

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**

Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту

06-13-89S

**СИЛАБУС**  
навчальної дисципліни

**SYLLABUS**

<b>Основи наукових досліджень</b>		<b>Fundamentals of scientific research</b>	
Шифр за ОП	ФП30.2	Code in Degree Programme	
<b>Освітній рівень: Бакалаврський (перший)</b>		<b>Level of Education: Bachelor's (first)</b>	
<b>Галузь знань Управління та адміністрування</b>		<b>Field of Knowledge Management and Administration</b>	
<b>Спеціальність 075 Маркетинг</b>		<b>Field of Study: 075 Marketing</b>	
<b>Освітня програма: Маркетинг</b>		<b>Degree Programme: Marketing</b>	

РІВНЕ – 2024

Силабус навчальної дисципліни «Основи наукових досліджень» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) спеціальності 075 Маркетинг, освітньо-професійної програми «Маркетинг». Рівне. НУВГП. 2024. 11 с.

ОПП на сайті університету: <https://ep3.nuwm.edu.ua/21064/>

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: Толчанова Зоя Олексіївна,  
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:  
*е-підпис* Ковшун Наталія Едуардівна, доктор економічних наук,  
професор

© Мальчик М.В.,  
Коротун О.П., 2024  
©НУВГП, 2024

<b>ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Основи наукових досліджень» ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ</b>	
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Освітня програма	Маркетинг
Спеціальність	075 Маркетинг
Рік навчання, семестр	4-ий рік навчання, 7-ий семестр - ДФН 4-ий рік навчання, 8-ий семестр - ЗФН
Кількість кредитів	4
Лекції:	20/6 години
Практичні заняття:	20/6 години
Самостійна робота:	80/108 годин
Форма навчання	денна/заочна
Форма підсумкового контролю	залік
Мова викладання	українська
<b>ІНФОРМАЦІЯ ПРО РОЗРОБНИКІВ *</b>	
	<i>Мальчик Мар'яна Василівна доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу</i>
Вікіситет	<a href="http://surl.li/mnwfiy">http://surl.li/mnwfiy</a>
ORCID	<a href="https://orcid.org/0000-0002-0917-191X">https://orcid.org/0000-0002-0917-191X</a>

Канали комунікації	<a href="mailto:m.malchuk@nuwm.edu.ua">m.malchuk@nuwm.edu.ua</a> тел. +38-097-751-66-51 Актуальні оголошення на сторінці дисципліни в системі MOODLE
	<i>Коротун Ольга Петрівна</i> кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу
Вікіситет	<a href="http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php/Коротун_Ольга_Петрівна">http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php/Коротун_Ольга_Петрівна</a>
ORCID	<a href="https://orcid.org/0000-0002-5628-8301">https://orcid.org/0000-0002-5628-8301</a>
Канали комунікації	<a href="mailto:o.p.korotun@nuwm.edu.ua">o.p.korotun@nuwm.edu.ua</a> <a href="https://exam.nuwm.edu.ua/login/index.php">https://exam.nuwm.edu.ua/login/index.php</a>

## ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ

### Мета та завдання

Курс «Основи наукових досліджень» є комплексною навчальною дисципліною, що охоплює теоретичні та практичні аспекти проведення наукових досліджень у сфері маркетингу. Зміст курсу передбачає вивчення методології наукової роботи, принципів формування дослідницької проблематики, структурування наукових праць, збору та аналізу емпіричних даних, методів обґрунтування наукових гіпотез, а також основних етапів підготовки кваліфікаційних досліджень. Особлива увага приділяється засвоєнню методів кількісного та якісного аналізу, сучасним аналітичним інструментам, а також правилам оформлення результатів дослідження відповідно до академічних стандартів.

**Основною метою курсу** є формування у здобувачів компетентностей, необхідних для самостійного проведення наукових досліджень у сфері маркетингу, критичного аналізу наукових джерел, узагальнення отриманих результатів та їх ефективної презентації в академічному середовищі.

Курс спрямований на розвиток навичок аналізу наукової літератури, формування наукової аргументації, застосування сучасних методів маркетингових досліджень та використання статистичних методів для обґрунтування отриманих результатів.

#### **Завдання курсу:**

- ознайомлення здобувачів із методологією наукового пізнання, поняттями та категоріями науки, особливостями наукових підходів у маркетингових дослідженнях;
- надання практичних знань щодо постановки дослідницької проблеми, формулювання гіпотез, визначення предмета та об'єкта дослідження;
- засвоєння методів збору, аналізу та інтерпретації даних у маркетингових дослідженнях;
- вивчення алгоритму написання наукових робіт, включаючи реферати, статті, кваліфікаційні роботи та презентації дослідницьких результатів;
- формування навичок використання інструментів кількісного та якісного аналізу для обґрунтування наукових висновків;
- ознайомлення з основами академічної доброчесності та правилами цитування, уникаючи плагіату в наукових роботах.

#### **Здобувач повинен знати:**

- основні принципи та методи наукових досліджень у маркетингу;
- процеси збору та аналізу наукової інформації, включаючи роботу з літературними джерелами, електронними базами даних і аналітичними звітами;
- методи формування та перевірки наукових гіпотез, а також принципи побудови теоретичних і емпіричних моделей у маркетингових дослідженнях;
- загальнонаукові та спеціалізовані методи аналізу (контент-аналіз, статистичні методи, кореляційний і регресійний аналіз);

- правила академічного письма та вимоги до оформлення наукових робіт у маркетинговій сфері;
- основи дослідницької етики, принципи академічної доброчесності та захисту інтелектуальної власності.

**Здобувач повинен вміти:**

- формулювати дослідницьку проблему, визначати актуальність теми та формулювати гіпотези дослідження;
- проводити пошук, відбір та систематизацію наукових джерел із застосуванням сучасних інформаційних технологій;
- здійснювати аналіз наукових текстів, виявляти теоретичні та методологічні підходи, використовувані в маркетингових дослідженнях;
- розробляти дослідницькі моделі та обирати оптимальні методи аналізу для вирішення маркетингових завдань;
- використовувати статистичні методи для обробки та інтерпретації результатів досліджень;
- оформлювати результати досліджень у вигляді наукових статей, рефератів, презентацій та звітів, дотримуючись наукового стилю викладу;
- аргументовано обґрунтовувати висновки, представляти результати досліджень у науковій дискусії та захищати свої наукові ідеї.

Курс спрямований на підготовку здобувачів до самостійної науково-дослідної роботи, забезпечуючи їх необхідними знаннями та практичними навичками для проведення маркетингових досліджень. Вивчення дисципліни сприятиме розвитку критичного мислення, аналітичних здібностей та методологічної грамотності, що дозволить здобувачам ефективно розробляти, реалізовувати та оцінювати дослідницькі проекти у сфері маркетингу.

**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=1606>

**Передумови вивчення\*  
(місце освітнього компоненту в структурно-логічній схемі)**

Дисципліна «Основи наукових досліджень» є вибіркоким освітнім компонентом для формування дослідницьких компетентностей здобувачів спеціальності «Маркетинг» у межах бакалаврської освітньої програми. Вона вивчається на 4-му році навчання у 7-му семестрі та є основою для подальшої підготовки до написання наукових та науково-дослідних робіт. Вивчення цієї дисципліни базується на знаннях, отриманих здобувачами впродовж попередніх етапів навчання, зокрема під час опанування таких освітніх компонентів: «Маркетингові дослідження», «Статистика» та інших.

**Компетентності**

**ІК.**Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

**ЗК1.** Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

**ЗК3.** Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

**ЗК9.** Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

**ФК1.**Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

**ФК3.** Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

**ФК5.** Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

**ФК12.** Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

**Програмні результати навчання**

**P1.** Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

**P2.** Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

**P4.** Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

**P7.** Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

**P11.** Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

**P12.** Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

**P17.** Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

## СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

*Лекцій – 20/6 год. Практичні – 20/6 год. Самостійна робота – 80/108 год.*

Методи та технології навчання	Освітній процес включає такі види навчальних робіт: лекційні заняття з використанням інтерактивних методів навчання; практичні заняття з аналізу реальних кейсів та виконання практичних завдань у середовищах маркетплейсів; самостійна робота здобувачів над індивідуальними та груповими проектами; модульні та підсумковий контролю у формі тестування.
-------------------------------	---

Засоби навчання	Мультимедіа, проекційна апаратура, інформаційно-комунікаційні системи, програмне забезпечення
-----------------	---

## ЛЕКЦІЙНІ, ПРАКТИЧНІ ТА ЛАБОРАТОРНІ ЗАНЯТТЯ

Тема

Кількість годин, результати навчання, література	Зміст тем
--	-----------

### Тема 1. Наука як сфера людської діяльності

лекцій – 2/1 год. практ. – 2/1 год. РН 1,2,4,7,11,12,17 Література: [1-8]	Предмет та завдання курсу «Основи наукових досліджень». Зв'язок з дисциплінами, що вивчалися. Структура курсу. Наукові основи економічних досліджень. Наука як система знань. Етапи розвитку науки. Класифікація наук. Структура наукової теорії. Функції наукової теорії. Наука і науково-технічна революція. Наукова комунікація. Наукова школа. Економічна наука в системі наукового знання. Еволюція економічної науки.
--	---

### Тема 2. Наукова і науково-технічна діяльність в Україні

лекцій – 2/0,5 год. практ. – 2/0,5 год. РН 1,2,4,7,11,12,17 Література: [1-8]	Правові, організаційні та фінансові засади функціонування і розвитку науково-технічної сфери в Україні. Закон України «Про наукову і науково-технічну діяльність». Повноваження суб'єктів державного регулювання та управління у сфері наукової і науково-технічної діяльності. Форми і методи державного регулювання та управління у науковій та науково-технічній діяльності. Національна академія наук України та галузеві академії наук. Наукова і науково-технічна діяльність у системі вищої освіти. Підготовка наукових кадрів в Україні. Докторантура. Аспірантура. Науково-дослідницька діяльність студентів.
--	--

### Тема 3. Науково-технічна інформація: пошук, накопичення, обробка



лекцій – 2/0,5 год. практ. – 2/0,5 год. РН 1,2,4,7,11,12,17 Література: [1-8]	Роль науково-технічної інформації в наукових дослідженнях. Носії інформації. Наукові твори. Реферат. Тези доповіді стаття наукова доповідь і наукове повідомлення. Рецензія. Монографія. Брошура. Автореферат. Дисертація. Анотація. Підручник і методичний посібник. Державна система науково-технічної інформації. Види інформації: довідники, енциклопедії, огляди. Первинна та вторинна інформація. Систематизація наукової літератури Патентна інформація. Основні види видань. Бібліографія. Пошук та накопичення науково-технічної інформації. Робота над науково-технічними джерелами.
--	--

#### **Тема 4 Методологія та методи наукового дослідження**

лекцій – 4/1 год. практ. – 4/1 год. РН 1,2,4,7,11,12,17 Література: [1-8]	Методологія дослідження. Методи дослідження. Використання методів наукового пізнання. Методологія теоретичних досліджень. Етапи теоретичних розробок. Теоретичне творче мислення. Дедуктивний метод дослідження. Індуктивний метод дослідження. Методи аналізу та синтезу. Системний метод. Абстрагування. Засіб формалізації. Логічний та історичний методи. Моделювання як метод дослідження. Методологія експериментальних досліджень. Основні етапи методології експерименту. Природні і штучні експерименти. Лабораторні та виробничі експерименти. Економічний експеримент. Аналіз теоретико-експериментальних досліджень. Методологія економічної науки.
--	---

#### **Тема 5. Організація і планування наукового дослідження**

лекцій – 2/1 год. практ. – 2/1 год. РН 1,2,4,7,11,12,17 Література: [1-8]	Організація і планування наукового дослідження. Логіка наукового дослідження. Основні стадії науково-дослідних робіт. Техніко-економічне обґрунтування науково-дослідної роботи його основні показники, практична цінність та економічний ефект. Ефективність наукових досліджень. Наукова проблема, напрям та тема наукового дослідження. Визначення і формулювання теми наукового дослідження. Формулювання мети і завдань досліджень. Об'єкт і предмет дослідження.
--	--

#### **Тема 6. Оформлення результатів науково-дослідницької роботи**

лекцій – 2/1 год. практ. – 2/1 год. РН 1,2,4,7,11,12,17 Література: [1-8]	Загальні вимоги оформлення результатів науково-дослідної роботи. Структура науково-дослідницької роботи. Правила оформлення результатів науково-дослідної роботи. Записи досліджень. Схеми лабораторної або стендової установки. Табличне зведення числових даних. Графічне оформлення результатів дослідження. Підготовка наукових матеріалів до публікації. Наукові друковані роботи. Загальна характеристика наукових друкованих робіт: публікацій, рефератів, доповідей. Поняття, функції наукових публікацій. Види наукових друкованих робіт. Методика підготовки наукових друкованих робіт. Оформлення наукових публікацій. Наукова стаття – основний вид наукових публікацій. Структурні елементи наукової статті. Оформлення наукової статті. Особливості оформлення тез наукової статті (доповіді). Техніка написання рефератів. Види рефератів (інформаційний, розширений). Структура реферату.
--	---

#### **Тема 7. Комплексна курсова робота, дипломна, магістерська роботи: написання, оформлення, захист**

лекцій – 4/1 год. практ. – 4/1 год. РН 1,2,4,7,11,12,17 Література: [1-8]	Загальна характеристика курсової (дипломної, магістерської) роботи. Послідовність виконання наукової роботи. Структура, зміст курсової (дипломної, магістерської) роботи. Вступ до курсової (дипломної, магістерської) роботи. Обґрунтування актуальності наукової роботи. Визначення мети і завдання дослідження. Об'єкт та предмет курсової (дипломної, магістерської) роботи. Етапи виконання курсової (дипломної, магістерської) роботи. Мова та стиль курсової (дипломної, магістерської) роботи. Підготовка до захисту курсової (дипломної, магістерської) роботи, її оформлення. Захист курсової (дипломної, магістерської) роботи.
--	--

#### **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 стисло 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=1606>

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. Вегеш, М. Основи наукових досліджень : методичний посібник для студентів спеціальності 052 "Політологія". Ужгород : [б. в.], 2021. 67 с.
2. Мальська, М., Паньків, Н. Основи наукових досліджень : навчальний посібник. Львів : Видавництво ЛНУ імені Івана Франка, 2020. 226 с.
3. Основи наукових досліджень : навчальний посібник / уклад. Н. П. Кравець. Вид. 3-є, випр. і доповн. Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2020. 74 с.
4. Основи наукових досліджень [Електронний ресурс] : навч. посібник / Т. М. Брикова, О. Г. Терешкін. Електрон. дані. Харків : ХДУХТ, 2020. 1 електрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. Назва з тит. екрана.
5. Сімакова, О. О., Никифоров, Р. П. Основи наукових досліджень та інтелектуальна власність : навч. посіб. Вид. 3-є, перероб. і допов. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2020. 129 с.
6. Сінчук, О. М., Берідзе, Т. М., Барановська, М. Л. та ін. Основи наукових досліджень : навч. посіб. Кривий Ріг ; Київ, 2022. 198 с.
7. Kotler P., Keller K. L. Marketing Management. 15th ed. Harlow: Pearson, 2016. 832 p.
8. Parker G. G., Van Alstyne M. W., Choudary S. P. Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You. New York: W. W. Norton & Company, 2016. 352 p.

##### **Додаткова література**

1. Blanchard K. The New One Minute Manager. New York: HarperCollins, 2015. 112 p.
2. Clarke A. SEO 2021: Learn Search Engine Optimization with Smart Internet Marketing Strategies. 7th ed. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2020. 284 p.
3. Cutroni J. Google Analytics. 3rd ed. Sebastopol: O'Reilly Media, 2018. 428 p.
4. Dean B. Advanced SEO: Tactics and Strategies. New York: Backlinko, 2018. 320 p.
5. Farris P. W., Bendle N. T., Pfeifer P. E., Reibstein D. J. Marketing Metrics: The Manager's Guide to Measuring Marketing Performance. 4th ed. Hoboken: Pearson, 2020. 432 p.
6. Gitomer J. Customer Satisfaction is Worthless, Customer Loyalty is Priceless. Hoboken: Wiley, 2018. 208 p.
7. Goodman J. Customer Experience 3.0: High-Profit Strategies in the Age of Techno Service. New York: AMACOM, 2019. 320 p.
8. Hagiу A., Wright J. Multi-Sided Platforms // International Journal of Industrial Organization. 2015. Vol. 43. P. 162–174.
9. Hyken S. The Convenience Revolution: How to Deliver a Customer Service Experience that Disrupts the Competition and Creates Fierce Loyalty. New York: Greenleaf Book Group, 2018. 176 p.
10. Malchuk M., Popko O., Oplachko I., Adasiuk I., Martyniuk O. Brand Promotion Strategy in the Internet Services Market // *Scientific Horizons*. – 2022. – Vol. 24(7). –



P. 100–108. URL: <https://sciencehorizon.com.ua/uk/journals/tom-24-7-2021/strategichne-upravlinnya-brendom-na-rinku-internet-poslug>(SCOPUS) (дата звернення: 15.09.2024).

11. 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. URL: <https://refpress.org/ref-vol20-a116/>(SCOPUS, Author ID: 57216743707) (дата звернення: 15.09.2024).
12. Mostova A., Budko O., Malchuk M., Tiesheva L., Kovalchuk N. Entrepreneurship Based on ESG Principles in the Digital Economy // *Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research*. – 2024. – Special issue № 14/01/XL. – P. 104–110. (Web of Science). URL: [https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/140140/papers/A\\_18.pdf](https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/140140/papers/A_18.pdf)(дата звернення: 15.09.2024).
13. Safonov Y., Korotun O. History and Current Technological Trends in the Digital Economy of Ukraine // *Global Academics International Journal of Advance Researches*. – 2024. – № 1 (23). – P. 19–31. URL: <https://www.i-journal.org/index.php?item=issue&id=23> (дата звернення: 15.09.2024).
14. Safonov Y., Korotun O. Modern Aspects of the Development of Digital Technologies // *Global Academics International Journal of Advance Researches*. – 2023. – № 4 (22). – P. 15–23. URL: <https://www.i-journal.org/index.php?item=archive&id=22> (дата звернення: 15.09.2024).
15. Whinston A. B., Stahl D. O., Choi S. Y. *The Economics of Electronic Commerce*. Indianapolis: Macmillan, 2020. 412 p.
16. Коротун О.П., Збирит С.Є., Мартинюк А.Ю. Омніканальний маркетинг: створення цілісної взаємодії між брендом та споживачем // *Економіка та суспільство*. – 2024. – Вип. 63. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4089>

#### 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://rivnecbs.com.ua/>
7. Наукова бібліотека НУВГП (м. Рівне, вул. Олекси Новака, 75). URL: [http://nuwm.edu.ua/MySql/page\\_lib.php](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 перекладання

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

Проректор з науково-педагогічної та  
навчальної роботи

Валерій СОРОКА



документ підписаний КЕП  
Номер документа СИЛ №665  
Підписувач Сорока Валерій Степанович  
Підписувач (дані КЕП):  
Сертифікат 3FAA9288358EC003040000009B6C3700C8C2C100