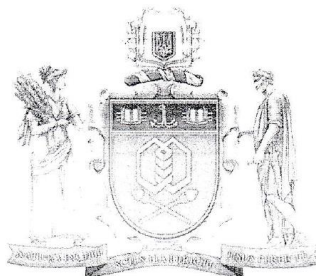


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



СИЛАБУС ОBOB'ЯЗKOBOTO OCBIТНЬOTO KOМПОНЕНТУ

«АТЕСТАЦІЯ: ПІДГОТОВКА ТА ЗАХИСТ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ
РОБОТИ БАКАЛАВРА»

Мова навчання – *українська*

Шифр та найменування галузі знань *07 «Управління та адміністрування»*

Код та найменування спеціальності *075 «Маркетинг»*

Освітньо-професійна програма *Маркетинг та digital-комунікації*

Ступінь вищої освіти *бакалавр*

Затверджено на засіданні

Методичної Ради зі спеціальності *075 Маркетинг*

Протокол № 614 22.04.24.

Реєстраційний номер в навчальному відділі НЦООП

R 23-29

1. Загальна інформація

Кафедра: [Маркетингу, підприємництва і торгівлі](#)
Викладач: Савченко Тетяна Вікторівна, професор кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, доктор економічних наук, доцент



[Профайл](#)

Контакти:
Savchenko1802@ukr.net,
0660153141

Кафедра: [Маркетингу, підприємництва і торгівлі](#)
Викладач: Лозовська Ганна Миколаївна, доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, кандидат економічних наук, доцент



[Профайл](#)

Контакти:
aniko85@ukr.net,
0672970507

Освітній компонент викладається на 4 курсі у 8 семестрі

Кількість: кредитів – 22,5, годин – 675

Самостійна робота, годин	Денна – 675	Заочна – 675
--------------------------	-------------	--------------

[Розклад занять](#)

2. Анотація освітнього компоненту

Кваліфікаційна робота бакалавра є підсумковою роботою, яка дає можливість виявити рівень засвоєння здобувачем теоретичних знань та практичної підготовки, здатність до самостійної роботи за обраною спеціальністю на первинних посадах відповідно до узагальненого об'єкта діяльності.

Освітній компонент «Атестація: підготовка та захист кваліфікаційної роботи бакалавра» базується на знаннях, отриманих здобувачем вищої освіти в результаті вивчення обов'язкових освітніх компонент за освітньою програмою «Маркетинг та digital-комунікації».

3. Мета освітнього компоненту

Мета та завдання освітнього компонента «Атестація: підготовка та захист кваліфікаційної роботи бакалавра».

Метою кваліфікаційної роботи бакалавра – є поглиблене, комплексне опанування матеріалу і методів самостійного дослідження, послідовного викладання, а також практичного застосування теоретичних знань для розв'язання конкретних завдань.

КР виконується на основі поглибленого вивчення чинного законодавства України з питань діяльності організацій, спеціальної вітчизняної та зарубіжної літератури, передового досвіду з проблеми, яка вивчається, а також результатів проведених здобувачем власних досліджень реального об'єкта.

У результаті підготовки та захисту кваліфікаційної роботи здобувачі освіти повинні вміти:

– Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності

– Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та

маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію

– Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів

– Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень

– Впроваджувати ефективні маркетингові інструменти з урахуванням специфіки діяльності підприємств у галузі харчової та переробної промисловості, рекреаційних та комерційних послуг з використанням digital-комунікацій

4. Компетентності та програмні результати навчання

У результаті вивчення освітнього компоненту «Підготовка кваліфікаційної роботи бакалавра і атестація» здобувач вищої освіти отримує наступні програмні компетентності та програмні результати навчання, які визначені в [Стандарті вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг](#) та [освітньо-професійній програмі «Маркетинг та digital-комунікації»](#) підготовки бакалаврів.

Інтегральна компетентність

ІК. Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

ЗК1 Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК2 Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК3 Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу

ЗК4 Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями

ЗК5 Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків

ЗК6 Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК7 Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

ЗК8 Здатність проведення досліджень на відповідному рівні

ЗК9 Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій

ЗК10 Здатність спілкуватися іноземною мовою

ЗК11 Здатність працювати в команді

ЗК12 Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК13 Здатність працювати в міжнародному контексті

ЗК14 Здатність діяти соціально відповідально та свідомо

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

СК1 Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу

СК2 Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу

СК3 Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі

СК4 Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими

СК5 Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу

СК6 Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності

СК7 Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів

СК8 Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності

СК9 Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності

СК10 Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності

СК11 Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків

СК12 Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу

СК13 Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі

СК14 Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності

СК15* Здатність використовувати ефективні маркетингові інструменти з урахуванням специфіки діяльності підприємств у галузі харчової та переробної промисловості, рекреаційних та комерційних послуг з використанням digital-комунікацій

Програмні результати навчання:

P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності

P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності

P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу

P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію

P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів

P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності

P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію

P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища

P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень

P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним

P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи

P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології

P19* Впроваджувати ефективні маркетингові інструменти з урахуванням специфіки діяльності підприємств у галузі харчової та переробної промисловості, рекреаційних та комерційних послуг з використанням digital-комунікацій

5. Інформаційний обсяг освітнього компоненту

Перелік завдань до самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Вибір теми дослідження, обґрунтування її актуальності	30	30
2	Отримання завдання на проведення наукового дослідження та підготовка календарного плану виконання кваліфікаційної роботи, затвердження його керівником.	20	20
3	Аналіз та дослідження літературних джерел, статистичних даних за темою кваліфікаційної роботи	90	90
4	Написання вступу кваліфікаційної роботи	20	20
5	Підготовка першого розділу кваліфікаційної роботи, узагальнення огляду літературних джерел. Висновки за розділом 1.	100	100
6	Виконання другого розділу кваліфікаційної роботи. Проведення аналітичної роботи та підготовка висновків за розділом 2.	100	100
7	Розробка та оформлення третього розділу кваліфікаційної роботи. Висновки за розділом 3.	100	100
8	Підготовка загальних висновків кваліфікаційної роботи. Надання рекомендацій і пропозицій.	35	35
9	Оформлення списку використаних джерел	35	35
10	Підготовка анотації	35	35
11	Оформлення роботи згідно методичних рекомендацій	35	35
12	Подання кваліфікаційної роботи для на кафедру, перевірка роботи на плагіат.	25	25
13	Подання роботи на зовнішнє рецензування	18	18
14	Підготовка доповіді та ілюстративних матеріалів до захисту роботи	30	30
15	Захист виконаної роботи на засіданні Екзаменаційної комісії	2	2
Всього за ОК:		675	675

6. Система оцінювання та вимоги

Контроль успішності навчання здобувача проводиться у формі поточного і підсумкового контролів.

Формами поточного контролю є:

- Перевірка якості виконання завдань згідно завдання кваліфікаційної роботи.

Підсумковий контроль – *публічний захист кваліфікаційної роботи.*

Нарахування балів:

№	Вид роботи, що підлягає контролю	Максимальна кількість оціночних балів	
		Денна	Заочна
1	Підготовка та оформлення кваліфікаційної роботи	70	70
2	Публічний захист кваліфікаційної роботи	30	30
Всього		100,0	100,0

Критерії оцінювання змісту кваліфікаційної роботи та її захисту

№	Критерії	Максимальний бал
Підготовка та оформлення кваліфікаційної роботи		
1	Робота є актуальною, має новизну, оригінальність розв'язання задачі	10
2	Кваліфікаційна робота має всі структурні елементи зазначені в	10

	методичних рекомендаціях	
3	Усі розділи роботи мають чітку структуру і достатній обсяг	10
4	Результати дослідження є достатньо повними у відповідності до завдань роботи та висвітлені у висновках	10
5	Робота має в достатньому обсязі таблиці, графіки, діаграми, рисунки та розрахунковий матеріал роботи є достатньо інформативним та зрозумілим	10
6	У роботі є достатня кількість цитувань на сучасну літературу, пов'язану з даною темою; усі посилання, згадані в переліку літератури, наводяться в тексті і навпаки	10
7	Оформлення роботи є грамотним: орфографія, стиль та граматики є правильними та зрозумілими	10
Всього		70
Публічний захист кваліфікаційної роботи		30
Разом		100

Нарахування балів за окремими елементами кваліфікаційної роботи

9,0-10,0	Елемент кваліфікаційної роботи виконаний у повному обсязі, згідно вимог	відмінно
8,0 -8,9	Елемент кваліфікаційної роботи виконаний, але допущені неточності	дуже добре
7,0 – 7,9	Елемент кваліфікаційної роботи виконаний, але є допущені суттєві неточності	добре
5,0 – 6,9	Елемент кваліфікаційної роботи виконаний, але допущені грубі помилки	достатньо
0 – 4,9	Елемент кваліфікаційної роботи виконаний на низькому рівні або не виконаний	незадовільно

Публічний захист кваліфікаційної роботи

30,0 -25,0	У доповіді відображено всі завдання з кваліфікаційної роботи, має якісну презентацію та якісно оформлена, надані повні обґрунтовані відповіді на поставлені запитання	відмінно
24,0 -20,0	Доповідь підготовлена, має презентацію, при відповіді на питання допущені неточності	дуже добре
19,0 15,0	Доповідь підготовлена, має презентацію, але доповідач доповідає невпевнено, відповіді на питання неповні, допущені помилки	добре
14,0 10,0	Доповідь підготовлена, має презентацію, але доповідач доповідає невпевнено, відповіді на питання незадовільні, допущені грубі помилки	достатньо
0 – 9,0	Доповідь підготовлена на низькому рівні, або відсутня	незадовільно

7. Засоби діагностики успішності навчання

Методи навчання, які використовуються у процесі проведення занять, а також самостійних робіт за ОК:

Самостійна робота: робота з навчально-методичними матеріалами, конспектування, підготовка методичних матеріалів, підготовка звіту з практики.

8.Інформаційні ресурси

Базові (основні):

1. Механізми управління фінансово-економічними результатами діяльності аграрних підприємств [Текст] : монографія / Н. С. Згадова, В. І. Губко, Л. Л. Марчук, В. В. Лагодієнко ; Одес. нац. технол. ун-т, Каф. економічної теорії та фінансово-економічної безпеки. — Івано-Франківськ : Супрун В. П., 2022. — 208 с.

2. Маркетинг, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку [Текст] :

кол. монографія / відп. ред. М. Р. Мардар ; відп. секретар О. В. Євтушок ; Одес. нац. акад. харч. технологій, Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : Лерадрук, 2020. — 757 с. : табл., рис.

3. Логістика, управління й конкурентоспроможність в агробізнесі [Текст] : навч. посіб. / О. А. Жигулін, І. І. Махмудов, Н. О. Жигуліна ; Відокремл. підрозділ Нац. Ун-ту Біоресурсів і Природокористування України "Ніжин. агротехн. ін-т", Нац. НДУ ім. М. Гоголя. — Ніжин, 2020. — 519 с.

4. Маркетинг у цифровому середовищі [Електронний ресурс] : підручник / Н. Є. Летуновська, Л. М. Хоменко, О. В. Люльов, та ін. ; за заг. ред. Н. Є. Летуновської, Л. М. Хоменко ; Сум. держ. ун-т. — Суми : СумДУ, 2021. — 259 с.

5. Богданов, Олександр Олександрович. Маркетингові стратегії розвитку підприємств агропродовольчої сфери [Текст] = Marketing strategies for the development of agro-food enterprises : дис. ... д-ра філософії : спец. 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність" галузь знань 07 "Управління та адміністрування" / О. О. Богданов ; наук. кер. В. В. Лагодієнко ; Одес. нац. технол. ун-т. — Одеса, 2023. — 230 с.

Додаткові:

1. ДСТУ 3008-95 «Документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура і правила оформлення» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.uazakon.com/document/spart94/inx94057.htm>

2. ДСТУ 8302:2015 «Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://library.nlu.edu.ua/Biblioteka/sait/DSTU_8302-2015.pdf

3. Основні вимоги до дисертацій та авторефератів дисертацій. Бюлетень ВАК України. — 2007. — № 6. — С. 9 — 17. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.setlab.net/?view=disser-2007>

4. Положення про організацію дипломного проектування в Одеському національному технологічному університеті [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://ontu.edu.ua/download/pubinfo/Regulations-on-the-organization-of-diploma-design-in-ONUT.pdf>

9. Політика освітнього компоненту

Політика всіх освітніх компонент в ОНТУ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, [Корпоративному кодексу ОНТУ](#), [Кодексу академічної доброчесності ОНТУ](#), [Положення про організацію освітнього процесу ОНТУ](#), [Положення про порядок перезарахування результатів навчання \(навчальних дисциплін\) в ОНТУ](#), [вимог ISO 9001:2015](#) та [роботодавців](#)

Викладач _____ Тетяна САВЧЕНКО

Викладач _____ Ганна ЛОЗОВСЬКА

Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі
Протокол від

Завідувач кафедри _____ Володимир ЛАГОДІЄНКО

ПОГОДЖЕНО:

Гарант ОП Маркетинг та digital-комунікації

доцент кафедри МПІТ _____

Вікторія МІЛЬЧЕВА