

Положення

про проведення II Міжнародного конкурсу кваліфікаційних робіт з маркетингу, реклами, digital-комунікацій та управління брендами за першим (бакалаврським) та другим (магістерським) рівнями вищої освіти

I. Загальні положення

1.1 II Міжнародний конкурс кваліфікаційних робіт здобувачів вищих навчальних закладів освіти з маркетингу, реклами, digital-комунікацій та управління брендами за першим та другим рівнями вищої освіти (надалі – Конкурс) проводиться з метою підвищення якості підготовки здобувачів вищої освіти, що сприятиме розвитку підприємницької діяльності та задоволенню існуючої потреби у кваліфікованих фахівцях; покращення співпраці зі стейкхолдерами в цілому та роботодавцями і практиками зокрема; залучення та заохочення талановитої молоді до науково-дослідної діяльності у сфері маркетингу, реклами, digital-комунікацій та управління брендами; розвиток здатності у здобувачів вищої освіти застосовувати міждисциплінарний й міжгалузевий підхід та поєднувати уміння, знання й навички з різних галузей; забезпечення підготовки фахівців, які володіють сучасним креативним, інноваційним і прикладним інструментарієм маркетингу, реклами, digital-комунікацій, брендингу, філології, україністики та імплементація європейських цінностей; поширення кращих практик написання кваліфікаційних робіт.

1.2 Конкурс проводиться на базі кафедри маркетингу Хмельницького національного університету, що здійснює підготовку бакалаврів, магістрів та докторів філософії за спеціальністю «Маркетинг».

1.3 На конкурс можуть бути подані захищені кваліфікаційні роботи студентів-здобувачів вищих навчальних закладів III-IV рівнів акредитації незалежно від форм власності та підпорядкування, у тому числі, роботи іноземних здобувачів.

1.4 Кваліфікаційні роботи, що подаються на конкурс, мають бути захищені не пізніше 1 березня поточного року. Подані на Конкурс роботи мають відповідати вимогам чинних нормативних документів.

1.5 Конкурс проводиться щорічно у два тури:

- перший тур – внутрішній етап у вищих навчальних закладах III-IV рівнів акредитації (січень-квітень місяць);
- другий тур – підсумковий етап у Хмельницькому національному університеті (травень місяць).

II. Організація проведення конкурсу

2.1 Засновниками Конкурсу є Хмельницький національний університет (м. Хмельницький, Україна), Університет торгівлі і послуг (м. Познань, Польща), Академія економічних наук Молдови (м. Кишинів, Молдова), Сухумський державний університет (м. Тбілісі, Грузія).

2.2 Для організації та проведення першого туру Конкурсу у вищому навчальному закладі за наказом ректора створюється конкурсна комісія з представників цього вищого навчального закладу (надалі – Конкурсна комісія першого туру).

2.3 Для організації та проведення другого туру Конкурсу у Хмельницькому національному університеті створюється конкурсна комісія (надалі – Конкурсна комісія), до складу якої входять науково-педагогічні працівники університету, представники інших вищих навчальних закладів, наукових установ, підприємств, громадських організацій тощо (за згодою).

2.4 Конкурсна комісія формується кожен рік за заявками, що поступили від представників вищих навчальних закладів на адресу Хмельницького національного університету до 7 червня. Члени Конкурсної комісії мають бути співробітниками кафедр, що є випусковими за першим та/або другим РВО, мати стаж роботи на такій кафедрі 5 і більше років, мати науковий ступінь кандидата або доктора економічних чи технічних наук та мати наукові публікації, в яких висвітлюється проблематика з маркетингу, реклами, digital-комунікацій та управління брендами.

2.5 До складу Конкурсної комісії можуть увійти представники класичних, економічних та технічних вищих навчальних закладів, за умови наявності заявок на їх включення до складу Конкурсної комісії.

III. Порядок проведення конкурсу

3.1 Конкурсні комісії першого туру обирають до 5 кращих кваліфікаційних робіт за кожним освітньо-кваліфікаційним рівнем та направляють їх до Хмельницького національного університету до 7 червня 2025 р.

3.2 На конкурс можуть подаватись електронні версії кваліфікаційних робіт.

3.3 До кваліфікаційних робіт за кожним рівнем вищої освіти надається супровідний лист з проханням прийняти дипломні роботи до участі в конкурсі, підписаний головою Конкурсної комісії першого туру. У супровідному листі обов'язково вказуються назва дипломної роботи, рівень вищої освіти, ПІБ автора кваліфікаційної роботи (повністю), ПІБ, вчений ступінь та вчене звання керівника кваліфікаційної роботи (повністю) та контактний телефон й ПІБ особи, що відповідає за проведення першого туру Конкурсу.

3.4 До кожної кваліфікаційної роботи надається анотація, у якій зазначається актуальність, мета, завдання, предмет, об'єкт, наукова новизна, методи дослідження, практична значущість та стислий зміст дипломної роботи.

3.5 За наявності до кваліфікаційної робіт надаються копії публікацій, дипломів переможця різного рівня конкурсів наукових робіт та конференцій автора роботи, довідок про впровадження результатів кваліфікаційної роботи у виробництво або навчальний процес тощо.

3.6 Другий тур конкурсу проводиться у травні у форматі засідання Конкурсної комісії. Засідання Конкурсної комісії вважається таким, що відбулося, якщо на ньому присутні 2/3 її членів.

3.7 За результатами розгляду робіт, їх відкритого обговорення та їх оцінювання за визначеними критеріями (Додаток 1) конкурсна комісія приймає рішення щодо нагородження кращих кваліфікаційної робіт.

3.8 Нагороджуються дипломами переможців 30% кваліфікаційної робіт від їх загальної кількості, що поступила на Конкурс, за кожним рівнем вищої освіти, з них: дипломом I ступеня – 25%, дипломом II ступеня – 35%, дипломом III ступеня – 40%.

3.9 Конкурсна комісія може відзначити заохочувальними грамотами у довільних номінаціях кваліфікаційної роботи, які не було нагороджено дипломами переможців.

3.10 За результатами Конкурсу складається протокол засідання Конкурсної комісії та статистична довідка (Додатки 2, 3).

3.11 Документація з проведення другого туру Конкурсу зберігається у базовому вищому навчальному закладі протягом трьох років.

3.12 Результати Конкурсу розміщуються на сайті Хмельницького національного університету.

IV. Апеляційна комісія

4.1 Для забезпечення об'єктивного проведення другого туру Конкурсу у базовому вищому навчальному закладі створюється апеляційна комісія, чисельність і склад якої затверджуються наказом ректора базового вищого навчального закладу. Членами апеляційної комісії можуть призначатися представники базового вищого навчального закладу, інших вищих навчальних закладів та наукових установ (за згодою).

4.2 Учасники Конкурсу можуть протягом трьох днів після оголошення результатів Конкурсу подати заяву в письмовій формі апеляційній комісії щодо необ'єктивності оцінювання дипломних робіт.

4.3 Апеляційна комісія впродовж трьох робочих днів з дня надходження заяви ухвалює рішення, що фіксується у протоколі її засідання (Додаток 4), та надає його заявнику.

V. Фінансування конкурсу

5.1 Витрати на проведення першого туру Конкурсу та на пересилання робіт до базового вищого навчального закладу здійснюються за рахунок вищих навчальних закладів, що приймають участь у Конкурсі.

5.2 Матеріально-технічне забезпечення другого туру Конкурсу, витрати на проведення засідання Конкурсної комісії здійснюються за рахунок Хмельницького національного університету та інших джерел, незаборонених законодавством України.

5.3 Пересилання дипломів переможців та заохочувальних грамот здійснюється за рахунок вищих навчальних закладів.

Голова Конкурсної комісії з проведення
II Міжнародного конкурсу кваліфікаційних
робіт студентів вищих навчальних закладів
освіти з маркетингу, реклами, digital-комунікацій
та управління брендами за першим та другим
рівнями вищої освіти,
д.е.н., професор



Ольга ГОНЧАР

Додаток 1

Критерії оцінювання якості кваліфікаційних робіт

Критерій	Максимальна кількість балів	
	Бакалавр	Магістр
Актуальність теми, постановка мети, завдань, визначення предмету та об'єкту дослідження	18	9
Повнота розгляду теоретичного матеріалу та наукових досліджень з обраної тематики	15	10
Розгляд нормативно-правових актів з обраної тематики	5	5
Застосування сучасних методів дослідження та обґрунтування позиції щодо їх обрання, проведення досліджень з теми	18	15
Повнота аналізу діяльності підприємства та/або ринку, аналізу діяльності конкурентів та стану галузі, в якій функціонує підприємство	15	15
Наявність наукової новизни роботи	5	15
Економічний ефект від впровадження пропозицій, можливість їх використання на практиці	10	13
Наявність впроваджень у виробництво та/або навчальний процес	3	3
Наявність замовлень від підприємства	3	3
Наявність публікацій, дипломів переможця конкурсів студентських наукових робіт	8	12
Всього балів	100	100

ПРОТОКОЛ ЗАСІДАННЯ
конкурсної комісії II Міжнародного конкурсу кваліфікаційних робіт студентів
вищих навчальних закладів освіти з маркетингу, реклами, digital-комунікацій
та управління брендами за _____ рівнем вищої освіти

від _____ 20__ року

Конкурсна комісія розглянула кваліфікаційні роботи, що надійшли з вищих навчальних закладів.

На підставі відкритого обговорення та оцінювання кваліфікаційних робіт конкурсна комісія вирішила визнати переможцями:

Диплом I ступеня, II ступеня, III ступеня (потрібне вказати)	Прізвище, ім'я, по батькові студента (повністю)	Прізвище, ім'я, по батькові(повністю), посада наукового керівника	Найменування вищого навчального закладу (повністю)
1	2	3	4

Голова конкурсної комісії

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Члени конкурсної комісії:

(підписи)

(прізвища та ініціали)

М.П.

СТАТИСТИЧНА ДОВІДКА

На II Міжнародний конкурс кваліфікаційних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти з **маркетингу, реклами, digital-комунікацій та управління брендами** за рівнем вищої освіти _____ надійшло _____ кваліфікаційних робіт з _____ вищих навчальних закладів.

№ з/п	Найменування вищого навчального закладу (повністю)	Загальна кількість робіт, що надійшли	Представлені до нагородження		
			диплом I ступеня	диплом II ступеня	диплом III ступеня
1	2	3	4	5	6

Голова конкурсної комісії

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Члени конкурсної комісії:

(підписи)

(прізвища та ініціали)

М.П.

ПРОТОКОЛ ЗАСІДАННЯ
апеляційної комісії II Міжнародного конкурсу кваліфікаційних робіт студентів вищих
навчальних закладів освіти з маркетингу, реклами, digital-комунікацій та управління
брендами за рівнем вищої освіти

від _____ 20__ року

Апеляційна комісія розглянула кваліфікаційну роботу відповідно до заяви від _____
20__ р. та вирішила визнати, що студент (ка) _____
(є претендентом, не є претендентом) _____ на нагородження дипломом
переможця _____ ступеня.

Голова конкурсної комісії

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Члени конкурсної комісії:

(підписи)

(прізвища та ініціали)

М.П.