

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**

Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту

06-13-99S

СИЛАБУС
навчальної дисципліни

SYLLABUS

Методологія наукових досліджень		Methodology of scientific research	
Шифр за ОП	ППЗ	Code in Degree Programme	
Освітній рівень: Магістерський (другий)		Level of Education: Master's (second)	
Галузь знань Управління та адміністрування		Field of Knowledge Management and administration	
Спеціальність 075 Маркетинг		Field of Study: 075 Marketing	
Освітня програма: Маркетинг		Degree Programme: Marketing	

РІВНЕ – 2024

Силабус навчальної дисципліни «Методологія наукових досліджень» для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня, спеціальності 075 Маркетинг, освітньо-професійної програми «Маркетинг». Рівне. НУВГП. 2024. 13 с.

ОПП на сайті університету: <https://ep3.nuwm.edu.ua/20999/>

Розробники силабусу:

*е-підпис: Мальчик Мар'яна Василівна, д.екон.н., професор кафедри маркетингу
Коротун Ольга Петрівна, к.екон.н, доцент кафедри маркетингу*

Силабус схвалений на засіданні кафедри маркетингу ННІЕМ:
Протокол №7 від «25» грудня 2024 року

Завідувач кафедри:

е-підпис Мальчик Мар'яна Василівна, доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу

Керівник (гарант) ОПП 075 Маркетинг: Мартинюк Оксана Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу

Схвалено науково-методичною радою з якості ННІЕМ:
Протокол №4 від «30» грудня 2024 року

Голова науково-методичної ради з якості ННІЕМ:
e-підпис Ковшун Наталія Едуардівна, доктор економічних наук, професор

© Мальчик М.В.,

Коротун О.П., 2024

©НУВГП, 2024

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Методологія наукових досліджень» ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ	
Ступінь вищої освіти	Магістр
Освітня програма	Маркетинг
Спеціальність	075
Рік навчання, семестр	1-ий рік навчання, 1-ий семестр
Кількість кредитів	3
Лекції:	16/2 години
Практичні заняття:	14/6 години
Самостійна робота:	60/82 годин
Форма навчання	денна/заочна
Форма підсумкового контролю	залік
Мова викладання	українська
ІНФОРМАЦІЯ ПРО РОЗРОБНИКІВ *	
	<i>Мальчик Мар'яна Василівна доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу</i>
Вікіситет	http://surl.li/mnwfyj
ORCID	https://orcid.org/0000-0002-0917-191X
Канали комунікації	m.malchyk@nuwm.edu.ua тел. +38-097-751-66-51 Актуальні оголошення на сторінці дисципліни в системі MOODLE



*Коротун Ольга Петрівна
кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу*

Вікіситет	http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php/Коротун_Ольга_Петрівна
ORCID	https://orcid.org/0000-0002-5628-8301
Канали комунікації	o.p.korotun@nuwm.edu.ua https://exam.nuwm.edu.ua/login/index.php

ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ

Мета та завдання

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

Предметом вивчення початкової дисципліни є методика та організація наукових досліджень.

Завданнями вивчення дисципліни є:

- формування компетенцій необхідних для здійснення науково-дослідної діяльності з використанням їх в процесі підготовки кваліфікаційних 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.і.);
- формування навичок організації самостійної науково-дослідної роботи і презентації результатів наукових досліджень.

У результаті вивчення дисципліни здобувачі повинні знати:

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

У результаті вивчення дисципліни здобувачі повинні вміти:

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

Курс спрямований на формування професійних науково-дослідних компетенцій, необхідних для самостійного проведення наукових досліджень. Вивчення дисципліни забезпечує здобувачів знаннями сучасних методів наукових досліджень, розумінням актуальних проблем та тенденцій у досліджуваній галузі, а також вмінням застосовувати методологічні підходи та інструменти для аналізу та моделювання наукових процесів.

Посилання на розміщення освітнього компоненту на навчальній платформі Moodle, на платформі освітніх програм та їх освітніх компонентів	
на навчальній платформі Moodle	https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=1575
Передумови вивчення* (місце освітнього компоненту в структурно-логічній схемі)	
Вивченню даної дисципліни передуює вивчення дисциплін першого (бакалаврського) освітнього рівня. Для вивчення даного курсу здобувачам необхідні знання з таких дисциплін: маркетинг, маркетингова товарна політика, економічний механізм маркетингу, маркетингові дослідження, маркетингове ціноутворення, рекламна діяльність, маркетингові комунікації та інші.	
Компетентності	
ІК. Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.	
Програмні результати навчання	
Р6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. Р7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. Р9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. Р11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.	

СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	
<i>Лекцій – 16/2 год. Практичні – 14/4 год. Самостійна робота – 60/84 год.</i>	
Методи та технології навчання	Освітній процес включає такі види навчальних робіт: лекційні заняття з використанням інтерактивних методів навчання; практичні заняття з аналізу наукової літератури та виконання практичних завдань; самостійна робота здобувачів над індивідуальними та груповими проектами; модульні та підсумковий контролю у формі тестування.
Засоби навчання	Мультимедіа, проєкційна апаратура, інформаційно-комунікаційні системи, програмне забезпечення
ЛЕКЦІЙНІ ТА ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ	
Тема	
Кількість годин, результати навчання, література	Зміст тем
Тема 1. Наукове пізнання як предмет методологічного аналізу	
лекцій – 3 год. практ. – 2 год. РН 6,7,9,11 Література: [2,4,7,9]	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	
лекцій – 1 год. практ. – 1 год. РН 6,7,9,11 Література: [4,5,6,7]	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	

лекцій – 1 год. практ. – 1 год. РН 6,7,9,11 Література: [1,6,10,11]	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.
Тема 4. Наукова проблема	
лекцій – 1 год. практ. – 1 год. РН 6,7,9,11 Література: [2,3,8,10]	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.	
лекцій – 1 год. практ. – 1 год. РН 6,7,9,11 Література: [3,5,9,10]	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	
лекцій – 1 год. практ. – 1 год. РН 6,7,9,11 Література: [6,8,10,11]	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	
лекцій – 1 год. практ. – 1 год. РН 6,7,9,11 Література: [1,11]	Наукова теорія: визначення та основні характеристики. Класифікація наукових теорій. Структура наукових теорій. Методи, що застосовуються у наукових дослідженнях. Інструменти і методи формування теорій.
Тема 8. Методи перевірки гіпотез і теорій	
лекцій – 1 год. практ. – 1 год. РН 6,7,9,11 Література: [6,7,10,11]	Особливості перевірки наукових теорій. Підтвердження і спростування теорій. Методи і моделі наукового пояснення.
Тема 9. Системний метод дослідження	
лекцій – 1 год. практ. – 1 год. РН 6,7,9,11 Література: [6,7,10]	Основні особливості системного методу дослідження. Основні принципи системного методу дослідження. Система і структура системи. Класифікація систем. Методи системного дослідження.
Тема 10. Методологія експериментального дослідження	
лекцій – 1 год. практ. – 1 год. РН 6,7,9,11 Література: [3,7,10]	Наукові факти. Класифікація, структура експерименту. Функції експерименту в науковому дослідженні. Методи експериментального дослідження. Аналіз теоретико-експериментального дослідження.
Тема 11. Методи моделювання	
лекцій – 1 год. практ. – 1 год. РН 6,7,9,11 Література: [2,5,7,10]	Система моделювання. Етапи розробки системи моделей, етапи практичного моделювання.
Тема 12. Підготовка наукового дослідження	

лекцій – 3 год.
практ. – 5 год.
РН 6,7,9,11
Література:
[6. 7,10,13]

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.

Форми та методи навчання

Вивчення ОК досягається інформаційним, ілюстративним та проблемним методами навчання.

- лекції супроводжуються демонстрацією схем, таблиць з мультимедійним супроводом. На практичних заняттях розглядаються та розв'язуються задачі, наближені до реальних ситуацій: використовується роздатковий матеріал (наочність) для формування у здобувачів системного мислення, розвитку пам'яті;
- проводиться дискусійне обговорення проблемних питань;
- задаються провокаційні питання.

Навчання супроводжується опрацюванням нормативної, навчальної літератури, а також періодичних видань.

При викладанні навчальної ОК для активізації навчального процесу передбачено застосування сучасних навчальних технологій, таких, як: проблемні лекції, робота в малих групах, семінари-дискусії, кейс-метод, метод мозкового штурму, метод вільних асоціацій, метод обговорення тематичних зображень, метод "переваги та недоліки", метод "Робота в мережі", ділові ігри, екскурсійні заняття.

Проблемні лекції спрямовані на розвиток логічного мислення здобувачів. Коло питань теми лекції обмежується двома-трьома ключовими моментами, увага здобувачів концентрується на матеріалі, який не знайшов відображення в підручниках, використовується досвід закордонних навчальних закладів з роздаванням здобувачам під час лекції друкованого матеріалу та виділенням головних висновків з питань, що розглядаються.

Міні-лекції передбачають викладення навчального матеріалу за короткий проміжок часу і характеризуються значною ємністю, складністю логічних побудов, образів, доказів та узагальнень. Міні-лекції проводяться, як правило, як частина заняття-дослідження. На початку проведення міні-лекції за вказаними темами лектор акцентує увагу здобувачів на необхідності представити викладений лекційний матеріал у так званому структурно-логічному вигляді. На розгляд виносяться питання, які зафіксовані у плані лекцій, але викладаються вони стисло.

Робота в малих групах дає змогу структурувати лекційні або практично-семінарські заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного здобувача в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування. Після висвітлення проблеми (при використанні проблемних лекцій) або стислого викладання матеріалу (при використанні міні-лекцій) здобувачам пропонується об'єднуватися у групи по 5 – 6 осіб і презентувати наприкінці заняття своє бачення та сприйняття матеріалу.

Презентації – виступи перед аудиторією, що використовуються для представлення певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань. Однією з позитивних рис презентації та її переваг за умови використання в навчальному процесі є обмін досвідом, який здобули здобувачі під час роботи в певній малій групі.

Семінари-дискусії передбачають обмін думками та поглядами учасників щодо даної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди і переконання, виробляють вміння формулювати думки і висловлювати їх, вчать оцінювати пропозиції інших людей, критично підходити до власних поглядів.

Ділові та рольові ігри – форма активізації здобувачів, внаслідок якої вони задіяні в процесі інсценізації певної виробничої ситуації в ролі безпосередніх учасників подій.

Обговорення тематичних зображень дає змогу візуально сприймати інформацію, сприяє розвитку асоціативного мислення та кращому засвоєнню матеріалу.

Інструменти, обладнання, програмне забезпечення

- технічні засоби навчання: мультимедійне обладнання, ноутбук;
- програмне забезпечення: MS Windows, доступ до Інтернет;
- програмне забезпечення: система дистанційного навчання Moodle.

Порядок та критерії оцінювання

Для досягнення цілей та завдань курсу здобувачам потрібно засвоїти теоретичний матеріал та здати модульні контролі знань, а також вчасно виконати практичні завдання. В результаті можна отримати такі обов'язкові бали:

– 60 балів - за вчасне та якісне виконання завдань практичних занять та інших поточних завдань, що становить поточну (практичну) складову його оцінки;

– 40 балів – модульні контролі (20+20).

Всього 100 балів.

Шкала оцінювання наведена на сторінці освітньої компоненти на навчальній платформі Moodle <https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=1575>

Додаткові бали здобувачам також можуть бути зараховані за конкретні пропозиції з удосконалення змісту освітньої компоненти. Положення про семестровий поточний та підсумковий контроль навчальних досягнень здобувачів вищої освіти <https://ep3.nuwm.edu.ua/25889/>.

Модульний контроль проходить у формі тестування на університетській платформі MOODLE.

Поєднання навчання та досліджень

Здобувачі мають можливість додатково отримати бали за виконання індивідуальних завдань дослідницького характеру, а також можуть бути долучені до написання та опублікування наукових статей з тематики курсу.

Інформаційні ресурси

Рекомендована література

Основна

1. Christofi, M., Leonidou, E., & Vrontis, D. "Emerging Trends in Marketing Theory: A Conceptual Framework". Journal of Business Research, Volume 148, 2023. P. 122-136.

2. Clark T., Pehrsson A., & Rajala A. "Public Marketing and Governance: Dealing with Wicked Problems". Journal of Public Marketing. Volume 31(4), 2022. P. 256-272.

3. Liakhovych O., Zaluzhnyi A., Zinkevych O., Oplachko I., Osadcha O. Analysis of consumer needs' transformation in the conditions of digitalization. Modern Science — Moderní věda. Praha. Česká republika, Nemoros. 2022. No 3. P. 12-22.

RL:https://www.nemoros.cz/files/ugd/b7f2f7_5c25afc8f60e4789b34ccf6d19bf3cc5.pdf.

4. Malchuk M., Popko O., Oplachko I., Martyniuk O., Tolchanova Z. The Impact of Digitalization on Modern Marketing Strategies and Business Practices (Transformation) Review of Economics and Finance. 2022. Vol. 20. P. 1042-1050, ISSN: 1923-7529, e-ISSN: 1923-8401, <https://refpress.org/ref-vol20-a116/>.

5. Morgan N., Clark T., Gooner R. "Theoretical Underpinnings of Research in Strategic Marketing". Journal of the Academy of Marketing Science. № 47(1). 2019. P. 19-34.

6. Paul, J., Rosado-Serrano, A. "Marketing Agility in Volatile Environments: A Systematic Review". Journal of Marketing Management, 37(9-10). 2021. 764-786.

7. Purchase S., Volery T. "New Marketing Theories from Cultural Innovations". Journal of Marketing Management, 38(5-6). 2022. P. 367-372.

8. Tiesheva L., Malchuk M., Nastoiashcha K., Voronina A., Popko O. Startup Approach in Management: Fashion or Long-Term Strategy? AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research. 2023. P. 201-206. ISSN 1804-7890, e-ISSN 2464-6733. URL: https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/130235/papers/A_35.pdf.

9. Vargo, S. L., Lusch, R. F. "The Evolution of Marketing Theory: From Goods-Dominant Logic to Service-Dominant Logic". Journal of Service Research, 26(1). 2023. P. 7-17.

10. Yadav M. S., Paul J. "Theory, Construct, and Methodology in Marketing". Journal of Marketing, 84(1), 2020. P. 1-11.

11. Мартинюк О.В., Адасюк І. П. Аспекти використання інструментів маркетингової стратегії управління на сучасних підприємствах. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: економічні науки. № 1, Хмельницький. 2021. С. 78-85.

Допоміжна література

1. Clark T., Pehrsson A., & Rajala A. "Public Marketing and Governance: Dealing with Wicked Problems". Journal of Public Marketing. Volume 31(4), 2022. P. 256-272.

2. Davis M., Andrews G. "Conceptualizing the Impact of Digital Marketing Technologies". Journal of Marketing Theory and Practice. Volume 31(2). 2023. P. 145-160.

3. Hassan S. "Social Media Marketing: Trends and Challenges". Future Business Journal. Volume 7(2). 2021. P. 151-168.

4. Hunt, S. D. Marketing Theory, Foundations, Controversy, Strategy, Resource-Advantage Theory, Routledge, New York 2015.

5. Kovalchuk S., Perevozova I., Kobets D. Effectiveness of branding of intercompany cooperation in the context of economy digitalization. Baltic Journal of Economic Studies. 2023. Vol. 9, No. 3. URL: <http://baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/2136>.

6. Kumar V., Venkatesan R. "New Marketing Strategies: A Review of Marketing Research". Journal of Marketing, 85(2). 2021. P. 2-15.

7. Malchuk M., Popko O., Oplachko I. Identification of the importance of Ukraine in international globalization and integration processes. Вісник Хмельницького національного університету. 2022. №

1. С. 244-252. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/04/vknu-es-2022-n-1-302.pdf>.
8. Martynjuk O. Methodological background of ecological marketing of social economic systems sustainable development. European journal of economics and management. Volume 5, Issue 1. 2019. 372 p. P.270-278.
9. Oplachko I. Conceptual framework of crisis management of industrial enterprises. European Journal of Economics and Management. 2019. Vol. 5(1). P. 176-183.
10. Popko O. Globalization: Stages of Development and Trends. European Journal of Economics and Management. Volume 5, Issue 1, 2019. 372 p. P. 7-15.
11. Popko O., Malchuk M., Oplachko I. Reflexing tools of managing consumer choice in the marketing system of industrial enterprises. Proceedings of the 35th International Business Information Management Association Conference (IBIMA), 1-2 April 2020, Seville, Spain. URL: <https://ibima.org/accepted-paper/reflexing-tools-of-managing-consumer-choice-in-the-marketing-system-of-industrial-enterprises/>.
12. Popko O., Slipetskyi O., Kuzo N., Bilyk I., Hryniv N., Demko M. Selection of Suppliers under Conditions of Uncertainty as a Component of Procurement Marketing. Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice. 2024, Volume 4 (57). P. 433-444, URL: <https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/4485>.
13. Purchase S., & Volery T. "New Methodologies in Digital Marketing and eCommerce". Advances in Digital Marketing, № 45. 2022. P. 200-215.
14. Purchase S., Volery T. "New Marketing Theories from Cultural Innovations". Journal of Marketing Management, 38(5-6). 2022. P. 367-372.
15. Tools for marketing management of industrial enterprises in Ukraine based on the principles of sustainable development / O. Popko, M. Malchuk, O. Martyniuk, N. Hontarenko, I. Oplachko . International Journal of Management. 2020. Vol. 11(4). P. 385-394. URL: http://www.iaeme.com/MasterAdmin/Journal_uploads/IJM/VOLUME_11_ISSUE_4/IJM_11_04_038.pdf.
16. Бойко Р. В. Концептуальні підходи до застосування концепції маркетинг-менеджменту на підприємствах . Хмельницький: Хмельницький національний університет, 2022. 314 с.
17. Гальчинська Ю. М. Основні традиційні та альтернативні концепції маркетингу . Науковий вісник Херсонського державного університету. 2022. № 2(65). С. 35-45.
18. Гвоздецька І. В. Теоретико-методологічні аспекти управління маркетинговою діяльністю підприємства . Економіка : реалії часу. 2021. № 6(28). С. 101-109.
19. Глинський Н. Ю. Імплементация маркетингового інструментарію в процес стратегічного управління місцевим розвитком. Економіка та суспільство. № 56. 2023. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3015/2937>.
20. Гомольська В. В. Трансформація концепцій маркетингу у постіндустріальному суспільстві . матеріали XVII Міжнар. наук.-практ. конф. «B2B Marketing». м. Київ, 14 грудня, 2023. Київ: НТУУ "КПІ ім. Ігоря Сікорського", 2023. С. 28-32.
21. Давліканова О., Лилик І., Савицька Н. Вплив громадянського суспільства на поведінку компаній у зв'язку з початком повномасштабного вторгнення РФ в Україну . Київ, 2023. 62 с. URL: <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/ukraine/20697.pdf>.
22. Звягінцева, О.Б. Становлення й розвиток теорії та практики маркетингу в Україні . Збірник наукових праць НАН України. 2023. № 1(35). С. 45-53.
23. Зозульов О. В., Царьова Т. О. Теоретичні основи маркетингу : сучасні підходи та практичні аспекти: навч. посіб. Київ : НТУУ "КПІ ім. Ігоря Сікорського". 2019. 288 с.
24. Ковшова І. О. Маркетинговий менеджмент : теорія, методологія, практика : монографія. Київ : ФОР Вишемирський В. С. 2018. 515 с. URL : <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/bb233ed9-0186-480d-9315-a712d52e098a/content>
25. Крикавський Є.В., Кузьо Н.Є., Косар Н.С., Черкес Р.Б. Пріоритетні напрями розвитку роздрібно́ї торгівлі України. Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України : тези доповідей XVI міжнародної наук.-практ. конф. Хмельницький, 16–18 грудня 2021 р. Хмельницький : ХНУ, 2021. С. 60-64.
26. Маркетинг : навч. посібник / Мальчик М. В., Н. А. Гонтаренко, О. В. Попко, З. О. Толчанова, Б. О. Король, О. В. Мартинюк, С. І. Коваль. / за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. Рівне : НУВГП, 2014. 444 с.
27. Маркетинг у підприємстві, біржовій діяльності та торгівлі в smart-суспільстві: управлінський, інноваційний та методичний виміри : колективна монографія / за наук. ред. І. В. Перевозової. Львів : Видавець Кошовий Б.-П.О., 2023. 869 с.
28. Маркетингово-логістичні процеси в економіці: теорія та практика: монографія. / М. В. Мальчик, О. В. Попко, Н. А. Гонтаренко, З.О. Толчанова, О. В. Мартинюк, С. І. Коваль, Т. Д. Мельник. /за ред. Мальчик М.В. Рівне : НУВГП. 2015. 197 с.
29. Мартинюк О.В. Тренди digital-маркетингу в умовах кризи. Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Сер. Економічні науки. 2022. Вип. 2(98). С. 147-157. URL : <https://visnyk.nuwm.edu.ua/index.php/econ/issue/view/77>.
30. Окландер Т.О., Окландер М.А. Маркетинг: генетичне коріння та основні теоретичні концепції . Економіка: реалії часу. 2019. № 3(33). С. 25-33.

31. Петецкі І., Крикавський Є., Гладій У., Черкес Р. Актуальність впровадження CRM-систем на підприємствах. Академічні візії. № 18. 2023. URL : <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/298/257>.
32. Портер М., Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів. пер. з англ. Наталія Кошманенко. Київ : Наш формат, 2020. 424 с.
33. Савицька Н. Л. Підприємницький маркетинг в умовах нових викликів. Маркетинг та конкурентоспроможність соціально-економічних систем в умовах сталого розвитку: тези доп. учасників Міжнар. наук.-практ. конф. м. Суми, 6-7 червня 2023 р. Суми: СНАУ, 2023. С. 113-116. URL : https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/44759/1/Savits_ka_Konf_SNAU_23_113-116.pdf.
34. Савицька Н. Л. Соціально-відповідальний маркетинг під час війни. Маркетинг і логістика в системі менеджменту : тези доп. XIV Міжнар. наук.-практ. конф., м. Львів, 28 жовт. 2022 р. Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2022. С. 196.
35. Савицька Н. Л., Декадіна В. В. Трансформація маркетингових стратегій в умовах цифрової економіки . Підвищення рівня життя в умовах турбулентності: глобальні та локальні аспекти : кол. монографія. Ополе, 2022. С. 234-245.
36. Савицька Н., Пахуча Е., Віннік П. Сучасні тенденції управління маркетинговими комунікаціями. Молодий вчений. 2023. № 11 (123). С. 140-145. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2022_1_18.
37. Савицька Н.Л. Відповідальний маркетинг в добу штучного інтелекту. Marketing: зб. наук. праць XVII Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 14 грудня, 2023. К: КПІ ім. Ігоря Сікорського С. 237-238. URL: https://oklander.info/wp-content/uploads/2024/01/246_doclad.pdf.
38. Слава С.С., Ігнатенко О.П., Цомпанідіс С. , Мальчик М.В., Головніна О.Г. Демографічна динаміка: порівняльний контекстний аналіз та регіональне прогнозування. Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Економічні науки. №3 (99). 2022. с. 160-176. URL: <https://griml.com/w5eld>.
39. Федорченко А. Маркетингова освіта в Україні: виклики воєнного часу . Маркетинг в Україні : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., м. Київ, 20 жовт. 2023 р. Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана . Київ : КНЕУ, 2023. С. 588-591.
40. Федорченко А.В. Асиметричність інформації та її вплив на розвиток теорії та практики маркетингових досліджень в Україні. Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: матеріали II Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Харків 02.11.2023р. Харків: ДБТУ. 2023. URL : <https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2023/12/progr-conf-02-11-23.pdf>.

Інформаційні ресурси

1. Кабінет Міністрів України. URL: <http://www.kmu.gov.ua/>
2. Законодавство України . URL: <http://rada.gov.ua/>
3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
5. Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека (м.Рівне, пл.Короленка, 6). URL: <http://libr.rv.ua/>
6. Рівненська централізована бібліотечна система (Київська, 44, Рівне). URL: <https://rivnechs.com.ua/>
7. Наукова бібліотека НУВГП (м. Рівне, вул. Олекси Новака, 75). URL: http://nuwm.edu.ua/MySql/page_lib.php
8. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії наукової бібліотеки НУВГП. URL: <http://ep3.nuwm.edu.ua>

ПОЛІТИКИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

Перелік соціальних, «м'яких» навичок (soft skills)

Складові освітньої компоненти сприяють формуванню універсальних, корисних для будь-якого виду діяльності (міжпрофесійних) навичок, які дозволяють швидко адаптуватися до нових умов, змінювати сферу зайнятості, вирішувати нестандартні завдання:

- допитливість, ініціативність – під час засвоєння теоретичного матеріалу лекційних занять і самостійної роботи для розширення знань із відповідних тем курсу;
- цілеспрямованість, наполегливість – під час виконання практичних робіт, а також індивідуальних завдань для отримання додаткових балів;
- адаптивність, командна робота – під час дискусійних обговорень тематичних питань курсу, опрацювання практичних кейсів;
- соціальна обізнаність і відповідальність – як результат урахування організаційних вимог курсу, підтримання зворотного зв'язку та вчасного звітування про виконані види діяльності;
- критичне мислення, лідерство, креативність – розуміння, аналіз, пошук вирішення актуальних проблем у розрізі освітньої компоненти та висвітлення результатів під час навчальних занять, участі в конференціях і круглих столах та/або наукових публікаціях;
- самонавчання для професійного та особистісного зростання – як результат виконання самостійної роботи, у тому числі з електронними навчальними ресурсами та інформаційними базами.

Дедлайни та перескладання

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%.

Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.

Ліквідація академічної заборгованості здійснюється згідно «Порядку ліквідації академічних заборгованостей у НУВГП», <http://ep3.nuwm.edu.ua/4273/>. Згідно цього документу і реалізується право здобувача на повторне вивчення ОК чи повторне навчання на курсі.

Оголошення стосовно дедлайнів здачі частин освітньої компоненти відповідно до політики оцінювання оприлюднюються на сторінці даної ОК на платформі MOODLE за календарем.

Неформальна та інформальна освіта

Здобувачі мають право на визнання (перезарахування) результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті згідно з відповідним Положенням: <http://surl.li/zcmsgz>. Зокрема здобувачі можуть самостійно проходити онлайн-курси на таких навчальних платформах, як Prometheus, Coursera, edEx, edEra, FutureLearn та інших, для наступного перезарахування результатів навчання. При цьому важливо, щоб знання та навички, що формуються під час проходження певного онлайн-курсу чи його частин, мали зв'язок з очікуваними навчальними результатами даної освітньої компоненти (освітньої програми) та перевірялись в підсумковому оцінюванні.

Правила академічної доброчесності

Списування під час проведення модульного контролю чи підсумкового контролю, передбачає позбавлення здобувача подальшого права здавати матеріал і у нього виникає академічна заборгованість.

За списування під час виконання окремих завдань, здобувачу знижується оцінка у відповідності до ступеня порушення академічної доброчесності.

Документи з Академічної доброчесності викладені сайті університету <http://nuwm.edu.ua/sp/akademichna-dobrochesnistj>

Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями встановленими Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату в НУВГП: <http://surl.li/lizrbh>

Принципи доброчесності у НУВГП та відповідність показникам забезпечення якості вищої освіти регламентовано НАЗЯВО та положеннями відділу якості освіти НУВГП.

Сайт НАЗЯВО: <https://naqa.gov.ua/>

Відділ якості освіти НУВГП: <https://nuwm.edu.ua/struktorni-pidrozdili/vyo>

Вимоги до відвідування

Лекції та практичні заняття відбуваються в офлайн або онлайн режимі згідно розкладу.

Консультації будуть проводитися онлайн за допомогою Google Meet за кодом у домовлений зі студентами час.

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування тощо) навчання може відбуватись в он-лайн формі (змішана форма навчання) за погодженням із керівником курсу. Студент має право оформити індивідуальний графік навчання згідно відповідного положення <http://ep3.nuwm.edu.ua/6226/>.

Здобувачі можуть на заняттях використовувати мобільні телефони та ноутбуки, але виключно в навчальних цілях з даної дисципліни.

Автори:

професор кафедри маркетингу,
доктор економічних наук, професор Мар'яна Мальчик

доцент кафедри маркетингу,
кандидат економічних наук Ольга Коротун

Автор
Доцент

Ольга КОРОТУН

Затверджено



документ підписаний КЕП
Номер документа СИЛ №525
Підписувач Сорока Валерій Степанович
Підписувач (дані КЕП):
Сертифікат 3FAA9288358EC003040000009B6C3700C8C2C100