



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МЕТОДОЛОГІЯ І ОРГАНІЗАЦІЯ НАУКОВИХ ТА ПРИКЛАДНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В МАРКЕТИНГУ»

Компонента освітньої програми – обов'язкова (4 кредити)

Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Спеціальність	D5 Маркетинг
Галузь знань	D «Бізнес, адміністрування та право»
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача	Бабух Ілона Борисівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку
Контактний тел.	+38 0372509465
Е-mail:	
Сторінка курсу в Moodle	https://moodle.chnu.edu.ua/course/section.php?id=51805
Консультації	середа та п'ятниця з 9.00 до 11.00

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Методологія і організація наукових та прикладних досліджень в маркетингу» обов'язкова дисципліна, що спрямована на формування у студентів навичок у застосуванні сучасних методів теоретичного й емпіричного дослідження, у сфері маркетингу. Після вивчення курсу студенти зможуть визначати проблеми і цілі наукового дослідження, планувати і реалізовувати наукові проекти, працювати з науковою літературою, збирати як вторинні, так і первинні дані, проводити первинну обробку текстів (тез, статей), есе і рефератів, а також представляти результати своїх досліджень у формі доповідей, презентацій, воркшопів і брати участь у наукових дискусіях.

Мета навчальної дисципліни «Методологія і організація наукових та прикладних досліджень в маркетингу». Формування у здобувачів певної системи знань з теоретичних основ науки, методологічних характеристик, інструментів і параметрів наукових і прикладних досліджень, розуміння процесів генерування наукових ідей, застосування при цьому принципів академічної доброчесності. Здобувачі мають усвідомлювати, що являє собою категоріальний апарат наукового дослідження, які особливості його застосування, як відбуваються презентації наукових досліджень, як визначається ефективність науково-дослідної роботи особливо в сфері маркетингу.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

Тема 1. Академічна доброчесність: поняття, види порушення, відповідальність
Тема 2. Наука та наукові дослідження в сучасному світі
Тема 3. Методологічні основи науково-дослідної роботи
Тема 4. Процес наукового дослідження, його характеристика й етапи проведення
Тема 5. Технологія наукової творчості та наукового дослідження в маркетингу
Тема 6. Впровадження й ефективність результатів наукового дослідження в маркетингу
Тема 7. Підготовка та написання наукових публікацій з дотриманням правил академічного письма та доброчесності
Тема 8. Підготовка, оформлення та захист кваліфікаційної роботи
Тема 9. Інформаційне забезпечення наукового дослідження з маркетингу та наукометричні міжнародні бази даних
Тема 10. Організація та методика проведення прикладних маркетингових досліджень

ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ФОРМИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ

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.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

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.

Підсумковий контроль – залік в усній формі.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

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-chernivets_koho-natsionalnoho-universytetu.pdf ;
- «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича». URL: https://www.chnu.edu.ua/media/vupnho4k/polozhennya-pro-zapobihannia-plahiatu_2024.pdf.

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. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу. URL: www.uam.kneu.kiev.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.
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 : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/848-19#Text>
8. Сторінка Державного комітету статистики України. URL: 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/>
10. Онлайн курс «Академічна доброчесність в університеті» за посиланням <https://vumonline.ua/course/academic-integrity-at-the-university/> (0,1 кредит ЄКТС)

Детальна інформація щодо вивчення курсу

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

висвітлена у робочій програмі навчальної дисципліни

<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1sMJSQ82IfK7O8KZVggzVFed67CdvFkgT>