика: актуальні виклики сучасності": 12-13 лют. 2016 р. / [за заг. ред. Д.В.Яковлева]. – Одеса: Нац. ун-т "Одес. юрид. акад.", 2016. – 183 с. : табл. – (Чорноморський дослідницький політологічний проект).</p> <p>Наукові праці Державної науково-педагогічної бібліотеки України імені В.О.Сухомлинського. Вип. 4. Інтегрований галузевий інформаційний ресурс: стан, перспективи створення та забезпечення доступу: зб. наук. пр. / НАПН України, Держ. наук.-пед. б-ка України ім. В.О.Сухомлинського; наук. ред. П.І.Рогова; [редкол.: Л.А.Дубровіна, В.А.Вергунов, Т.І.Ківшар (голова) та ін.]. – Вінниця: Нілан-ЛТД, 2014. – 598 с.: табл., рис.</p>

Продовження додатку К

Словники	<p>Караванський С. Практичний словник синонімів української мови: близько 20000 синонімічних рядів / С.Караванський. - 4-те вид., опрацьов. і допов.. - Львів: БаК, 2012. - 536 с.</p>
Атласи	<p>Людина: навч. атлас з анатомії та фізіології / голов. ред. Т. Сміт. - Львів : БаК, 2000. - 240 с. : кольор. іл.</p>
Законодавчі анормативні документи, каталоги	<p>Закон України "Про позашкільну освіту": за станом на 9 січ. 2014 р. / Верхов. Рада України. – Офіц. вид. – К.: Парлам. вид-во, 2014. – 26 с. – (Серія "Закони України").</p> <p>Кодекс України про адміністративні правопорушення: станом на 5 січ. 2016 р.: відповідає офіц. тексту. – Харків: Право, 2016. – 360 с.</p>
Бібліографічні іпоказчики	<p>Бібліографічний покажчик праць науковців Біосферного заповідника "Асканія-Нова" ім. Ф.Е.Фальц Фейна НААН за 2006-2015 роки / НААН України, Біосфер. заповідник "Асканія-нова"; [упоряд. Н.І.Ясинецька]. – Асканія-Нова: Біосфер. заповідник „Асканія-Нова“, 2015. – 90 с.</p>
Дисертації	<p>Ісаєва С.Д. Комунікативна педагогіка у науковій спадщині американського вченого Томаса Гордона (1918-2002 рр.): автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / С.Д.Ісаєва; М-во освіти і науки України, Сум. держ. пед. ун-т ім. А.С.Макаренка. – Суми, 2015. – 20 с. – Бібліогр.: с. 17-18.</p> <p>Фазан В.В. Педагогіка як навчальний предмет у духовних академіях України (40-і рр. ХХ – початок ХХІ століття): автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / В.В.Фазан; М-во освіти і науки України, Полтав. нац. пед. ун-т ім. В.Г.Короленка. – Полтава, 2014. – 20 с.: табл. – Бібліогр.: с. 18.</p>
Частина книги періодичного видання	<p>Литвинова С. Хмарні технології як засіб розбудови інноваційної школи / С.Литвинова // Сучасна школа України. - 2016. - N 6. - С. 18-23.</p> <p>Сафарян С. Педагогічна майстерність як ключ до успіху / С.Сафарян // Практика управління закладом освіти: спеціалізований журнал. - 2016. - N 7. - С. 30-38.</p> <p>Волкова Н.П. Сутність, зміст процесу виховання / Н.П.Волкова // Волкова Н.П. Педагогіка: навч. посіб. для студ. ВНЗ. - 3-тє вид., стереотип. - К. : Академвидав, 2009. - С. 94-103. - (Альма-матер).</p>
Електронні ресурси	<p>Катеринчук О.В. Модернізація системи освіти [Електронний ресурс]: наукова конференція. – URL: http://intkonf.org/katerinchuk-ov-modernizatsiya-sistemi-osviti.</p> <p>Розум України. Топ-10 українських стартапів року [Електронний ресурс]. – URL: http://espresso.tv/article/2016/12/29/top_ukrayinskykh_startapiv_2016.</p>
Іноземні джерела	<p>Hopkin P. (2010) Fundamentals of Risk Management: Understanding, Evaluating and Implementing Effective Risk Management, Kogan Page, 384 p.</p>