

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства та
природокористування
Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту
Кафедра маркетингу

06-13-150М

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до самостійного вивчення навчальної дисципліни

«Методологія наукових досліджень»

для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня за
освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальності
075 «Маркетинг» денної і заочної форми навчання

Рекомендовано науково-методичною
радою з якості ННІЕМ
Протокол № 6 від 02.06.2021 р.

Рівне – 2021

Методичні вказівки до самостійного вивчення навчальної дисципліни «Методологія наукових досліджень» для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» денної і заочної форми навчання [Електронне видання] / Мальчик М. В., Коротун О. П. – Рівне : НУВГП, 2021. – 26 с.

Укладачі: Мальчик М. В., доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу; Коротун О. П., старший викладач кафедри маркетингу.

Відповідальний за випуск: Мальчик М. В., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу.

Керівник групи забезпечення спеціальності

Мартинюк О. В.

ЗМІСТ

1. Загальні положення.....	3
2. Тематичний зміст навчальної дисципліни.....	5
3. Завдання до самостійної роботи студентів.....	8
4. Індивідуальне навчально-дослідне завдання (ІНДЗ).....	11
5. Оцінювання результатів самостійної роботи студента	23
6. Рекомендована література.....	24

© Мальчик М. В.,
Коротун О. П., 2021
© НУВГП, 2021

1. Загальні положення

Методичні вказівки до самостійного вивчення навчальної дисципліни «Методологія наукових досліджень» розроблені відповідно до програми даної навчальної дисципліни та освітньо-професійної програм підготовки магістрів за спеціальністю 075 «Маркетинг» (шифр за ОПП – ППЗ). Вимоги до знань та компетенцій здобувачів вищої освіти визначено галузевими стандартами вищої освіти України.

Навчальна дисципліна «Методологія наукових досліджень» є частиною програми підготовки фахівців з маркетингу.

Предметом вивчення початкової дисципліни є методика та організація наукових досліджень.

Основна мета дисципліни - сформувати професійні науково-дослідні компетенції, що забезпечують здатність і готовність студентів до самостійного виконання науково-дослідної діяльності.

Завданнями вивчення дисципліни є:

- формування компетенцій необхідних для здійснення науково-дослідницької діяльності з використанням їх в процесі підготовки магістерських робіт;
- отримання системного знання про сучасні методи наукових досліджень в галузі дослідження, вміння застосувати ці знання у своїх наукових дослідженнях;
- здатність виявляти і формулювати актуальні проблеми та тенденції, критично оцінювати результати вітчизняних і зарубіжних дослідників з обраної теми;
- володіння методами кількісного і якісного аналізу, моделювання, теоретичного і експериментального дослідження;
- здатність формулювати і перевіряти наукові гіпотези, вибирати і обґрунтовувати інструментальні засоби;
- відпрацювання умінь і навичок організації дослідницької діяльності при роботі з вторинними даними (статистичні дані, звіти урядів і компаній, наукові публікації і т.п.);
- формування навичок організації самостійної науково-дослідницької роботи і презентації результатів наукових

досліджень.

В результаті вивчення дисципліни студент повинен:

Знати:

- основні загальнонаукові методи наукових досліджень і методики їх застосування у економічній практиці;
- актуальні проблеми і напрями сучасних досліджень в досліджуваній галузі;
- понятійно-категорійний апарат теорії і методології наукових досліджень;
- правила постановки дослідницької проблеми;
- правила формування і перевірки наукових гіпотез;
- загальнонаукові та спеціальні методи наукових досліджень;
- способи вибору і обґрунтування методології наукового дослідження.

Вміти:

- ставити мету і завдання дослідження, обирати кращий спосіб і методи досягнення поставленої мети;
- діагностувати основну дослідницьку проблему;
- формувати проблемне поле дослідження;
- працювати з науковою літературою, готувати аналітичний огляд статей за темою дослідження;
- формулювати наукові гіпотези і розробляти програми наукових досліджень;
- здійснювати збір та обробку емпіричної інформації за темою дослідження;
- здійснювати критико-конструктивний аналіз наукових текстів та результатів дослідження колег;
- аргументувати власні висновки, обґрунтовувати свою точку зору і захищати результати дослідження.

Мати навички:

- проведення самостійного наукового дослідження;
- отримання в ході дослідження достовірних наукових результатів;
- використання в ході проведення наукового дослідження сучасних методів;
- роботи в науково-дослідницькій групі;

- роботи з науковими базами даних;
- пошуку, обробки та аналізу емпіричної інформації;
- ведення наукової дискусії;
- написання наукових статей і звітів за результатами проведеного дослідження.

Програмний матеріал теоретичного курсу рекомендується вивчати в порядку, передбаченому методичними вказівками.

Методичні вказівки відповідають вимогам ECTS (European Credit Transfer System). Вони призначені для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг».

2. Тематичний зміст навчальної дисципліни

Згідно з навчальною та робочою програмами до складу навчальної дисципліни «Методологія наукових досліджень» входять теми, об'єднані у два змістових модулі.

Модуль 1.

Змістовий модуль 1.

Наука як творчість.

Тема 1. Наукове пізнання як предмет методологічного аналізу

Буденне і наукове пізнання, їх спадкоємність. Поняття категорій науки. Поняття творчості і його етапи: збір інформації; формулювання проблеми; рішення проблеми; перевірка і обробка результату. Наукове дослідження. Стадії проведення наукового дослідження.

Тема 2. Методологія наукової творчості

Поняття методу і методології науки. Зміст і структура методології. Енциклопедичні та авторські визначення методології. Форми існування методологічного знання. Науковий метод як засіб раціонального пізнання. Методи, які використовуються при проведенні наукового дослідження: загальні, загальнонаукові, конкретно-наукові.

Тема 3. Методи соціально-гуманітарного дослідження

Поняття наукового методу та його типологія. Підходи до класифікації методів дослідження. Філософські, загальнонаукові та спеціальні методи наукового дослідження. Класифікація методів за: ступенем спільності (загальнонаукові і специфічні); рівнем абстракції (емпіричні та теоретичні); етапом НДР (спостереження, абстрагування, узагальнення, доказ).

Теоретичні методи: абстрагування, ідеалізація, узагальнення, аналогія, екстраполяція, порівняння, ідентифікація, індукція, дедукція, інтуїція, систематизація, класифікація та типологія, структурний, логічний, аксіологічний, (ціннісний) методи. Емпіричні методи: вимірювання, опис, експеримент, статистичний. Діалектичний метод як дослідження єдності протилежностей.

Змістовий модуль 2.

Методика пошуку, розробки та оформлення наукових досліджень

Тема 4. Наукова проблема

Наукова проблема як усвідомлення формулювання концепції про незнання. Різниця проблем за ступенем їх структуризації. Етапи породження і критерії постановки проблеми. Зміст проблеми: визначеність, послідовність, несуперечливість науковим законам. Умова істинності проблеми - властивість її доказовості. Складові компоненти - проблеми - теми.

Тема 5. Постановка проблеми наукового дослідження та логіка її доведення.

Програма наукового дослідження, загальні вимоги, вибір теми і проблеми. Вимоги до формулювання наукової роботи: актуальність, новизна, визначеність понять; стислість. Предмет і об'єкт наукового дослідження, мета, завдання, висунення робочої гіпотези наукового дослідження. Аналіз розробленості проблеми, фокусування новизни, діалог з авторами.

Тема 6. Гіпотеза і її роль в науковому дослідженні

Гіпотеза в системі наукового пізнання. Структура гіпотези.

Основні вимоги до наукових гіпотез. Критерії оцінки гіпотези. Принципи відбору гіпотез.

Тема 7. Методи аналізу і побудови наукових теорій

Наукова теорія: визначення та основні характеристики. Класифікація наукових теорій. Структура наукових теорій. Методи, що застосовуються в наукових дослідженнях. Інструменти і методи формування теорій.

Тема 8. Методи перевірки гіпотез і теорій

Особливості перевірки наукових теорій. Підтвердження і спростування теорій. Методи і моделі наукового пояснення.

Тема 9. Системний метод дослідження

Основні особливості системного методу дослідження. Основні принципи системного методу дослідження. Система і структура системи. Класифікація систем. Методи системного дослідження.

Тема 10. Методологія експериментального дослідження

Наукові факти. Класифікація, структура експерименту. Функції експерименту в науковому дослідженні. Методи експериментального дослідження. Аналіз теоретико-експериментального дослідження.

Тема 11. Методи моделювання.

Система моделювання. Етапи розробки системи моделей, етапи практичного моделювання.

Тема 12. Підготовка наукового дослідження

Науковий аналіз і науковий синтез як основна форма наукової роботи. структура і логіка наукового дослідження. Вибір теми, план роботи, бібліографічний пошук, відбір літератури і фактичного матеріалу. Архітектура дослідження. Категорійний апарат, поняття, терміни, дефініції, теорії, концепції, їх співвідношення. Розподіл і структура матеріалу. Розкриття завдань, інтерпретація даних, синтез основних результатів.

Правила і наукова етика цитування: наукові школи, напрямки, персоналії. Науковий апарат дослідження. Жанр і стиль викладу матеріалу. Академічний стиль і особливості мови дослідження. Каталогізація літератури.

3. Завдання до самостійної роботи студентів

Самостійна робота студента 1

Тема: Наукове пізнання як предмет методологічного аналізу

Норма часу: 5 год./7 год.

Завдання до самостійної роботи:

1. Поняття науки.
2. Класифікація науки.
3. Значення науки на сучасному етапі розвитку людства.
4. Основні закономірності та проблеми у розвитку науки.

Рекомендована література: 1; 4; 6; 11.

Самостійна робота студента 2

Тема: Основні складові програми дослідження

Норма часу: 5 год./6 год.

Завдання для самостійної роботи:

1. Обґрунтування актуальності теми.
2. Розгорнута характеристика цілей і завдань дослідження.
3. Викладення гіпотези.
4. Мотивування вибору методів та об'єктів дослідження.
5. Забезпечення дослідження ресурсами.
6. Передбачуваний результат і ефективність дослідження.

Рекомендована література: 2; 4; 6; 11.

Самостійна робота студента 3

Тема: Методи соціально-гуманітарного дослідження

Норма часу: 5 год./6 год.

Завдання для самостійної роботи:

1. План дослідження як інструмент реалізації програми і розв'язання проблеми.
2. Основні принципи планування дослідження.

Рекомендована література: 1; 5; 6; 7; 11.

Самостійна робота студента 4

Тема: Технологічні схеми проведення дослідження

Норма часу: 5 год./6 год.

Завдання для самостійної роботи:

1. Технологічні схеми проведення дослідження: лінійна, циклічна, паралельна.
2. Технологія раціонального розгалуження дослідження, адаптивного типу, послідовних змін якості діяльності, випадкового пошуку.
3. Технологія критеріального коригування (алгоритм дослідження).
Рекомендована література: 2; 3; 5; 6; 9; 11.

Самостійна робота студента 5

Тема: Інтегральний дослідницький інтелект.

Норма часу: 5 год./7 год.

Завдання для самостійної роботи:

1. Інтегральний дослідницький інтелект.
2. Типи творчих особистостей.
3. Принципи формування дослідницького інтелекту.
Рекомендована література: 3; 6; 7; 9; 11.

Самостійна робота студента 6

Тема: Порядок використання довідкової інформації

Норма часу: 5 год./7 год.

Завдання для самостійної роботи:

1. Порядок складання виписок.
2. Порядок складання конспектів.
3. Порядок складання анотацій.
4. Порядок складання інформаційних карток.
5. Використання ксерокопій.
Рекомендована література: 2; 3; 4; 5; 6; 11.

Самостійна робота студента 7

Тема: Наукова новизна та розробка досліджуваного питання

Норма часу: 5 год./7 год.

Завдання для самостійної роботи:

1. Оцінка ступеня вивченості досліджуваного питання.
2. Оцінка ступеня наукової розробки досліджуваного питання.
3. Визначення невирішених, дискусійних проблем.
Рекомендована література: 2; 7; 8; 9; 11.

Самостійна робота студента 8

Тема: Критична оцінка досліджуваного питання

Норма часу: 5 год./6 год.

Завдання для самостійної роботи:

1. Виявлення різних точок зору та суперечливих поглядів на досліджуване питання.
2. Критична оцінка аргументації суперечливих поглядів на досліджуване питання.
3. Формування власної точки зору на досліджуване питання.
Рекомендована література: 4; 5; 6; 8; 11.

Самостійна робота студента 9

Тема: Етапи організації роботи з фактичною інформацією

Норма часу: 6 год./9 год.

Завдання для самостійної роботи:

1. Встановлення потреби в інформації.
2. Отримання, нагромадження інформації.
3. Обробка інформації
4. Подання інформації.
Рекомендована література: 6; 8; 9; 10.

Самостійна робота студента 10

Тема: Забезпечення ефективності інформації.

Норма часу: 5 год./6 год.

Завдання для самостійної роботи:

1. Передумови забезпечення ефективності інформації.
2. Показники якості інформації.
Рекомендована література: 1; 6; 9; 10; 11.

Самостійна робота студента 11

Тема: Основні види теоретичного узагальнення.

Норма часу: 6 год./9 год.

Завдання для самостійної роботи:

- 1.Характеристика основних видів теоретичного узагальнення.
- 2.Формулювання висновків.
- 3.Формулювання понять.
- 4.Визначення наукових категорій.
- 5.Виявлення тенденцій, законів.
- 6.Створення теорії.

Рекомендована література: 2; 6; 11.

Самостійна робота студента 12

Тема: Критерії ефективності фундаментальних та прикладних економічних досліджень.

Норма часу: 5 год./10 год.

Завдання для самостійної роботи:

- 1.Критерії ефективності фундаментальних економічних досліджень.
- 2.Критерії ефективності прикладних економічних досліджень.

Рекомендована література: 1; 7; 10; 11.

4. Індивідуальне навчально-дослідне завдання (ІНДЗ).

Індивідуальна робота студента передбачає створення умов для повної реалізації творчих можливостей студента через індивідуально-спрямований розвиток його здібностей, науково-дослідну діяльність. Теоретичні знання з «Методології наукових досліджень» обов'язково повинні підкріплюватись практичними навичками роботи, одержаними безпосередньо майбутніми фахівцями, під час виконання реальних професійних завдань. Тому виконання ІНДЗ з дисципліни «Методологія наукових досліджень» є важливою складовою навчального процесу для студентів освітнього рівня «Магістр».

ІНДЗ є видом позааудиторної роботи студента, яке виконують у процесі вивчення програмного матеріалу освітньої компоненти і оцінюють згідно з кредитно-модульною системою. Воно являє собою цілісну завершену практичну роботу, яку

виконують студенти на основі знань, умінь і навичок, отриманих у процесі лекційних й практичних занять і охоплює зміст дисципліни. Вона забезпечує єдність вимог і наступність окремих її етапів, неперервність усього процесу практичного навчання та його збалансованість.

4.1. Мета і зміст індивідуального навчально-дослідного завдання

Метою виконання ІНДЗ є набуття студентами практичних навичок аналізу й оцінювання процесу наукових досліджень з метою набуття теоретичних знань з методології наукових досліджень, визначення ефективності наукових досліджень, використання окремих методологічних підходів до всебічного аналізу наукових досліджень.

Основні завдання виконання ІНДЗ формують на основі структурування означеної мети і включають:

- перевірку на практиці засвоєння студентами сутності, основних понять і категорій методології наукових досліджень, аналізу, етапів, інструментів реалізації та забезпечення взаємозв'язків функцій науки;
- дослідження механізму розроблення дослідницьких проектів у економіці;
- уміння використання базових інструментів управління дослідженнями;
- вироблення практичних навичок узгодження між ринковим попитом, діяльністю конкурентів, з одного боку, потребами і можливостями своєї організації – з іншого;
- формування навичок моделювання та прогнозування ситуації;
- розвиток інтелектуальних і творчих здібностей студентів;
- набуття навичок критичного аналізу;
- вироблення навичок побудови схеми наукових досліджень;
- розвиток стратегічного мислення.

У результаті виконання ІНДЗ з дисципліни студент повинен знайти емпіричні підтвердження теоретичних знань у таких сферах:

- рівень використання основних положень сучасного управління наукою в практичній діяльності вітчизняних підприємств та

організацій, виявлення можливостей та резервів удосконалення системи управління науковою діяльністю;

- можливість використання зарубіжного досвіду, досягнень успішних зарубіжних корпорацій у розробці та управлінні науковими дослідженнями, втіленні їх у життя;
- використання новітніх управлінських технологій в практичній діяльності конкретної організації щодо дослідницьких рішень.

У результаті виконання ІНДЗ з дисципліни *студент повинен вміти:*

- використовувати знання, отримані при вивченні дисципліни «Методологія наукових досліджень», що забезпечують сприйняття цієї дисципліни відповідно до структурно-логічної схеми навчального процесу;
- аналізувати й оцінювати досвід управління науковими дослідженнями в індустріально-розвинених країнах та адаптувати його до умов господарювання в Україні;
- вміти розпізнавати проектні ризики і приймати відповідні управлінські рішення;
- самостійно виконувати розрахунки, пов'язані з аналізом, оцінюванням та обґрунтуванням конкретних проектів;
- виявляти проблемні ситуації на підприємствах, виробляти та оцінювати можливі варіанти їх усунення;
- формувати пропозиції щодо удосконалення науково-дослідної діяльності та функціонального її забезпечення.

4.2. Зміст і структура індивідуального навчально-дослідного завдання

ІНДЗ потребує використання набутих знань і реалізації творчого потенціалу студента при формуванні плану та проведенні наукових досліджень в умовах ринкового середовища. Індивідуальна робота передбачає використання елементів науково-дослідної діяльності, розвитку здібностей виконавця, формування нестандартного мислення. ІНДЗ виконується у формі реферату та презентації і доповідається перед аудиторією.

Структура індивідуального навчально-дослідного завдання наступна: Вступ; Теоретична частина; Аналітична частина;

Дослідна (проектна) частина; Висновки; Перелік використаних джерел; Додатки.

ІНДЗ у вигляді реферату (загальний обсяг 13-25 сторінок), вимоги до оформлення наступні: шрифт Times New Roman 14; міжрядковий інтервал – 1,5; абзац - 1, 25; відступ 2 см з усіх боків, вирівнювання по ширині; титульна сторінка; план, який складається зі: вступу, 3-ох розділів, висновку, списку літератури; обов'язковими є посилання на першоджерела у квадратних дужках;

Форми статичної звітності, бланки анкет та інші документи подавати як додатки до ІНДЗ.

Результати ІНДЗ оформити у формі мультимедійного видання – презентації обсягом 12-15 слайдів.

У *вступі* до ІНДЗ слід обґрунтувати актуальність теми, рівень її теоретичного та практичного опрацювання, значення для вирішення практичних проблем в науковій сфері. Сформулювати мету завдання, аргументувати вибір об'єкта та предмета дослідження, а також охарактеризувати структуру роботи. (Обсяг вступу – 1-2 сторінки).

Теоретична частина. У ній потрібно аналізувати теоретичні напрацювання науковців, практиків у даній галузі з досліджуваної теми, творчо оцінити різні теоретичні підходи. Визначити свій підхід щодо подальшого використання конкретних теоретичних розробок. (Обсяг теоретичної частини – 3-5 сторінок).

Аналітична частина повинна базуватися на аналізі техніко-економічних показників, тенденції їх зміни протягом 3-х останніх років із досліджуваної теми на підприємстві. При цьому виявити рівень реалізації теоретичних розробок на практиці, оцінити фактичний стан справ з науково-дослідною і конструкторською роботою на мікро- чи макрорівні. Дослідити основні чинники, які найбільше впливають на досліджувану проблему, зацентрувати увагу на недоліках. (Обсяг розділу – 4-8 сторінок).

Дослідна частина передбачає пропозиції, обґрунтування, розроблення методології, шляхів і напрямків щодо вирішення проблеми, яка розглядається. На основі виявлених недоліків і досліджень, проведених у теоретичній частині, запропонувати науково-обґрунтовані та ефективні підходи усунення проблеми, можливість адаптації теоретичних досліджень до практики. У

цьому розділі бажано навести конкретні техніко-економічні розрахунки з удосконалення науково-прикладної діяльності, відобразити елементи новизни. Ця частина має найбільш вагоме значення при оцінці всього ІНДЗ (Обсяг – 4-8 сторінок).

Висновки повинні містити короткий підсумок основних результатів дослідження, можливості їх використання у практиці. (Обсяг висновків – 1-2 сторінки).

Додатки є необов'язковими. До загального обсягу ІНДЗ вони не входять.

Список використаної літератури є обов'язковим. Розміщення літературних джерел здійснювати в алфавітному порядку згідно з ДСТУ.

Оцінка за ІНДЗ є обов'язковим компонентом загальної оцінки згідно з кредитно-модульною системою.

4.3. Порядок виконання, оформлення й захисту індивідуального навчально-дослідного завдання

ІНДЗ виконують упродовж вивчення дисципліни студенти денної і заочної форм навчання в позааудиторний час у межах самостійної роботи студента. Це повинна бути завершена практична робота в межах навчальної програми предмету. Оцінюється на основі кредитно-модульної системи, згідно з критеріями передбаченими робочою програмою.

Отже, до розгляду приймаються індивідуальні науково-дослідні завдання, які містять такі елементи: постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями; аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означений реферат; формулювання цілей реферату (постановка завдання); виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів; висновки з даного дослідження і перспективи подальших досліджень в даному напрямку.

4.4. Критерії оцінювання рівня знань, умінь і навичок студентів

Показниками системності знань студентів можуть бути: рівень засвоєння основних ідей, положень, понять, фактів у галузі адміністрування та управління; рівень теоретичного осмислення способів організації практичної професійної діяльності; рівень оперування теоретичними знаннями, використання їх в практичній діяльності; рівень розвитку інтересу до теорії адміністрування та управління.

Критерії оцінювання ІНДЗ

№ п/п	Опис критерію	Макс-на кіл-ть балів
1	Складання плану ІНДЗ	1
2	Обґрунтування актуальності проблеми, формулювання мети, завдань, об'єкту, предмету, методу дослідження та висунення гіпотези	2
3	Відповідність змісту планові та темі ІНДЗ	2
4	Критичний аналіз суті та змісту викладу підготовчого (аналітичного) етапу дослідження	3
5	Виклад фактів, ідей, основних понять дослідження в логічній послідовності	3
6	Достовірність, об'єктивність матричного класифікатора. Наявність таблиць, графіків, діаграм	2
7	Доказовість висновків, обґрунтованість власних практичних рекомендацій, пропозиції щодо розв'язання проблеми, визначення перспектив дослідження	2
8	Дотримання вимог щодо технічного оформлення структурних елементів роботи (титольний аркуш, план, вступ, основна частина, висновки, додатки, список використаних джерел та літератури)	1
9	Захист роботи	4
Всього		20

4.5. Вибір теми ІНДЗ

Тему ІНДЗ студент обирає самостійно на основі розробленого примірною переліку, виходячи з його інтересів

(зацікавленість певною проблемою, знайомства з конкретною ситуацією на підприємстві, робота на підприємстві, попередні дослідження, участь у студентських наукових конференціях тощо).

Студент має право запропонувати науковому керівникові власну тему завдання в межах дисципліни «Методологія та організація наукових досліджень». Крім того, студент може розширити або звужити тему ІНДЗ, узгодивши її з науковим керівником.

Не допускається виконання студентами двох ІНДЗ однієї тематики з використанням матеріалів одного

Теми ІНДЗ

1. Аналіз планування нового продукту та розробки товарів на підприємстві.
2. Аналіз та оцінювання економічної доцільності лізингових операцій
3. Аудит маркетингових комунікаційних процесів підприємства.
4. Аудит маркетингової цінової політики підприємства.
5. Аудит організаційної структури маркетингу підприємства.
6. Аудит рекламної діяльності підприємства.
7. Аудит систем маркетингу підприємства.
8. Біржова діяльність в процесі оптової торгівлі.
9. Вибір цільового ринку підприємства.
10. Використання економіко-математичних методів дослідження економічних процесів.
11. Винахідництво та раціоналізаторство в системі наукових досліджень.
12. Виробничо-технологічні послуги підприємства оптової торгівлі.
13. Дослідження діяльності підприємства за допомогою наукових методів: системний підхід, системний аналіз.
14. Дослідження задоволеності споживачів продукцією підприємства.
15. Дослідження конкурентів підприємства.
16. Дослідження кон'юнктури товарного ринку.
17. Дослідження ринків товарів та послуг підприємства.
18. Дослідження споживчої поведінки при створенні і просуванні бренду на ринок.

19. Дослідження стану та перспектив життєвого циклу товарів підприємства.
20. Дослідження товарних марок та упаковки продукції підприємства.
21. Дослідження цільових ринків товарів підприємства та методики їх вибору.
22. Ефект та ефективність наукових досліджень.
23. Ефективність рекламної діяльності підприємства та методи її оцінювання.
24. Законодавство України щодо регулювання наукової діяльності.
25. Закупівля матеріальних ресурсів для виробничого підприємства.
26. Інноваційно-креативний потенціал вищої освіти.
27. Історія зародження і розвитку методології наукових досліджень.
28. Конкурентоспроможність продукції підприємства і резерви її підвищення.
29. Конкуренція на промислових ринках.
30. Контроль і аналіз маркетингової діяльності підприємства.
31. Контроль, аналіз та ефективність маркетингової діяльності промислового підприємства.
32. Кон'юнктура ринку промислової продукції.
33. Логістика в сфері послуг.
34. Логістичне забезпечення конкурентного потенціалу підприємства.
35. Логістичні послуги посередницьких організацій.
36. Маркетинг експортно-імпортової діяльності промислових підприємств.
37. Маркетингова діяльність сервісного підприємства на ринку послуг.
38. Маркетингова діяльність у рекламному бізнесі.
39. Маркетингова комунікативна стратегія виведення на ринок нового товару.
40. Маркетингова комунікаційна політика підприємства і напрямки її вдосконалення.
41. Маркетингова підтримка системного управління якістю товарів і послуг.
42. Маркетингова політика розподілу і збуту промислового підприємства.

- 43.Маркетингова стратегічна і тактична діяльність щодо виходу підприємства на зовнішні ринки.
- 44.Маркетингова стратегічна сегментація на підприємстві.
- 45.Маркетингова цінова політика та шляхи її вдосконалення,
- 46.Маркетингове дослідження ринку лізингових послуг.
- 47.Маркетингове забезпечення управління конкурентоспроможністю продукції підприємства.
- 48.Маркетингове корегування поведінкових стереотипів споживачів.
- 49.Маркетингове обґрунтування інноваційного продукту.
- 50.Маркетингове оцінювання комерційних перспектив товарних інновацій.
- 51.Маркетингове стратегічне планування на підприємстві.
- 52.Маркетингове ціноутворення при виведенні нового бренду на ринок України.
- 53.Маркетинговий аналіз конкурентоспроможності підприємства.
- 54.Маркетинговий аудит в системі управління підприємством.
- 55.Маркетинговий аудит можливостей підприємства.
- 56.Маркетинговий аудит підприємства.
- 57.Маркетинговий аудит при створенні нового продукту.
- 58.Маркетинговий аудит системи збуту підприємства.
- 59.Маркетинговий комплекс підприємства роздрібно́ї торгівлі.
- 60.Маркетинговий моніторинг конкурентних можливостей підприємства
- 61.Маркетинговий моніторинг конкурентоспроможності товарного пропонування підприємства.
- 62.Маркетинговий стратегічний аналіз підприємства.
- 63.Маркетингові дослідження засобів масової інформації для проведення рекламної кампанії підприємства.
- 64.Маркетингові дослідження конкуренції на ринках промислової продукції.
- 65.Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку промислової продукції.
- 66.Маркетингові дослідження при формування цінової політики.
- 67.Маркетингові дослідження у рекламному бізнесі.
- 68.Маркетингові комунікації в системі управління підприємством.
- 69.Маркетингові стратегії вибору цільових ринків підприємства.

70. Маркетингові стратегії позиціонування підприємства.
71. Маркетингові цінові стратегії підприємства.
72. Матеріально-технічне забезпечення в системі маркетингу підприємства.
73. Матеріально-технічне та фінансове забезпечення наукової діяльності в Україні та за кордоном.
74. Медіа-планування у діяльності рекламних агентств.
75. Найбільші наукові відкриття ХХІ століття.
76. Наукова діяльність Рівненщини.
77. Науковий потенціал України, Рівненської області.
78. Обмеженість можливостей реалізації наукових результатів у виробництво.
79. Оптимізація розміщення рекламних звернень у засобах масової інформації та оцінювання їх комунікативної ефективності.
80. Організація маркетингових досліджень на підприємстві.
81. Організація наукової діяльності в Україні.
82. Організація наукової діяльності за кордоном.
83. Організація рекламної діяльності підприємств виставково-ярмаркового комплексу.
84. Організація рекламної служби підприємства і напрямки її вдосконалення.
85. Організація та ефективність виставково-ярмаркової діяльності.
86. Організація та планування маркетингової діяльності на підприємстві.
87. Основні наукові відкриття ХХ століття.
88. Особистий продаж в системі маркетингових комунікацій.
89. Оцінювання ефективності маркетингової цінової політики підприємства.
90. Планування та контроль рекламної кампанії підприємства.
91. Планування та оцінювання ефективності PR заходів у маркетинговій комунікаційній діяльності підприємства.
92. Планування та прогнозування збуту.
93. Посередницька діяльність в каналах розподілу.
94. Пріоритетні напрямки розвитку науки в Україні і їх державна підтримка.
95. Прямий маркетинг та його ефективність.

96. Рекламна діяльність підприємства та напрямки її удосконалення.
97. Рекламна підтримка заходів стимулювання збуту підприємства.
98. Рекламне забезпечення конкурентоспроможності товару на ринку.
99. Розвиток промислового маркетингу в Україні.
100. Розподіл і збут на підприємстві.
101. Розробка і реалізація маркетингових конкурентних стратегій підприємства.
102. Розробка і реалізація маркетингових стратегій росту підприємства.
103. Розробка маркетингових стратегій диференціації на підприємстві.
104. Розробка маркетингових стратегій позиціонування на підприємстві.
105. Розробка та проведення PR кампаній для торгової марки підприємства.
106. Розробка та реалізація іміджевої реклами підприємства.
107. Розробка та реалізація інтегрованих маркетингових комунікацій.
108. Розробка та реалізація рекламних стратегій підприємства.
109. Світові науковці та їх внесок у розвиток науки та науково-технічного прогресу.
110. Сертифікація продукції в системі створення конкурентних переваг підприємства.
111. Система вищої освіти у розвинутих країнах Світу.
112. Система маркетингових досліджень на підприємстві та шляхи її вдосконалення.
113. Система маркетингового менеджменту підприємства та шляхи її вдосконалення.
114. Системне забезпечення креативного маркетингу.
115. Створення іміджу підприємства, його оцінювання та шляхи покращення.
116. Стимулювання продажу товарів підприємства та шляхи його покращення.
117. Стратегії промислового маркетингу.
118. Стратегічне планування маркетингових комунікацій.

119. Стратегічне планування рекламних кампаній залежно від етапів життєвого циклу товарів.
120. Технопарки та технополіси в нових економічних умовах.
121. Управління асортиментом продукції підприємства.
122. Управління маркетинговими комунікаціями на підприємстві.
123. Удосконалення рекламного менеджменту підприємств комерційно-посередницької сфери.
124. Управління виставково-ярмарковою діяльністю підприємств.
125. Управління закупівельною діяльністю на промисловому підприємстві.
126. Управління збутовими запасами готової продукції.
127. Управління збутом готової продукції.
128. Управління інноваціями у маркетинговій товарній політиці промислового підприємства.
129. Управління комплексом продажів підприємства. 98. Оптова торгівля в каналах розподілу.
130. Управління логістикою на підприємстві. 37. Оптимізація процесів закупівлі матеріалів на основі логістики.
131. Управління маркетинговими дослідженнями у рекламі.
132. Управління маркетинговою діяльністю підприємства.
133. Управління рекламною діяльністю підприємства.
134. Фактори, за рахунок яких можна підвищити ефективність наукових досліджень.
135. Формування комплексу маркетингових комунікацій.
136. Формування конкурентної переваги підприємства.
137. Формування логістичної системи підприємства.
138. Формування маркетингових стратегій підприємства
139. Формування маркетингової цінової політики у рекламному бізнесі.
140. Формування попиту та стимулювання збуту продукції.
141. Формування та реалізація маркетингових корпоративних стратегій на підприємстві.
142. Формування фірмового стилю підприємства та шляхи його поліпшення.
143. Ціна як інструмент маркетингової політики.

5. Оцінювання результатів самостійної роботи студента

Оцінювання результатів поточної роботи (завдань, що виконуються на практичних заняттях та консультаціях, результати самостійної роботи студентів) проводиться за наступними критеріями (у % від кількості балів, виділених на завдання із заокругленням до цілого числа):

0 % – завдання не виконано;

40% – завдання виконано частково та містить суттєві помилки методичного або розрахункового характеру;

60% – завдання виконано повністю, але містить суттєві помилки у розрахунках або в методиці;

80% – завдання виконано повністю і вчасно, проте містить окремі несуттєві недоліки (розмірності, висновки, оформлення тощо);

100% – завдання виконано правильно, вчасно і без зауважень.

2. Ситуаційні справи, конкретні ситуації та інші завдання творчого характеру (у % від кількості балів, виділених на завдання із заокругленням до цілого числа):

0% – завдання не виконано;

40% – завдання виконано частково, висновки не аргументовані і не конкретні, звіт підготовлено недбало;

60% – завдання виконано повністю, висновки містять окремі недоліки, судження студента не достатньо аргументовані, звіт підготовлено з незначним відхиленням від вимог;

80% – завдання виконано повністю і вчасно, проте містить окремі несуттєві недоліки несистемного характеру;

100% – завдання виконано правильно, вчасно і без зауважень.

6. Рекомендована література

Базова

1. Вихрущ В. О., Козловський Ю. М., Ковальчук Л. І. *Методологія та методика наукового дослідження* : навч. посіб.; Нац. ун-т "Львів. політехніка". Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2018. 327 с. : рис., табл.

2. Ладанюк А. П., Власенко Л. О., Кишенько В. Д. *Методологія наукових досліджень* : навч. посіб. Київ : Видавництво Ліра-К, 2018. 352 с.

3. *Маркетинг у галузях і сферах діяльності* : навч. посіб. / За ред. І. М. Буднікевич. К. : ЦУЛ, 2013. 536 с.

4. *Маркетинг* : навч. посібник / Мальчик М. В. та ін. ; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М. В. Рівне : НУВГП, 2014. 444 с.

5. *Маркетингово-логістичні процеси в економіці: теорія та практика* : монографія / Мальчик М. В. та ін.; за ред. М. В. Мальчик. Рівне : НУВГП, 2015. 197 с.

6. Швець Ф. Д. *Методологія та організація наукових досліджень* : навч. посіб. Рівне : НУВГП, 2016. 151 с.

Допоміжна

7. Арутюнов В. Х., Мішин В. М., Свінціцький В. М. *Методологія соціально-економічного пізнання* : навч. посібник. К. : КНЕУ, 2004. 204 с.

8. Бірта Г. О., *Методологія і організація наукових досліджень. Навчальний посібник рекомендовано МОН України* К. : Центр учбової літератури, 2016. 142 с.

9. Гончаров С. М. *Студентські наукові дослідження в кредитно-модульній системі організації навчального процесу* : навчально-методичний посібник. Рівне : НУВГП, 2006. 127 с.

10. Гончаров С. М., Гурін В. А. *Методи та технології навчання в кредитно-трансферній системі організації навчального процесу* : навч.-метод. посібник. Рівне : НУВГП, 2010. 451 с.

11. Гордійчук А. С., Стахів О. С. *Основи наукових досліджень* : навч. посіб. Рівне : НУВГП, 2008. 331 с.

12. Зацерковний В. І., Тішасв І. В., Демидов В. К. *Методологія наукових досліджень* : навч. посіб. Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2017. 236 с.
13. Кір'янов В. М. *Основи наукових досліджень* : навч. посібник для економічних спеціальностей. Рівне : НУВГП, 2008. 286 с.
14. Ковальчук В. В. *Основи наукових досліджень* : навч. посібник. К. : Слово, 2009. 240 с.
15. Конверський А. Є., *Основи методології та організації наукових досліджень* : навч. посіб. для студентів, курсантів, аспірантів і ад'юнтів. К. : Центр учбової літератури, 2010. 352 с.
16. Корягін М. В., *Основи наукових досліджень* : навчальний посібник. К.: Алерта, Правова єдність, 2014. 600 с.
17. Крушельницька О. В. *Методологія та організація наукових досліджень* : навч. посібник. К. : Кондор, 2009. 206 с.
18. Мальчик М. В., Оплачко І. О. *Інформаційне забезпечення організації рефлексивних впливів у маркетинговій діяльності підприємства. Розвиток маркетингу в умовах інформатизації суспільства* : колективна монографія / під заг. ред. професора Пилипчука В. П. Київ : КНЕУ, 2018. 854 с.
19. Мальчик М. В. *Рефлексивное управление конкурентоспособностью промышленных предприятий* : моногр. Донецк-Ровно : ЧП Лапсюк В. А., 2010. 216 с.
20. Макогон Ю. В., Пилипенко В. В. *Основи наукових досліджень в економіці* : навч. посібник. 2 вид. Донецьк : Альфа-прес, 2007. 144 с.
21. П'ятницька-Позднякова І. С. *Основи наукових досліджень у вищій школі* : навч. посібник. К. : КНЕУ, 2003. 116 с.
22. Ростовський В. С., Дібрівська Н. В. *Основи наукових досліджень і технічної творчості* : підручник. К. : Центр учбової літератури, 2009. 296 с.
23. Стеченко Д. М., Чмир О. С. *Методологія наукових досліджень* : підручник. К. : Знання, 2005. 309 с.
24. Тимейчук О. Ю., Кузьменко В. М., Тимейчук Т. Б. *Інформаційні системи та математичні методи наукових досліджень* : навч. посібник. Рівне : НУВГП, 2011. 117 с.

25.Шейко В. М., Кушнарєнко Н. М. Організація та методика науково-дослідної діяльності : підручник. 3-тє вид. К. : Знання-Прєс, 2003. 295 с.

Інформаційні ресурси

26.Marketer – інформаційний портал, присвячений бізнесу, маркетингу, рекламі, фінансовим ринкам, інтернет-технологіями, новинкам в технічній сфері, саморозвитку. URL: <https://marketer.ua/>.

27.Журнал «Маркетинг і реклама». URL: <https://www.mr.com.ua/>.

28.Журнал «Новий маркетинг». URL: <http://marketing.web-standart.net/>.

29.Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії наукової бібліотеки НУВГП. URL: <http://ep3.nuwm.edu.ua>.

30.Маркетинг Бізнес. URL: <http://www.marketing.biz.ua>

31.Портал, присвячений ринку маркетингу, реклами, PR в Україні. URL: <http://sostav.ua/>.

32.Рівненська державна обласна бібліотека. URL: <http://www.lib.rv.ua/>.