

СИЛАБУС ОК «КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА»

Керівники кваліфікаційної роботи			Викладачі у відповідності до розподілу навчально-педагогічного навантаження та закріплення за наказом про призначення тем здобувачів та керівників			Код курсу GWE	6gotnas7
Галузь знань			<i>D Бізнес, адміністрування та право</i>			Рівень вищої освіти	Магістр
Спеціальність			D5 Маркетинг			Семестр	3
Освітня програма			«Маркетинг»			Тип ОК	Обов'язкова
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка
	15	450	-	-	-	-	450

АНОТАЦІЯ КУРСУ	
Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі	
Освітні компоненти, які передують вивченню	ОК 1 – ОК 10
Освітні компоненти для яких є базовою	-
Мета кваліфікаційної роботи:	систематизація, поглиблення та практичне застосування набутих знань і компетентностей для самостійного дослідження актуальної проблеми у сфері маркетингу, розроблення науково обґрунтованих практичних рекомендацій, оцінювання результатів їх реалізації та публічного захисту отриманих результатів.
Компетентності відповідно до освітньої програми	
Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Фахові компетентності (ФК)
ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність) ЗК3.Здатність оцінювати та забезпечувати якості виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними ЗК9. Здатність саморозвиватися та самовдосконалюватися упродовж життя.	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. СК10. Здатність використовувати інформаційні і комунікаційні технології в управлінні маркетинговою діяльністю.
Програмні результати навчання (РН)	
ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. ПРН 2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами . ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта . ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	

ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм.
ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
ПРН 16. Використовувати інформаційні і комунікаційні технології, застосовувати сучасні Інтернет-технології в управлінні маркетинговою діяльністю.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ		
1. Аналіз останніх наукових публікацій, пошук актуальних та своєчасних питань до розв'язання та дослідження. Обрання теми кваліфікаційної роботи. <u>Знати:</u> сучасні напрями розвитку маркетингу; вимоги до вибору та формулювання теми кваліфікаційної роботи; критерії актуальності, наукової і практичної значущості дослідження. <u>Вміти:</u> здійснювати пошук і критичний аналіз наукових джерел; визначати актуальну проблему маркетингу; обґрунтовувати вибір теми та її зв'язок із практичною діяльністю підприємства; складати індивідуальний план дослідження. <u>Формування компетенцій:</u> ЗК3, ЗК6, СК1, СК3, СК9. <u>Результати навчання:</u> ПРН3, ПРН9, ПРН15. <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-14	Самостійна робота 20 год.	Завдання: Проаналізувати сучасні вітчизняні та зарубіжні наукові публікації, виявити актуальні й малодосліджені проблеми у відповідній галузі, сформулювати та обґрунтувати тему магістерської роботи
2. Визначення об'єкту, предмету, мети та завдань дослідження <u>Знати:</u> принципи побудови наукового дослідження; вимоги до формулювання мети, завдань, об'єкта, предмета та гіпотез; кількісні й якісні методи маркетингових досліджень; критерії достовірності та релевантності інформації. <u>Вміти:</u> формулювати науково-прикладну проблему, мету і завдання дослідження; визначати його об'єкт і предмет; розробляти дослідницькі питання та гіпотези; обирати й обґрунтовувати методи збирання та аналізу даних; формувати інформаційну базу дослідження. <u>Формування компетенцій:</u> ЗК3, ЗК6, СК2, СК3, СК9. <u>Результати навчання:</u> ПРН3, ПРН9, ПРН15. <u>Рекомендовані джерела:</u> обираються самостійно здобувачем у відповідності до обраної теми дослідження	Самостійна робота 35 год.	Завдання: Чітко окреслити об'єкт і предмет дослідження, сформулювати підпорядковану їм мету та визначити комплекс конкретних завдань для її досягнення.
3. Пошук джерел, що розкриватимуть та висвітлюватимуть питання щодо проблематики дослідження відповідно до поставлених завдань. Аналіз та систематизація матеріалів за результатами опрацьованих джерел у межах розділів <u>Знати:</u> сучасні теорії та концепції маркетингу; методи пошуку, критичного оцінювання й систематизації наукової інформації; принципи побудови огляду літератури; правила цитування та дотримання академічної доброчесності. <u>Вміти:</u> здійснювати пошук релевантних наукових джерел; критично оцінювати й порівнювати позиції авторів; систематизувати теоретичні та методичні підходи; визначати дослідницькі прогалини; аргументувати власну позицію; коректно цитувати та перефразовувати використані матеріали. <u>Формування компетенцій:</u> ЗК3, ЗК6, СК1, СК2, СК3, СК9, СК10. <u>Результати навчання:</u> ПРН3, ПРН9, ПРН15, ПРН16. <u>Рекомендовані джерела:</u> обираються самостійно здобувачем у відповідності до обраної теми дослідження	Самостійна робота 75 год.	Завдання: Здійснити цілеспрямований пошук фахової літератури, систематизувати та опрацювати зібраний матеріал відповідно до структури та завдань роботи.
4. Робота над написанням розділу I кваліфікаційної роботи, опис, аналіз та узагальнення матеріалу, підсумки <u>Знати:</u> принципи організації емпіричного маркетингового дослідження; джерела маркетингової інформації; методи збирання кількісних і якісних даних; засади формування вибірки; вимоги до надійності, валідності, зіставності та етичного використання інформації. <u>Вміти:</u> розробляти дизайн та інструментарій дослідження; обґрунтовувати вибір джерел і методів отримання інформації; формувати вибірку; проводити кабінетні та польові дослідження; перевіряти якість даних; забезпечувати зіставність показників різних країн і ринків; систематизувати та готувати інформацію до подальшого аналізу.	Самостійна робота 50 год.	Завдання: Узагальнити теоретичні засади досліджуваної проблеми, провести порівняльний аналіз існуючих підходів та сформулювати проміжні висновки першого розділу.

Формування компетенцій: ЗК3, ЗК6, СК2, СК3, СК9, СК10. Результати навчання: ПРН3, ПРН5, ПРН9, ПРН15, ПРН16. Рекомендовані джерела: обираються самостійно здобувачем у відповідності до обраної теми дослідження		
5. Робота над написанням розділу II кваліфікаційної роботи, опис, аналіз та узагальнення матеріалу, підсумки Знати: методи стратегічного, конкурентного, статистичного та маркетингового аналізу; систему показників результативності маркетингової діяльності; підходи до оцінювання привабливості цільових ринків і конкурентоспроможності підприємства. Вміти: застосовувати кількісні та якісні методи аналізу; перевіряти дослідницькі гіпотези; порівнювати цільові ринки; аналізувати споживачів і конкурентів; оцінювати ринкові позиції та маркетингові показники підприємства; виявляти причинно-наслідкові зв'язки; аргументовано інтерпретувати результати. Формування компетенцій: ЗК3, ЗК6, СК2, СК3, СК5, СК9, СК10. Результати навчання: ПРН1, ПРН2, ПРН3, ПРН5, ПРН9, ПРН11, ПРН12, ПРН13, ПРН14, ПРН15, ПРН17. Рекомендовані джерела: обираються самостійно здобувачем у відповідності до обраної теми дослідження	Самостійна робота 90 год.	Завдання: Провести аналіз поточного стану, специфіки та практичних даних за темою дослідження, систематизувати отримані результати та зробити висновки за розділом.
6. Робота над написанням розділу III кваліфікаційної роботи, опис, аналіз, узагальнення матеріалу, підсумки з наданням практичних рекомендацій щодо вдосконалення та розв'язання проблемного питання. Пропозиції щодо покращення існуючих практик у розв'язанні поставленої задачі (проблеми) дослідження Знати: принципи стратегічного маркетингового планування; моделі виходу та розвитку підприємства на цільових ринках; підходи до адаптації і стандартизації комплексу маркетингу; методи розроблення та управління маркетинговими проектами. Вміти: формувати альтернативні маркетингові рішення; обґрунтовувати вибір маркетингової стратегії; розробляти комплекс маркетингових заходів; визначати цільові ринки, позиціонування, ресурси, строки, відповідальних виконавців і ключові показники результативності; враховувати ризики та обмеження бізнес-середовища. Формування компетенцій: ЗК2, ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК8, СК4, СК5, СК6, СК7, СК8, СК10, СК11. Результати навчання: ПРН1, ПРН2, ПРН5, ПРН6, ПРН7, ПРН9, ПРН15, ПРН17. Рекомендовані джерела: обираються самостійно здобувачем у відповідності до обраної теми дослідження	Самостійна робота 85 год.	Завдання: Розробити й обґрунтувати практичні рекомендації, рішення та пропозиції щодо вдосконалення чи розв'язання виявлених проблем, підсумувати їх практичну цінність.
7. Формулювання висновків за результатами проведеного дослідження. Обґрунтування досягнення поставлених завдань, мети кваліфікаційної роботи Знати: методи оцінювання результативності та ефективності маркетингових рішень; принципи бюджетування маркетингових заходів; систему маркетингових і фінансових показників; методи аналізу ризиків та сценарного прогнозування. Вміти: розраховувати витрати й очікувані результати реалізації запропонованих заходів; визначати ключові показники ефективності; порівнювати альтернативні сценарії; оцінювати маркетингові, фінансові та ринкові ризики; розробляти заходи їх мінімізації та систему моніторингу результатів. Формування компетенцій: ЗК1, ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК9, СК2, СК5, СК10, СК11. Результати навчання: ПРН1, ПРН3, ПРН5, ПРН9, ПРН10, ПРН15, ПРН17. Рекомендовані джерела: обираються самостійно здобувачем у відповідності до обраної теми дослідження	Самостійна робота 35 год.	Завдання: Сформулювати загальні висновки за результатами всієї роботи та аргументувати повноту досягнення мета й виконання всіх поставлених завдань.
8. Оформлення роботи у відповідності до вимог щодо написання кваліфікаційних магістерських робіт Знати: вимоги до структури та оформлення кваліфікаційної роботи; принципи формулювання науково обґрунтованих висновків; правила цитування й укладання списку використаних джерел; вимоги академічної доброчесності. Вміти: узагальнювати та логічно структурувати результати дослідження; формулювати обґрунтовані висновки й рекомендації; оцінювати досягнення мети та виконання завдань; редагувати текст, оформлювати таблиці, рисунки, посилання, список джерел і додатки; перевіряти роботу на відповідність вимогам академічної доброчесності. Формування компетенцій: ЗК3, ЗК6, ЗК9, СК2, СК3, СК9. Результати навчання: ПРН3, ПРН5, ПРН9, ПРН15.	Самостійна робота 35 год.	Завдання: Впорядкувати та оформити текстову частину, графічний матеріал, додатки та список використаних джерел згідно з чинними вимогами й стандартами до магістерських робіт.

Рекомендовані джерела: 1-5.		
9. Оформлення презентації та написання доповіді для представлення основних результатів дослідження Знати: вимоги до процедури попереднього та публічного захисту; принципи побудови наукової доповіді й презентації; правила професійної комунікації та аргументації результатів дослідження. Вміти: стисло й логічно представляти результати кваліфікаційної роботи; візуалізувати дані; обґрунтовувати висновки та запропоновані маркетингові рішення; аргументовано відповідати на запитання; вести професійну дискусію та враховувати зауваження. Формування компетенцій: ЗК3, ЗК4, ЗК5, ЗК6, ЗК9, СК2, СК4, СК9. Результати навчання: ПРН5, ПРН8, ПРН15, ПРН17. Рекомендовані джерела: 1-14	Самостійна робота 25 год.	Завдання: Підготувати тези доповіді та візуальну презентацію (слайди) для публічного захисту основних результатів та здобутків дослідження.
МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ		
Комп'ютерне обладнання, мережа Інтернет, Навчальна лабораторія маркетингових досліджень (ауд. 417)		
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ		
1. Про академічну доброчесність : Закон України від 18.12.2025 № 4742-IX. [Електронний ресурс]. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4742-20 2. Положення про організацію освітнього процесу у Державному університеті інформаційно-комунікаційних технологій. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_49109699.pdf 3. Положення про кваліфікаційні роботи здобувачів вищої освіти у Державному університеті інформаційно-комунікаційних технологій. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_53363267.pdf 4. Кодекс академічної доброчесності Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_96297052.pdf 5. Методичні рекомендації до написання, оформлення і захисту кваліфікаційної роботи за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти. Київ: ДУІКТ, 2025. 36 с. 6. Воскобоева О.В., Ромащенко О.С. Бізнес-діагностика в маркетингу: <i>навчальний посібник</i>. Київ: ДУІКТ, 2025. 164с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/l_2275_14853958.pdf 7. Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності. <i>Навчальний посібник</i>. Київ: ДУТ, 2019. 146 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/l_796_67558907.pdf 8. Збарський В. К., Талавира М. П.,А. Д. Остапчук. Маркетингові дослідження: <i>навчально-науковий посібник</i>. Київ: ЦП «КОМПРИНТ», 2023. 574 с. URL: https://dglb.nubip.edu.ua/handle/123456789/10317 9. Зоріна О.І., Нескуба Т. В., Мкртчян О. М. Маркетингово-економічний аналіз: <i>конспект лекцій</i>. 2021. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/l_255_40997762.pdf 10. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. «Маркетинг: теорія і практика»: <i>підруч.</i> Луцьк: Волиньполіграф, 2022. 408 с. URL: https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2277/view/99 11. Савченко С.О., Сукач О.М. Маркетинг: <i>навчально-практичний посібник</i>. Черкаси: Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова, 2024. 151с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/l_160_36762975.pdf 12. Лисиця Н. М., Холодний Г. О., Ус М. І. та ін. Сучасний маркетинг у цифровому просторі : <i>монографія</i>. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2023. 204 с. [Електронний ресурс]. URL: https://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/30598 13. Оформлення презентації в Canva. Покрокова інструкція. URL: https://www.youtube.com/watch?v=kRajLNUXjhY 14. Оформлення презентації в Power Point. URL: https://surl.li/ngmvnz		
ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)		
Виконання кваліфікаційної роботи магістра зі спеціальності «Маркетинг» передбачає дотримання студентами певних академічних та організаційних правил. Ці правила спрямовані на забезпечення ефективного навчального процесу, академічної доброчесності та якісного виконання досліджень. • Тему кваліфікаційної роботи студент обирає самостійно або за запропонованим переліком кафедри. • Затвердження теми та індивідуального плану роботи здійснюється керівником. • Керівник кваліфікаційної роботи проводить обов'язкові консультації відповідно до затвердженого графіку. • До захисту допускаються лише ті роботи, які відповідають вимогам кафедри та мають позитивні рецензії керівника та рецензента. • Захист здійснюється у формі доповіді (10-15 хвилин) із презентацією основних результатів роботи. • Члени комісії можуть ставити запитання щодо методології, висновків, практичної значущості роботи.		

Правила академічної доброчесності

- Здобувачі освіти зобов'язані дотримуватися цінностей, принципів і правил академічної доброчесності.
- Кваліфікаційна робота має бути виконана самостійно, крім випадків, коли його виконання передбачає використання допоміжних матеріалів та засобів, мережі Інтернет тощо.
- Кожен здобувач освіти у разі використання у кваліфікаційній роботі результатів інтелектуального творіння інших авторів (текстів, ідей, розробок, тверджень, відомостей, думок тощо) зобов'язаний зробити посилання на відповідне джерело інформації.
- За порушення принципів академічної доброчесності викладач може накладати санкції: зниження балів, повернення роботи на доопрацювання, не допущення до захисту роботи та ін.
 - Здобувачі можуть ознайомитися із Кодексом академічної доброчесності Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій на сторінці сайту: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_96297052.pdf?2

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Захист кваліфікаційної роботи відбувається прилюдно на відкритому засіданні Екзаменаційної комісії. Оцінювання рівня якості здобувача вищої освіти здійснюють члени Екзаменаційної комісії на основі встановлених правил, принципів, критеріїв, системи і шкали оцінювання. Критерії оцінювання кваліфікаційної роботи: 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.

Форми контролю / Види навчальної роботи	Оцінювання
Актуальність теми, її відповідність сучасним вимогам	Максимальна кількість балів – 10
Повнота, науковий рівень обґрунтування розробок	Максимальна кількість балів – 20
Практична цінність запропонованих рішень	Максимальна кількість балів – 20
Відповідність КР нормативним актам України, державним стандартам; якість. оформлених матеріалів	Максимальна кількість балів – 10
Змістовність доповіді та відповідей на запитання членів ЕК під час захисту	Максимальна кількість балів – 40
ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ:	Максимальна кількість балів – 100, мінімальна – 60

Здобувачі вищої освіти, які не склали кваліфікаційні іспити та/або не захистили випускну кваліфікаційну роботу/проект через неявку без поважних причин або отримання незадовільної оцінки, мають право за окремим договором про надання освітніх послуг на повторну (із наступного навчального року) підсумкову атестацію протягом трьох років після відрахування із закладу вищої освіти. При встановленні академічного плагіату повторного захисту роботи на ту саму тему не допускається.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Бали	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90–100	A	відмінно
82–89	B	добре
75–81	C	
67–74	D	
60–66	E	задовільно
35–59	FX	
0-34	F	
		незадовільно