

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича  
Економічний факультет  
Кафедра маркетингу, інновацій та регіонального розвитку

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан економічного факультету

доц. Р.І. Грешко

\_\_\_\_\_ 2025 року



**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**МЕТОДОЛОГІЯ І ОРГАНІЗАЦІЯ НАУКОВИХ ТА ПРИКЛАДНИХ  
ДОСЛІДЖЕНЬ В МАРКЕТИНГУ**

*Обов'язкова*

Освітньо-професійна програма	«Маркетинг»
Спеціальність	D5 «Маркетинг»
Галузь знань	D «Бізнес, адміністрування та право»
Рівень вищої освіти:	другий (магістерський)
Факультет, на якому здійснюється підготовка фахівців	Економічний
Мова навчання	Українська

Чернівці 2025 рік

Робоча програма навчальної дисципліни «**Методологія і організація наукових та прикладних досліджень в маркетингу**» складена відповідно до вимог освітньої програми «Маркетинг» другого (магістерського) освітнього рівня, спеціальності D5 Маркетинг, галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право», (затверджена протоколом № 5 від «28» квітня 2025 р).

**Розробник:** к.е.н., доцент Бабух І.Б., доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку

**Викладач, що забезпечує читання даної навчальної дисципліни:** к.е.н., доцент Бабух І.Б., доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку

Погоджено з гарантом ОП  професором Ірина Буднікевич


Затверджено на засіданні кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку

Протокол № 1 від «27» серпня 2025 року

Завідувач кафедри  Ірина Буднікевич

Схвалено методичною радою економічного факультету

Протокол № «1» від 27 серпня 2025 року

Голова методичної ради економічного факультету , Ірина Никифорак

### 1. Мета навчальної дисципліни

Дисципліна «Методологія і організація наукових та прикладних досліджень в маркетингу» є обов'язковою дисципліною для здобувачів другого магістерського рівня вищої освіти, спеціальності D5 «Маркетинг», галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право». Навчальна дисципліна спрямована на формування у здобувачів цілісної системи знань щодо теоретичних засад науки, методологічних принципів, інструментарію та параметрів проведення наукових і прикладних досліджень. Особливий акцент робиться на розумінні процесів генерування наукових ідей та застосуванні принципів академічної доброчесності в науковій діяльності. Здобувачі мають засвоїти сутність і зміст категоріального апарату наукового дослідження, особливості його практичного використання, специфіку презентації результатів дослідницької роботи та критерії оцінювання її ефективності, зокрема у сфері маркетингу.

Метою навчальної дисципліни є формування у здобувачів цілісної системи знань і компетенцій щодо теоретичних основ науки, методологічних принципів та інструментарію проведення наукових і прикладних досліджень у маркетинговій сфері.

**2. Пререквізити.** Предмети які викладаються одночасно з курсом «Методологія і організація наукових та прикладних досліджень в маркетингу»: Маркетинговий аналіз. Стратегічний маркетинг. Цифровий маркетинг. Стратегії ведення переговорів та бізнес-комунікації.

**3. Результати навчання.** Результатом вивчення дисципліни «Методологія і організація наукових та прикладних досліджень в маркетингу» є набуття здобувачами освіти за ОП «Маркетинг» таких компетентностей і програмних результатів навчання:

<i>Загальні компетентності</i>	<b>ЗК2.</b> Здатність генерувати нові ідеї (креативність). <b>ЗК6.</b> Здатність до пошуку, оброблення й аналізу інформації з різних джерел.
<i>Спеціальні (фахові) компетентності</i>	<b>СК1.</b> Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. <b>СК2.</b> Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. <b>СК9.</b> Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. <b>СК10*.</b> Здатність критично й креативно мислити, генерувати та обґрунтовувати інноваційні ідеї, підходи, технології та інструменти, ефективно впроваджувати їх у маркетингову діяльність підприємства, приймати обґрунтовані рішення та управляти змінами в нових умовах.

### **Програмні результати навчання за ОП «Маркетинг»:**

- P1.** Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
- P2.** Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
- P3.** Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.
- P5.** Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.
- P8.** Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
- P15.** Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
- P16\*.** *Вміти критично та креативно мислити, аналізувати інноваційні тенденції, генерувати інноваційні ідеї та приймати обґрунтовані маркетингові рішення в умовах динамічного ринкового середовища.*

#### 4. Опис навчальної дисципліни

##### 4.1. Загальна інформація

Форма навчання	Рік підготовки	Семестр	Кількість		Кількість годин						Вид підсумкового контролю
			кредитів	годин	лекції	практичні	семінарські	лабораторні	самостійна робота	індивідуальні завдання	
Денна	2025/ 2026	1	4	120	16	16	-	-	88	-	Залік

##### 4.2. Структура змісту навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	Денна форма						Заочна форма					
	Σ	у тому числі					Σ	у тому числі				
		лекції	практ	лабор	індив.	с.р.		лекції	практ	лабор	індив.	с.р.
Тема 1. Академічна доброчесність: поняття, види порушення, відповідальність	10	1	2	-	-	7	-	-	-	-	-	-
Тема 2. Наука та наукові дослідження у сучасному світі	10	2	2	-	-	6	-	-	-	-	-	-
Тема 3. Методологічні основи науково-дослідної роботи	10	2	2	-	-	6	-	-	-	-	-	-
Тема 4. Процес наукового дослідження, його характеристика й етапи проведення	10	1	2	-	-	7	-	-	-	-	-	-
Тема 5. Технологія наукової творчості та наукового дослідження в маркетингу	10	1	1	-	-	8	-	-	-	-	-	-
Тема 6. Впровадження й ефективність результатів наукового дослідження в маркетингу	10	1	1	-	-	8	-	-	-	-	-	-
Тема 7. Підготовка та написання наукових публікацій з дотриманням правил академічного письма та доброчесності	20	2	2	-	-	16	-	-	-	-	-	-
Тема 8. Підготовка, оформлення та захист кваліфікаційної роботи	20	2	2	-	-	16	-	-	-	-	-	-

<b>Тема 9. Інформаційне забезпечення наукового дослідження з маркетингу та наукометричні міжнародні бази даних</b>	<b>10</b>	2	1	-	-	7	-	-	-	-	-	-
<b>Тема 10. Організація та методика проведення прикладних маркетингових досліджень</b>	<b>10</b>	2	1	-	-	7						
<b>УСЬОГО ГОДИН</b>	<b>120</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>88</b>	-	-	-	-	-	-

**4.3. Плани лекційних занять навчальної дисципліни «Методологія і організація наукових та прикладних досліджень в маркетингу»**

<b>Теми</b>	<b>год.</b>
<p align="center"><b>Лекція 1. Академічна доброчесність: поняття, види порушення, відповідальність</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Суть академічної доброчесності. Фундаментальні цінності академічної доброчесності.</li> <li>2. Порядок виявлення і процедура встановлення фактів порушення академічної доброчесності.</li> <li>3. Заходи й інструменти в частині формування цілісної й ефективної системи забезпечення академічної доброчесності у ЗВО України.</li> </ol>	<b>1</b>
<p align="center"><b>Лекція 2. Наука й наукові дослідження в сучасному світі</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Наука як сфера людської діяльності та система уявлень про світ.</li> <li>2. Наукові революції: сенси й особливості.</li> <li>3. Етапи та види наукових досліджень.</li> </ol>	<b>2</b>
<p align="center"><b>Лекція 3. Методологічні основи науково-дослідної роботи</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Методологічний базис наукових досліджень.</li> <li>2. Методи та техніка наукових досліджень.</li> <li>3. Специфічні методи досліджень у науці маркетингу.</li> </ol>	<b>2</b>
<p align="center"><b>Лекція 4. Процес наукового дослідження, його характеристика й етапи проведення</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Суть процесу наукових досліджень та наукова робота як пізнавальна діяльність.</li> <li>2. Зв'язок між фундаментальними та прикладними дослідженнями.</li> <li>3. Визначення об'єкта і предмета дослідження. Зв'язок теорії і практики в дослідженнях. Етапи маркетингового дослідження.</li> </ol>	<b>1</b>
<p align="center"><b>Лекція 5. Технологія наукової творчості та наукового дослідження в маркетингу</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Технологія дослідження. Засоби технології та процедури дослідження.</li> <li>2. Пошук наукової інформації: теми маркетингового наукового дослідження.</li> <li>3. Маркетингове наукове дослідження як творчий процес.</li> </ol>	<b>1</b>
<p align="center"><b>Лекція 6. Упровадження й ефективність результатів наукового дослідження в маркетингу</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Отримання наукового продукту, впровадження результатів у наукові дослідження та визначення сфери його застосування.</li> <li>2. Ефективність наукової діяльності, її загальні критерії. Різновиди ефективності.</li> <li>3. Наукова новизна. Методи оцінки ефективності наукових досліджень.</li> </ol>	<b>1</b>
<p align="center"><b>Лекція 7. Підготовка та написання наукових публікацій з дотриманням правил академічного письма та доброчесності</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Види наукових публікацій як результати досліджень.</li> <li>2. Наукова стаття, її визначальні та структурні характеристики.</li> <li>3. Правила оформлення публікацій. Літературна редакція.</li> <li>4. Основні принципи та правила дотримання академічної доброчесності.</li> </ol>	<b>2</b>

<p><b>Лекція 8. Підготовка, оформлення та захист кваліфікаційної роботи</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вимоги до кваліфікаційної роботи.</li> <li>2. Вибір напрямку дослідження та формулювання теми.</li> <li>3. Процес написання роботи, її попередній захист і підготовка до захисту на засіданні екзаменаційної комісії</li> </ol>	<b>2</b>
<p><b>Лекція 9. Інформаційне забезпечення наукового дослідження з маркетингу та наукометричні міжнародні бази даних</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Інформаційне забезпечення наукового дослідження як проблема наукової діяльності.</li> <li>2. Принципи роботи з інформаційною базою у процес наукових досліджень.</li> <li>3. Міжнародні наукометричні бази даних як міжнародні системи цитування наукових праць.</li> </ol>	<b>2</b>
<p><b>Лекція 10. Організація та методика проведення прикладних маркетингових досліджень</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Методи проведення прикладних маркетингових досліджень.</li> <li>2. Збір і аналіз даних про ринок та споживачів.</li> <li>3. Digital-аналітика в маркетингу.</li> <li>4. Кейсові методи досліджень.</li> <li>5. Використання результатів досліджень для стратегічного управління маркетингом.</li> </ol>	<b>2</b>
<p><b>Всього</b></p>	<b>16</b>

**4.4. Тематика практичних занять навчальної дисципліни «Методологія і організація наукових та прикладних досліджень в маркетингу»**

Теми	год
<p align="center"><b>Практичне заняття 1. Академічна доброчесність: поняття, види порушення, відповідальність</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сутність і значення академічної доброчесності у сучасній освіті й науці.</li> <li>2. Основні принципи академічної доброчесності (чесність, довіра, справедливість, повага, відповідальність, прозорість).</li> <li>3. Нормативно-правова база забезпечення академічної доброчесності в Україні.</li> <li>4. Види порушень академічної доброчесності (плагіат, самоплагіат, списування, фабрикація та фальсифікація результатів, хабарництво, необ'єктивне оцінювання тощо).</li> <li>5. Причини та наслідки порушень академічної доброчесності.</li> <li>6. Відповідальність здобувачів освіти та науковців за порушення академічної доброчесності.</li> <li>7. Механізми запобігання порушенням академічної доброчесності (система антиплагіат, культура цитування, внутрішні політики ЗВО).</li> <li>8. Роль викладача й студента у формуванні культури академічної доброчесності.</li> </ol>	2
<p align="center"><b>Практичне 2. Наука й наукові дослідження в сучасному світі</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сутність науки як особливої форми пізнання та соціального інституту.</li> <li>2. Роль наукових революцій у трансформації світогляду та розвитку цивілізації.</li> <li>3. Класифікація та характеристика етапів і видів наукових досліджень.</li> </ol>	2
<p align="center"><b>Практичне 3. Методологічні основи науково-дослідної роботи</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Методологічний базис наукових досліджень.</li> <li>2. Принципи та структура наукового пізнання.</li> <li>3. Значення методологічної культури дослідника для ефективного проведення наукової роботи й оцінки її результатів.</li> <li>4. Загальнонаукові та теоретичні методи досліджень.</li> <li>5. Емпіричні методи та техніка збору даних.</li> <li>6. Специфічні методи маркетингових досліджень.</li> </ol>	2
<p align="center"><b>Практичне заняття 4. Процес наукового дослідження, його характеристика й етапи проведення</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Теоретичне осмислення наукового дослідження як системної пізнавальної діяльності та складової наукової роботи.</li> <li>2. Взаємозв'язок фундаментальних та прикладних досліджень у розвитку наукових знань і практичних рішень.</li> <li>3. Формулювання об'єкта та предмета дослідження, взаємозалежність теоретичних положень і практичних застосувань, а також структурна послідовність етапів маркетингового дослідження.</li> </ol>	2
<p align="center"><b>Практичне заняття 5. Технологія наукової творчості та наукового дослідження в маркетингу</b></p>	1

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Теоретичні засади технології наукового дослідження: методологічні інструменти, процедурні підходи та організаційні аспекти проведення маркетингових досліджень.</li> <li>2. Пошук і систематизація наукової інформації як основа формулювання актуальних тем і проблем маркетингових досліджень.</li> <li>3. Маркетингове дослідження як творчий процес: генерація ідей, розробка інноваційних рішень та інтеграція теоретичних концепцій у практичну діяльність.</li> </ol>	
<p style="text-align: center;"><b>Практичне заняття 6. Впровадження й ефективність результатів наукового дослідження в маркетингу</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Формування наукового продукту та впровадження його результатів у практичну діяльність і наукові дослідження з визначенням потенційної сфери застосування.</li> <li>2. Оцінка ефективності наукової діяльності, її загальні критерії та класифікація видів ефективності у контексті маркетингових досліджень.</li> <li>3. Визначення наукової новизни результатів, підходи та методи кількісної й якісної оцінки ефективності наукових досліджень.</li> </ol>	<b>1</b>
<p style="text-align: center;"><b>Практичне заняття 7. Підготовка та написання наукових публікацій з дотриманням правил академічного письма та доброчесності</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Класифікація результатів наукових досліджень у вигляді публікацій та їх роль у розвитку наукової думки.</li> <li>2. Структурні компоненти наукової статті та особливості логічного викладу наукового матеріалу.</li> <li>3. Методологічні та стилістичні аспекти оформлення наукових публікацій, включно з редакційними правилами і стандартизацією тексту.</li> <li>4. Дотримання етичних норм і принципів академічної доброчесності під час підготовки та публікації наукових робіт.</li> </ol>	<b>2</b>
<p style="text-align: center;"><b>Практичне заняття 8. Підготовка, оформлення та захист кваліфікаційної роботи</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Загальні академічні та методичні вимоги до підготовки кваліфікаційної роботи, стандарти оформлення та критерії оцінювання.</li> <li>2. Вибір наукового напрямку дослідження та формулювання актуальної, конкретної та дослідницької обґрунтованої теми.</li> <li>3. Організація процесу написання кваліфікаційної роботи, включно з підготовкою матеріалів до попереднього рецензування й обґрунтованою підготовкою до захисту перед екзаменаційною комісією.</li> </ol>	<b>2</b>
<p style="text-align: center;"><b>Практичне заняття 9. Інформаційне забезпечення наукового дослідження з маркетингу та наукометричні міжнародні бази даних</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проблематика інформаційного забезпечення наукових досліджень у сфері маркетингу та його роль у формуванні наукового продукту.</li> <li>2. Принципи організованої роботи з інформаційними ресурсами та базами даних під час проведення наукового дослідження.</li> <li>3. Міжнародні наукометричні бази даних як інструменти оцінки наукового впливу, системи цитування та поширення результатів наукової діяльності.</li> </ol>	<b>1</b>

<p align="center"><b>Практичне 10. Організація та методика проведення прикладних маркетингових досліджень</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Практичне формування гіпотез і робочих завдань дослідження.</li> <li>2. Вибір і тестування методів збору первинних даних у реальних умовах.</li> <li>3. Обробка та візуалізація даних із застосуванням аналітичних інструментів.</li> <li>4. Розробка рекомендацій та практичних висновків для маркетингових стратегій на основі результатів досліджень.</li> </ol>	<b>1</b>
<b>Всього</b>	<b>16</b>

#### 4.5. ІНДЗ

Завдання	Бали
Здійснити комплексне дослідження історичної еволюції маркетингу, виокремивши ключові етапи його формування та визначивши специфіку становлення маркетингу як самостійного наукового напрямку	3
Ознайомитися з науковими публікаціями Лауреатів Нобелівської премії з економіки таких як Джордж Стіглер (за новаторські дослідження промислових структур, функціонування ринків, причин та наслідків державного регулювання), Джордж Акерлоф та Майкл Спенс (за аналіз ринків з асиметричною інформацією)	3
Визначити як саме використовували методологію наукових досліджень вчені. Ознайомтеся з науковими публікаціями теоретичного та прикладного характеру викладачів кафедри.	3
Сформувати розгорнутий глосарій ключових термінів, що стосуються організації та забезпечення наукових досліджень у сфері маркетингу, з наведенням конкретних прикладів, отриманих на основі власних емпіричних результатів (зокрема щодо понять – науковий факт, науковий принцип, методика, науковий метод, наукове поняття, наукова концепція, науковий закон, наукова теорія)	5
Скласти поетапний план вашого наукового дослідження. Результати представити у вигляді таблиці	3
На основі вивчення інформаційного забезпечення наукових досліджень з маркетингу скласти перелік: <ul style="list-style-type: none"><li>– джерел інформації, якими ви плануєте користуватися під час проведення вашого наукового дослідження;</li><li>– науковців, тематика яких наближена до тематики вашого наукового дослідження;</li><li>– наукових журналів з маркетингу де публікуються результати наукових досліджень, що можуть бути використані при проведенні вашого наукового дослідження</li></ul>	10

**4.6. Завдання для самостійної роботи з навчальної дисципліни  
«Методологія і організація наукових та прикладних  
досліджень в маркетингу»**

Теми	Год
<p align="center"><b>Тема 1. Академічна доброчесність: поняття, види порушень, відповідальність</b></p> <p>1. Проходження онлайн курсів 2. Проходження діагностичних тестів</p>	<b>20</b>
<p align="center"><b>Тема 2. Наука та наукові дослідження у сучасному світі</b></p> <p>1. На основі вивчення літературних джерел до теми узагальнити основні тенденції щодо осмислення цінностей у сучасній науці. Узагальнити основні ідеї сучасних філософів щодо переосмислення цінностей у науковому пізнанні (наприклад, М. Полані, Т. Куна, Е. Агацці та інших). Результати оформити у вигляді таблиці. Зробити висновки. 2. Підготувати есе на одну із запропонованих тем: 1.Закономірності й тенденції розвитку науки 2. Історія розвитку наукового знання в Давній Греції. Особливості античної діалектики та її висвітлення філософами ХХ ст. 3. Теорія пізнання та етика І. Канта 4. Розробка методології наукового пізнання в позитивізмі (О. Конт). 5. Концепція науки та розвиток наукового знання К.Поппера. 6. Філософія та методологія науки в працях сучасних філософів. 7. Проблема рівнів наукового пізнання в сучасній методології науки. 8. Актуальність проблем науки ХХІ ст. 9. Сучасні пріоритетні напрями наукових досліджень у сфері маркетингу. 3. Проходження діагностичних тестів</p>	<b>5</b>
<p align="center"><b>Тема 3. Методологічні основи науково-дослідної роботи</b></p> <p>1. Після вивчення наведеного теоретичного матеріалу та самостійної роботи з ресурсами мережі Інтернет підготувати доповідь пошукового дослідження на одну із запропонованих тем: – Специфіка наукової діяльності. – Висунення наукової гіпотези та її обґрунтування. – Співвідношення науки і практики на сучасному етапі. – Зміст основних етапів системного аналізу. – Методи дослідження фінансових процесів. – Тенденції розвитку наукового знання в області організації й управління складними системами. 2. Проходження діагностичних тестів</p>	<b>5</b>
<p align="center"><b>Тема 4. Процес наукового дослідження, його характеристика й етапи проведення</b></p> <p>1. Підготувати короткий план та опис ідей для наукової статті або тези- доповіді за тематикою дослідження 2. Сформулювати анотації до окремих частин дослідження 3. На основі наданих викладачем матеріалів наукових досліджень виокремити відмінності між написанням статей теоретичного й емпіричного характеру</p>	<b>5</b>

4. Проходження діагностичних тестів	
<p align="center"><b>Тема 5. Технологія наукової творчості та наукового дослідження в маркетингу</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Сформулювати мету, завдання, об'єкт та предмет кваліфікаційної роботи</li> <li>Сформулювати кілька висновків щодо отриманих вами результатів кваліфікаційної роботи</li> <li>Надати характеристику структурним елементам вашого дослідження, результати представити у вигляді таблиці</li> </ol>	<b>5</b>
<p align="center"><b>Тема 6. Впровадження й ефективність результатів наукового дослідження в маркетингу</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Розробити перелік показників для оцінювання рівня наукової роботи. Як оцінити ефективність дослідження колективу (кафедри, лабораторії тощо) й одного науковця.</li> <li>Підготувати презентацію на одну із запропонованих тем: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Особливості науково-технічного ефекту</li> <li>– Особливості економічного ефекту</li> <li>– Особливості соціального ефекту</li> <li>– Особливості маркетингового ефекту.</li> </ul> </li> <li>Проходження діагностичних тестів</li> </ol>	<b>5</b>
<p align="center"><b>Тема 7. Підготовка та написання наукових публікацій з дотриманням правил академічного письма та доброчесності</b></p> <p align="center">Підготувати тези-доповідь або наукову статтю</p>	<b>28</b>
<p align="center"><b>Тема 8. Підготовка, оформлення та захист кваліфікаційної роботи</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>На основі прикладів оформлення бібліографічних посилань ДСТУ 8302:2015 скласти список джерел відповідно вашого дослідження</li> <li>На основі наданих викладачем матеріалів наукових досліджень визначити які джерела інформації використовували вчені при проведенні дослідження.</li> </ol>	<b>10</b>
<p align="center"><b>Тема 9. Інформаційне забезпечення наукового дослідження з маркетингу та наукометричні міжнародні бази даних</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Окреслити правову та нормативну базу вашого наукового дослідження та зазначити, які питання вона регламентує. Результати оформити у вигляді таблиці.</li> <li>Зазначити, на яких наукових теоріях ґрунтується наукова база вашого наукового дослідження та яким чином можливе їх використання.</li> <li>Перерахуйте 10 позицій наукових журналів різних галузей, які входять до наукометричних міжнародних баз Web of Science та Scopus.</li> <li>Проходження діагностичних тестів</li> </ol>	<b>5</b>

**Тема 10. Організація та методика проведення прикладних маркетингових досліджень**

1. Вибрати продукт/послугу, визначити цільову аудиторію та її характеристики. Обґрунтувати маркетингові рішення на основі отриманих даних.
2. Оцінити популярність бренду через онлайн-інструменти. Сформулювати рекомендації щодо digital-стратегії.
3. Провести коротке опитування, зібрати дані про потреби й очікування. Підготувати висновки для маркетингових рішень.
4. Проаналізувати використані дослідження та прийняті рішення. Запропонувати способи покращення результатів.
5. Сформулювати гіпотези про потреби ринку. Описати методи їх перевірки (опитування, фокус-групи, спостереження).

## **5. Освітні технології, методи навчання і викладання навчальної дисципліни «Методологія і організація наукових та прикладних досліджень в маркетингу»**

### **5.1. Освітні технології**

Словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація тощо).

Методи візуалізації результатів (презентації результатів виконаних завдань, ілюстрації, відеоматеріали тощо).

Робота з інформаційними ресурсами: з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою та інтернет-ресурсами.

Самостійна робота над індивідуальним завданням.

Підготовка тез/доповіді на конференцію.

Реферативні та пошукові дослідження.

Неформальна освіта, участь у онлайн-курсах, вебінарах або самостійне вивчення актуальних маркетингових трендів.

Інші види індивідуальних та групових завдань.

### **5.2. Методи навчання і викладання:**

Презентація самостійних робіт за індивідуальними завданнями.

Оцінювання результатів аналізу бізнес-кейсів, обґрунтування маркетингових рішень, результатів досліджень.

Оцінка письмових робіт (аналітичних звітів, рефератів, есе, реферативних описів).

Тести або оцінювання практичних завдань.

Оцінювання наукових чи практичних матеріалів, підготовлених для конференцій чи публікацій.

Зарахування результатів неформальної освіти, оцінювання сертифікатів онлайн-курсів.

Оцінювання презентацій у форматі пітчінгу перед викладачами чи стейкхолдерами для розвитку комунікаційних навичок.

## **6. Критерії оцінювання**

**Підсумковий контроль – залік в усній формі.** Підсумковий контроль проводиться з метою оцінки результатів навчання на завершальному етапі усно у формі заліку. Бали, які студент може набрати на заліку, розподіляються наступним чином:

- по теоретичному питанню студент отримує від 1 до 10 балів: 10-9 балів ставиться у випадку, якщо студент безпомилково викладає навчальний матеріал, показує розуміння суті поставленого питання, робить власні висновки, пропозиції, використовує матеріали преси, додаткової літератури, законодавчі матеріали; 8-6 балів, якщо він грамотно розкриває суть поставлених питань, володіє термінами дисципліни, робить спроби аналізу, використовує матеріали преси, додаткової літератури, але допускає несуттєві помилки; 5-3 бали ставиться студенту, який поверхнево викладає суть навчального матеріалу, не використовує додаткові джерела інформації, допускає помилки у відповідях на поставлені питання; 0-2 бал – якщо не

знає суті поставлених питань, при викладенні навчального матеріалу допускає грубі помилки;

- за кожний вірне визначення (всього – 5 термінів) категорії студент отримує 2 бали, за частково вірне визначення (не наведено всі аспекти явища, не до кінця розкрита економічна суть) студент отримує 1 бал;
- за кожну вірну відповідь на тест (всього – 5 тестових завдань) студент отримує 2 бали.

Обов'язковою умовою допуску до заліку є проходженням онлайн курсів «Академічна доброчесність в університеті» за посиланням <https://vumonline.ua/course/academic-integrity-at-the-university/> з отриманням сертифікату.

### Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне оцінювання (аудиторна та самостійна робота)									Кількість балів	Σ балів
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	Залік	
5	5	5	5	5	5	24	3	3	40	100

Підсумкова оцінка формується з балів, отриманих протягом семестру (максимальна кількість – 60), та балів, отриманих на підсумковому контролі – іспиті (максимальна кількість – 40). Сума оцінок дозволяє сформувати підсумкову оцінку на основі використовуваної числової (рейтингової) шкали. Сума балів проставляється у екзаменаційній відомості. Студента слід вважати атестованим, якщо сума балів, одержаних за результатами поточного контролю та екзамену, дорівнює або перевищує 50.

### Шкала оцінювання

Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС	
	Оцінка (бали)	Пояснення за розширеною шкалою
Зараховано	A (90-100)	відмінно
	B (80-89)	дуже добре
	C (70-79)	добре
	D (60-69)	задовільно
	E (50-59)	достатньо
Незараховано	FX (35-49)	(незадовільно) з можливістю повторного складання
	F (1-34)	(незадовільно) з обов'язковим самостійним повторним опрацюванням освітнього компонента до перескладання

## 7. Список рекомендованої літератури

### Основна література

1. Бабух І. Б. *Методологія та організація наукових і прикладних досліджень в маркетингу : навч. пос. для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня*. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. 260 с.
2. Бодров В. Г., Лазебник Л. Л., Онишко С. В., Рожко В. А., Шевчук О. А. *Методологічне та інструментальне забезпечення наукових досліджень : навчальний посібник*. Ірпінь : Університет ДФС України, 2020. 323 с.
3. Буднікевич І. М., Бабух І. Б. *Методологія та організація наукових і прикладних досліджень у маркетингу: тестові завдання : навчальний посібник*. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2025. 188 с.
4. Вихрущ В. О., Козловський Ю. М. *Методологія та методика наукового дослідження : підручник*. Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2020. 335 с.
5. Гуторов О. І. *Методологія та організація наукових досліджень : навч. посібник*. Х.: ХНАУ, 2017. 272 с.
6. Данильян О. Г., Дзьобань О. П. *Методологія наукових досліджень : підручник*. Харків : Право, 2019. 368 с.
7. Добронравова І. С., Руденко О. В., Сидоренко Л. І. та ін. *Методологія та організація наукових досліджень : навч. посіб. / за ред. І. С. Добронравової (ч. 1), О. В. Руденко (Ч. 2)*. К. : ВПЦ «Київський університет», 2018. 607 с.
8. Зацерковний В. І., Тішаєв І. В., Демидов В. К. *Методологія наукових досліджень : навч. посіб.* Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2017. 236 с.
9. Костін Ю. Д., Полозова Т. В., Шейко І. А., Костін Д. Ю. *Теорія і методологія наукових досліджень : навчальний посібник для студентів (магістрів) усіх форм навчання*. Харків : ХНУРЕ, 2021. 152 с.
10. Краус Н. М. *Методологія та організація наукових досліджень : навчально-методичний посібник*. Полтава : Оріяна, 2012. 183 с.

### Допоміжна:

1. Бабух І. Б. *Актуальність та специфіка сучасної методології наукових досліджень. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2023. № 3 (318). С. 291-294.
2. Бабух І. Б., Галін А. О. *Розвиток економічної методології в контексті соціально-економічних трансформацій ХХІ століття. Економічний простір*. 2025. № 197. С. 10-14.
3. Бабух І. Б., Нікіфоров П. О., *Нова економічна методологія : антропоцентричний підхід в аналізі соціально-економічних змін. International Science Journal of Management, Economics & Finance*. 2025. № 2. Том 4. Вип. 2. С. 90-99.
4. Бабух І. Б., Нікіфоров П. О. *Методологія наукових досліджень як особлива галузь економічної науки : сучасне розуміння та наукові підходи. Механізм регулювання економіки*. 2023. № 3 (101). С. 73-77.
5. Бабух І. Б., Нікіфоров П. С. *Академічна доброчесність як імператив освітнього процесу в системі вищої школи. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки*. 2024. Вип. 2 (112). С. 60-65.
6. Бабух І. Б., Зрибнева І. П. *Методологія наукових досліджень в маркетингу скрізь призму цифрових технологій. Інформаційне суспільство : технологічні,*

*економічні та технічні аспекти становлення (випуск 78) : матеріали Міжнародної наукової інтернет-конференції, (м. Тернопіль, Україна – м. Переворськ, Польща, 8-9 червня 2023 р.) / редкол. : О. Патряк та ін. ; ГО «Наукова спільнота»; WSSG w Przeworsku. – Тернопіль : ФО-П Шпак В.Б. 204 с. С. 121-122.*

7. Денис О. Б., Кубишина Н. С. *Методологія наукових досліджень в маркетингу: навчально-методичний комплекс : навч. посіб. для здобувачів ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 «Маркетинг». К. : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 62 с.*
8. Медвідь В. Ю., Данько Ю. І., Кобилянська І. І. *Методологія та організація наукових досліджень : навчальний посібник. Суми : Університетська книга, 2020. 218 с.*

### **8. Інформаційні ресурси**

1. Електронні каталоги інформаційних ресурсів. URL : <http://www.analitik.ru>.
2. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. URL : <http://www.nbuv.gov.ua>.
3. Національна парламентська бібліотека України. URL: <http://www.nplu.kiev.ua>.
4. Національний репозитарій академічних текстів <https://nrat.ukrintei.ua/>
5. Портал полегшення процедури оформлення наукових джерел відповідно до вимог Вищої атестаційної комісії (ВАК) України та проходження нормоконтролю при написанні публікацій, курсових, дипломних, дисертацій та інших наукових робіт. URL : [www.vak.org.ua](http://www.vak.org.ua).
6. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 № 2657-ХІІ зі змінами. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>.
7. Про наукову і науково-технічну діяльність : Закон України від 13.12.1991 № 1977-ХІІ зі змін. URL : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1977-12>.
8. Сторінка Державного комітету статистики України. URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
9. Google Scholar або Google Академія : пошукова система і некомерційна бібліометрична база даних, що індексує наукові публікації та наводить дані про їх цитування. URL : <https://scholar.google.com.ua/>.

### **9. Політика щодо академічної доброчесності**

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні навчальної дисципліни регламентовано такими документами:

- «Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича». URL: <https://www.chnu.edu.ua/media/jxdfs0zb/etychnyi-kodeks-chernivetsko-ho-natsionalnoho-universytetu.pdf>;
- «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича». URL: <https://www.chnu.edu.ua/media/n5nbzwgb/polozhennia-chnu-pro-plahiat-2023plusdodatky-31102023.pdf>

## **6. Перелік питань для самоконтролю та підсумкового контролю:**

1. Що таке наукова теорія та як відбувається її формування?
2. Як розвивалася наука в історичному аспекті та яку роль виконує система наукових знань?
3. Як можна визначити поняття «наука» залежно від її функцій у суспільстві?
4. Які основні функції науки виділяють сучасні дослідники?
5. У чому полягає зміст і форми наукової діяльності?
6. Які елементи формують науку як систему знань (ідея, факт, закон, гіпотеза, теорія тощо)?
7. Як відбувалося становлення науки та її розвиток?
8. У чому сутність сучасних концепцій методології науки?
9. Що означають поняття «метод», «методологія» та «методика»; які існують процедури верифікації, обґрунтування й фальсифікації?
10. Які стилі наукового мислення характерні для сьогодення; як проявляється нелінійне мислення?
11. Яке значення має класифікація наук та які способи її побудови?
12. Як класифікують методи наукового пізнання?
13. Як організована наука в Україні?
14. Яка структура науки як системи знань та її основні елементи?
15. Які існують форми науково-дослідної роботи?
16. У чому сутність науково-дослідного процесу?
17. Які види та історичні етапи наукової діяльності?
18. Які особливості науки епохи глобалізації?
19. Яке значення мають наукові дослідження у професійній діяльності спеціаліста?
20. Які загальнонаукові методи дослідження застосовують та з якою метою?
21. Що таке проблема наукового дослідження?
22. Чим відрізняється наукова проблема від наукового завдання?
23. Яке значення мають гіпотези у наукових дослідженнях економіки?
24. У чому сутність самоорганізації праці науковця?
25. Як визначити мету, завдання, об'єкт і предмет дослідження?
26. Яку роль відіграють наукова ідея, пошук, гіпотеза та концепція?
27. Як правильно здійснити постановку наукової проблеми?
28. Яка роль теорії у науковому дослідженні?
29. Яке значення мають наукові факти у процесі пізнання?
30. У чому суть системного підходу в сучасній методології науки?
31. У чому полягає концепція синергетики як нової парадигми науки?
32. Які проблеми та наслідки має комп'ютеризація науки?
33. Як класифікують методи наукового дослідження?
34. Які основні види та ознаки наукових досліджень?
35. Чим відрізняються фундаментальні та прикладні дослідження?
36. Які процеси є ключовими для наукового дослідження?
37. Які типові етапи проведення наукового дослідження?
38. У чому полягає робота з інформаційним забезпеченням дослідження?
39. Які передумови зумовлюють розвиток міждисциплінарних досліджень?
40. Які основні складові має програма економічного дослідження?
41. Які типи емпіричних досліджень використовують?

42. Яке значення має експертне опитування?
43. Як порівняти інструменти збору первинної інформації?
44. Які вимоги висуваються до анкет?
45. У чому суть факторного та кластерного аналізів?
46. Який порядок написання тез, доповідей і статей?
47. Які форми впровадження результатів досліджень застосовуються на практиці?
48. У чому полягає зв'язок моделювання та наукового пізнання; яка роль моделі?
49. Що таке монографічний метод дослідження?
50. Які існують форми висновків: індукція, дедукція, аналогія?
51. У чому суть методу системного аналізу?
52. Які є джерела первинної та вторинної інформації?
53. Як застосовують статистичні методи у дослідженнях?
54. Що таке масив інформаційних матеріалів та як його описують?
55. Які етапи пошуку інформації в процесі наукової роботи?
56. Як визначають тему інформаційного пошуку та його межі?
57. Які джерела інформації існують і як їх класифікують?
58. Чим відрізняються формалізовані та неформалізовані методи аналізу?
59. Що означають поняття «метод», «методика», «методологія» у контексті досліджень?
60. Які класифікації методів наукового дослідження найчастіше використовують?
61. Як класифікують джерела інформації для дослідження?
62. Які правила оформлення посилань у науковій роботі?
63. Які наукометричні бази даних є найбільш відомими?
64. Які характеристики мають системи Scopus і Web of Science?
65. Які вітчизняні наукометричні ресурси застосовують?
66. У чому сутність УДК і як побудована її таблиця?
67. Які стилі цитування найпоширеніші та які їхні особливості?
68. Які основні вимоги до випускної кваліфікаційної роботи?
69. Які елементи має вступ кваліфікаційної роботи та яку вони мають характеристику?
70. Яка структура кваліфікаційної роботи, її особливості та вимоги до змісту?

## **НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ «МЕТОДОЛОГІЯ І ОРГАНІЗАЦІЯ НАУКОВИХ ТА ПРИКЛАДНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В МАРКЕТИНГУ»**

### **Тема 1**

#### **АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ: ПОНЯТТЯ, ВИДИ ПОРУШЕННЯ, ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ**

Сутність академічної доброчесності. Цінності академічної доброчесності, етичні принципи та правила її дотримання. Порухення академічної доброчесності. Правила виявлення та процедури встановлення фактів порушення. Закордонний досвід та вітчизняна практика виявлення фактів порушення академічної доброчесності. Види порушення академічної доброчесності. Права особи при виникненні проблеми академічної доброчесності.

Порядок виявлення та процедура встановлення правил порушення академічної доброчесності. Законодавча база, що регламентує аспекти реалізації принципів академічної доброчесності в Україні. Заходи й інструменти формування ефективної системи забезпечення академічної доброчесності в українських вищих школах.

Етичний Кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

### **Тема 2**

#### **НАУКА Й НАУКОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В СУЧАСНОМУ СВІТІ**

Наука як особлива сфера людської діяльності. Функції науки та їх зміст. Наука як економічна система світосприйняття. Ключові завдання науки. Наукові революції: розуміння й особливості. Приклади наукових революцій в історії людства. Сучасна постнекласична наука.

Фундаментальні та прикладні дослідження. Наукознавство як окрема галузь науки. Теоретичні й емпіричні рівні наукових досліджень. Етапи наукових досліджень. Наукові концепції та наукові теорії. Структура наукової теорії. Вимоги до нової наукової теорії. Взаємозв'язок наукових гіпотез, концепцій і теорій.

Організація наукової діяльності в Україні.

### **Тема 3**

#### **МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ НАУКОВО-ДОСЛІДНОЇ РОБОТИ**

Методологія науки у широкому та вузькому розумінні. Методологічний базис як складова будь якої науки. Функції методології науки. Часткова та загальна методологія. Наукова інформація та її джерела. Методи, методика та техніка наукових досліджень. Вибір методів та техніки наукового аналізу. Критерії наукової методології.

Класифікація методів наукових досліджень залежно від сфери застосування. Специфіка методів досліджень у науці маркетингу. Первинна та вторинна інформація в маркетингових дослідженнях. Внутрішня і зовнішня

інформація та їх джерела. Специфіка показників маркетингового аналізу в діяльності економічного суб'єкта.

#### **Тема 4**

### **ПРОЦЕС НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ. ЙОГО ХАРАКТЕРИСТИКА Й ЕТАПИ ПРОВЕДЕННЯ**

Сутність процесу наукових досліджень. Наукова робота як пізнавальна діяльність. Наукові тексти та їх особливості. Закони логіки в наукових дослідженнях. Наукова інформація та наукові умовиводи. Індивідуальне та колективне як філософські концепції в наукових дослідженнях.

Фундаментальні та прикладні наукові дослідження, зв'язок між ними. Емпіричний та теоретичний аналіз., методи такого аналізу. Теза, факт, прикладні проблеми. Гіпотеза, концепція, теорія.

Планування наукових досліджень. Критерії визначення об'єкту та предмету дослідження. Структура теоретичного знання та її складові. Основні етапи наукових досліджень.

#### **Тема 5**

### **ТЕХНОЛОГІЯ НАУКОВОЇ ТВОРЧОСТІ ТА НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ В МАРКЕТИНГУ**

Технологія наукових досліджень. Засоби та процедури досліджень. Техніка спілкування при виконанні науково-дослідної роботи. Пошук інформації, огляд літератури. Основні етапи та етапи з науково-дослідної роботи маркетингу. Формалізовані знання та процедури в технології наукових досліджень. Методика читання наукової літератури Пошукове та переглядове читання інформаційних джерел.

Система маркетингової інформації. Види інформації, яка застосовується в маркетингових дослідженнях. Розміщення джерел інформації. Аналіз, література та систематизація поглядів учених. Джерела інформації та їх характеристика. Навчальні та наукові матеріали. Законодавчі та нормативні матеріали в дослідженнях.

Сучасні тенденції в маркетингових дослідженнях.

#### **Тема 6**

### **ВПРОВАДЖЕННЯ Й ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ В МАРКЕТИНГУ**

Науковий продукт та процес його отримання. Впровадження наукових досліджень у практику. Оцінка практичного значення наукових результатів. Економічний та соціальний ефект упровадження наукових досліджень. Критерії виміру економічної та соціальної ефективності. Відмітності в оцінці фундаментальних і прикладних наукових досліджень. Кількісні й якісні критерії результатів науково-дослідної роботи.

Наукова новизна: розуміння та рівні. Показники оцінки продуктивності праці науковця. Популярні наукометричні показники. Метод порівняння фінансово-економічних результатів науково-дослідної роботи. Узагальнені показники оцінки ефективності науково-дослідної роботи й інвестиційних проєктів.

## **Тема 7**

### **ПІДГОТОВКА ТА НАПИСАННЯ НАУКОВИХ ПУБЛІКАЦІЙ З ДОТРИМАННЯМ ПРАВИЛ АКАДЕМІЧНОГО ПИСЬМА ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ**

Види наукових публікацій як результати досліджень. Загальні характеристики монографії як різновиду публікації. Наукова стаття, наукова доповідь, тези-доповідь, препринт як різновиди публікацій.

Процес написання наукової роботи, його визначальні характеристики. Академічне письмо, академічна відповідальність. Методи написання наукових робіт. Перевірка на науковій статті перед поданням до друку. Розділи з яких складається класична наукова стаття, їх характеристики. Види наукових статей: змістовні характеристики та відмітності.

Науковий стиль. Загальні правила цитування й оформлення наукових текстів, їх редагування.

Академічний плагіат та порушення авторського права на інтелектуальну власність: відмітності.

## **Тема 8**

### **ПІДГОТОВКА, ОФОРМЛЕННЯ ТА ЗАХИСТ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ**

Кваліфікаційна робота – завершальне наукове дослідження студента. Вимоги до кваліфікаційної роботи. Обов'язкові елементи вступу до роботи. Основні складові роботи, їх особливості та змістовні вимоги.

Специфіка теоретичного розділу кваліфікаційної роботи. Обов'язкові елементи тексту теоретичного й аналітичного розділів роботи. Обов'язкова характеристика третього розділу роботи. Вимоги до тексту та списку використаних джерел. Критерії оцінки роботи. Специфіка вибору теми кваліфікаційної роботи в маркетингу. Процедури контролю за виконанням і написанням кваліфікаційної роботи та її захисту.

Загальні правила написання тексту кваліфікаційної роботи. Перелік документів, що подаються здобувачем до Екзаменаційної комісії.

## **Тема 9**

### **ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ З МАРКЕТИНГУ ТА НАУКОМЕТРИЧНІ МІЖНАРОДНІ БАЗИ ДАНИХ**

Інформаційне забезпечення наукового дослідження як проблема наукової діяльності. Виокремлення різновидів наукової інформації за різними ознаками. Методи пошуку інформації. Різноманітні носії наукової інформації та їх класифікація. Ознаки науковості інформації. Функції інформації в процесі наукових досліджень. Інформаційна база та принципи роботи з нею в процесі наукових досліджень.

Періодичні та неперіодичні видання. Роль Інтернету в наукових дослідженнях. Бази даних за індексами і показниками в Інтернеті. Єдині та державні реєстри в Україні та їх тримачі. Міжнародні наукометричні бази даних. Характеристики систем Scopus та Web of Science. Вітчизняна наукометрична база даних. Таблиця УДК.

## **Тема 10**

### **ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДИКА ПРОВЕДЕННЯ ПРИКЛАДНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

Сутність прикладних маркетингових досліджень та їх роль у стратегічному управлінні маркетинговою діяльністю. Методи збору даних про ринок, поведінку та потреби споживачів, включно з опитуваннями, фокус-групами, спостереженням і digital-аналітикою. Інструменти аналізу й інтерпретації отриманих даних, застосування кейс-методів для моделювання маркетингових ситуацій.

Використання результатів прикладних досліджень для прийняття управлінських рішень, оцінки ефективності маркетингових стратегій та планування рекламних кампаній.

Інтеграція результатів досліджень у практику підприємства, моніторинг і оптимізація маркетингових рішень на основі отриманих даних.