

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства
та природокористування

Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту
Кафедра маркетингу

06-13-286М

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до організації самостійної роботи
з навчальної дисципліни

«Основи наукових досліджень»

для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня
за освітньо-професійною програмою «Маркетинг»
спеціальності 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
денної та заочної форми навчання

Рекомендовано
науково-методичною радою
з якості ННІЕМ
Протокол № 6 від 20 лютого 2025 р.

Рівне – 2025

Методичні вказівки до організації самостійної роботи з навчальної дисципліни «Основи наукових досліджень» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форми навчання. [Електронне видання] / Мальчик М. В., Коротун О. П. – Рівне : НУВГП, 2025. – 29 с.

Укладачі: Мальчик М. В., д.екон.н., професор кафедри маркетингу; Коротун О. П., кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу.

Відповідальний за випуск: Мальчик М. В., д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу.

Керівник групи забезпечення спеціальності 075 «Маркетинг»

Толчанова З. О.

методичних вказівок: 06-13-148МВ

Попередня версія

© М. В. Мальчик
О. П. Коротун, 2025
© НУВГП, 2025

ЗМІСТ

1. Загальні положення	4
2. Тематичний зміст навчальної дисципліни	6
3. Плани самостійної роботи студентів	9
4. Основні вимоги до написання, оформлення і представлення науково-дослідницьких робіт студентами спеціальності 075 «Маркетинг»	15
5. Приклади оформлення Списку використаних джерел	18
6. Орієнтовна тематика науково-дослідницьких робіт	20
7. Оцінювання результатів самостійної роботи студента	25
8. Рекомендована література	26

Загальні положення

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.

1. Тематичний зміст навчальної дисципліни

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

Модуль 1.

Змістовий модуль 1:

«Наука як сфера людської діяльності»

Тема 1. Наука як сфера людської діяльності

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

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

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

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.

Змістовий модуль 2:

«Організація і планування наукового дослідження»

Тема 5. Організація і планування наукового дослідження

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

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. Курсова, дипломна, магістерська роботи: написання, оформлення, захист

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.

2. Плани самостійної роботи студентів

Самостійна робота студента 1

Тема: Наука як феномен цивілізації. Особливості розвитку наукової та науково-технічної діяльності в Україні.

Норма часу: 19 год/26 год.

План самостійної роботи студента:

1. Підготовка плану-конспекту за темами:
 - а) Наука як феномен цивілізації.
 - б) Економічна наука в системі наукового знання та її еволюція.
 - в) Етапи розвитку науки як сфери людської діяльності.
 - г) Особливості розвитку наукової та науково-технічної діяльності в Україні.

Завдання для самостійної роботи:

Укласти глосарій: наука, функції науки, наукові знання, класифікація наук, організація науки, інкубатор, технопарк, технополіс, , наукові факти, поняття, термін, категорія, принцип, постулат, аксіома, наукові закони, наукова теорія, вчення, об'єкти наукових економічних досліджень, економіка,

економічні науки, принципи систематизації економічних знань, мікроекономіка, макроекономіка, мезоекономіка, класифікація економічних наук, позитивна наука, нормативна наука, економічна політика, національна науково-технічна програма, державна науково-технічна програма, напрями наукових економічних досліджень; наукове дослідження, науковий напрямок, структура наукового напрямку, мета наукового дослідження, особливості наукового дослідження, об'єкт наукового дослідження, класифікація об'єктів дослідження, класифікація наукових досліджень.

Рекомендована література: 2; 9; 12, 15, 18.

Самостійна робота студента 2

Тема: Національна академія науки України. Наукові (технологічні) парки в національному господарстві. Внесок українських вчених у світову наукову скарбницю.

Норма часу: 18 год./23 год.

План самостійної роботи студента:

1. Підготовка плану-конспекту за темами:
 - а) Національна академія наук України та галузеві академії наук.
 - б) Наукова і науково-технічна діяльність у системі вищої освіти.
 - в) Підготовка наукових кадрів в Україні. Докторантура. Аспірантура.
 - г) Науково-дослідницька діяльність студентів.

Завдання для самостійної роботи:

Укласти глосарій: наукове дослідження, особливості економічних досліджень, науково-дослідний процес, стадії науково-дослідного процесу, наукова проблема, тема, гіпотеза, доведення гіпотез, характеристика гіпотез, критерії вибору теми дослідження, конкретизація теми; бібліотека; читацькі каталоги, типи каталогів, алгоритмізація, науковий експеримент, оприлюднення висновків, узагальнення результатів дослідження, апробація.

Рекомендована література: 1; 6; 8; 11; 15, 20.

Самостійна робота студента 3

Тема: Роль науково-технічної інформації в наукових дослідженнях. Види інформації. Державна система науково-технічної інформації. Бібліотека як інтелектуальний центр наукових досліджень.

Норма часу: 18 год./23 год.

План самостійної роботи студента:

1. Підготовка плану-конспекту за темами:
 - а) Роль науково-технічної інформації в наукових дослідженнях.
 - б) Носії інформації. Наукові твори. Реферат. Тези доповіді стаття наукова доповідь і наукове повідомлення. Рецензія. Монографія. Брошура. Автореферат. Дисертація. Анотація. Підручник і методичний посібник.
 - в) Державна система науково-технічної інформації.
 - г) Види інформації: довідники, енциклопедії, огляди.
 - д) Первинна та вторинна інформація.
 - е) Систематизація наукової літератури
 - ж) Патентна інформація.
 - з) Основні види видань. Бібліографія.
 - и) Пошук та накопичення науково-технічної інформації.
 - к) Робота над науково-технічними джерелами.

Завдання для самостійної роботи:

Укласти глосарій: систематизація, звіт про науково-дослідну роботу, структура звіту, анотація, автореферат, титульна сторінка, завдання, зміст, ілюстрація, таблиця, додатки, бібліографічний опис, структура бібліографічного опису, ефект наукового дослідження, наукова продукція, акт здавання-приймання науково-дослідної роботи, впровадження результатів науково-дослідної роботи, критерій ефективності наукових досліджень, економічний ефект науково-дослідної роботи, соціальний ефект науково-дослідної роботи.

Рекомендована література: 2; 3; 8; 14; 17; 19.

Самостійна робота студента 4

Тема: Особливості міждержавного науково-технічного співробітництва в сучасних умовах.

Норма часу: 18 год./23 год.

План самостійної роботи студента:

1. Підготовка плану-конспекту за темами:
 - а) Інтеграційні пріоритети України. Внутрішньоекономічні фактори інтеграції.
 - б) Сутність і мотивація міжнародного бізнесу.
 - в) Політико-правові, економічні, соціально-культурні та інфраструктурні умови розвитку форм міжнародного бізнесу в Україні.
 - г) Експортно-імпортна діяльність українських підприємств.

Завдання для самостійної роботи:

Укласти глосарій: інформація, критерії ефективності інформації, класифікація інформації, функції інформації, джерела інформації, документ, нормативні матеріали, статистичні матеріали, оперативні матеріали, науковий документ, об'єкт спостереження, генеральна сукупність, вибіркова сукупність, репрезентативність вибіркової сукупності, дисперсія ознаки, коефіцієнт довіри, вибір одиниць, показник, ознака, абсолютні та відносні показники, класифікація показників, натурне обстеження, спеціальне обстеження, принципи збору інформації, інформаційний пошук та його етапи, правила відбору літератури, збирання фактів, документальне оформлення інформації, АСУ обробки інформації на ЕОМ, етапи обробки інформації, економічний аналіз, раціональна організація аналітичної роботи, етапи та принципи економічного аналізу, господарські резерви в науково-дослідному процесі та їх класифікація.

Рекомендована література: 1; 5; 6; 10; 12; 15; 16; 17.

Самостійна робота студента 5

Тема: Вплив наукових досліджень на інноваційний тип розвитку національної економіки. Науково-технічний розвиток країни.

Норма часу: 18 год./23 год.

План самостійної роботи студента:

1. Підготовка плану-конспекту за темами:
 - а) Вплив наукових досліджень на інноваційний тип розвитку національної економіки.
 - б) Науково-технічний розвиток країни .

Завдання для самостійної роботи:

Укласти глосарій: регресія, коефіцієнт регресії, коефіцієнт кореляції, коефіцієнт детермінації, адекватність моделі, прогноз, точність прогнозів, якісні методи прогнозування, кількісні методи прогнозування, короткострокове прогнозування, похибка, екстраполяція, тренд, коефіцієнт конкордації, фактор, кластерний аналіз, дискримінантний аналіз, ранг, інтегральна оцінка, ранжування, групування, багатовимірні методи, розвідувальний аналіз даних, метод головних компонент, метод експертних оцінок, аналіз часових рядів.

Написати реферат на тему: Науково-технічний розвиток країни (на прикладі конкретної країни)

Рекомендована література: 3; 8; 12; 15; 16; 18.

Самостійна робота студента 6

Тема: Головні риси наукового потенціалу України в умовах п'ятого технологічного укладу. Інтелектуальний капітал у сучасному суспільстві. Сучасний науковий потенціал університету. Науково-дослідні підрозділи, їх зв'язок з вітчизняними та зарубіжними науковими центрами.

Норма часу: 18 год./23 год.

План самостійної роботи студента:

1. Підготовка плану-конспекту за темами:
 - а) Галузі господарства України з найбільшим науковим потенціалом.
 - б) Інтелектуальний капітал. Інтелектуальна власність.
 - в) Законодавство України та світу в галузі інтелектуальної власності.
 - г) Науковий потенціал НУВГП.
 - д) Науково-дослідні підрозділи НУВГП. Участь НУВГП у міжнародній науковій діяльності.

Завдання для самостійної роботи :

Укласти глосарій: порівняння, зведення, групування, групувальна ознака, типологічне групування, структурне групування, аналітичне групування, графічний метод, табличний метод, абсолютна величина, відносна величина, середня величина, картограма, картодіаграма, ряд динаміки.

Рекомендована література: 1; 4; 9; 12; 13; 14; 17; 18.

Самостійна робота студента 7

Тема: Міжнародні науково-технічні зв'язки України. Нобелівська премія та її лауреати.

Норма часу: 18 год./23 год.

План самостійної роботи студента:

1. Підготовка плану-конспекту за темами:
 - а) Іноземна та зарубіжна інвестиційна діяльність в Україні. Проблеми й перспективи розвитку міжнародного бізнесу в Україні.
 - б) Історія Нобелівської премії
 - в) Лауреати Нобелівської премії в галузі економіки.

Завдання для самостійної роботи:

Укласти глосарій: абсолютний приріст, базові показники, ланцюгові показники, коефіцієнт росту, темп росту, темп приросту, абсолютне значення одного проценту приросту, середній рівень ряду, середній темп росту, середній темп приросту, сезонні коливання, індекс сезонності, індекс, індивідуальні індекси, загальні індекси, методи елімінування, спосіб ланцюгових підстановок, евристичні методи.

Рекомендована література: 2; 3; 4; 5; 12; 16; 17; 19.

Під час самостійної роботи над дисципліною «Основи наукових досліджень» кожен студент повинен виконати науково-дослідну роботу на одну із запропонованих тем. Вимоги до написання науково-дослідної роботи та орієнтовні теми робіт наведено нижче.

4. Основні вимоги до написання, оформлення і представлення науково-дослідницьких робіт студентами спеціальності 075 «Маркетинг»

1. До захисту подаються роботи проблемного (пошукового) характеру, які відповідають віковим інтересам та пізнавальним можливостям студентів, свідчать про обізнаність автора щодо сучасного стану галузі дослідження, опанування ним методики експерименту.

2. Кожна робота повинна ґрунтуватись на певній науковій та експериментальній базі, містити власні дані дослідів, спостережень, пошукової роботи; їх обробки, аналізу та узагальнення; посилання на відповідні наукові джерела та відображати власну позицію дослідника.

У роботі мають бути чітко відображені наступні аспекти: визначення мети, об'єкту та предмету дослідження, постановка завдань, методика дослідження, відмінність та перевага запропонованих розв'язків, положень у порівнянні з відомими підходами. Зміст та результати досліджень викладаються стисло, логічно, аргументовано без загальних слів, міркувань, бездоказових тверджень, тавтології.

2. Робота має бути побудована за певною структурою. Основними її елементами в порядку розташування є: титульний аркуш, тези, зміст, перелік умовних позначень (за необхідністю), вступ, основна частина, висновки, список використаних джерел, додатки.

2.1. Титульний аркуш.

2.2. Зміст.

Зміст подається на початку роботи. Він містить найменування та номери початкових сторінок усіх розділів, підрозділів та пунктів (якщо вони мають заголовок), зокрема вступу, висновків до розділів, загальних висновків, додатків, списку використаних джерел тощо. Зміст фактично має бути планом науково-дослідницької роботи і відображати суть поставленої проблеми, структуру та логіку дослідження.

2.3. Перелік умовних позначень, символів, скорочень і термінів (за необхідністю).

Якщо в роботі вжито специфічну термінологію, а також використано маловідомі скорочення, нові символи, позначення тощо, то їх перелік може бути поданий у вигляді окремого списку, який розміщують перед вступом.

2.4. Вступ.

У вступі коротко обґрунтовується актуальність та доцільність обраної теми, підкреслюється сутність проблеми; формулюється мета роботи і зміст поставлених завдань, об'єкт і предмет дослідження, подається перелік використаних методів дослідження; дається характеристика роботи (теоретична, прикладна); вказуються нові наукові положення, запропоновані студентом особисто, ступінь новизни (вперше одержано, удосконалено, набуло подальшого розвитку); повідомляється про наукове використання результатів досліджень або рекомендації щодо їх використання.

2.5. Основна частина.

В основній частині роботи наводиться характеристика джерел для написання роботи та короткий огляд літератури з даної тематики, окреслюються основні етапи наукової думки за визначеною проблемою, вказуються питання, які залишилися невирішеними; обґрунтовується вибір напряму досліджень, наводиться методика і техніка дослідження; подаються відомості про обсяг дослідження; викладаються, аналізуються та узагальнюються отримані результати, дається їх оцінка. Зміст основної частини має точно відповідати темі роботи та повністю її розкривати.

2.6. Висновки.

Висновки містять стислий виклад результатів розв'язку проблеми та поставлених завдань, зроблених у процесі аналізу обраного матеріалу оцінок та узагальнень. Має бути підкреслено їх самостійність, новизна, теоретичне і (або) прикладне значення, наголошено на кількісних та якісних показниках здобутих результатів, обґрунтовано достовірність результатів та наведено рекомендації щодо їх використання.

2.7. Список використаних джерел.

У тексті роботи повинні бути посилання на наукові джерела (номер посилання відповідає порядковому номеру джерела у списку).

Список використаних джерел слід розміщувати одним із таких способів: у порядку появи посилань у тексті (найбільш зручний у користуванні та рекомендований при написанні роботи), в алфавітному порядку прізвищ перших авторів або заголовків, у хронологічному порядку. Список використаних джерел складається відповідно до чинних стандартів з бібліотечної та видавничої справи (**ДСТУ 8302:2015** «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання»).

2.8. Додатки.

У додатках містяться допоміжні або додаткові матеріали, необхідні для повноти сприйняття роботи, кращого розуміння отриманих результатів: проміжні математичні доведення, формули і розрахунки, додаткові таблиці, графіки, рисунки, ілюстрації та ін.

3. Робота повинна відповідати правилам оформлення наукової роботи – Державний стандарт України. ДСТУ 3008-95 ("Документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура і правила оформлення", бюлетень ВАК України, Спецвипуск, 2000).

Обсяг науково-дослідницької роботи складає 35-40 друкованих сторінок. Текст роботи повинен бути написаний грамотно, без орфографічних, пунктуаційних та стилістичних помилок. До роботи додається анотація іноземною мовою. Науково-дослідницька робота оформлюється у одному примірнику, вона повинна мати електронний варіант.

4. До розгляду не приймаються роботи, тема і зміст яких не відповідають профілю спеціальності, що були представлені у попередні роки і не мають суттєвого доопрацювання; роботи, які є плагіатом; компілятивні

роботи без самостійного дослідження, опрацювання джерел та власних висновків з обраної тематики.

5. Технічне оформлення матеріалів.

Комп'ютерний набір: текстовий редактор Word, шрифт 14, Times New Roman, через 1.5 інтервали, з одного боку білого паперу формату А-4.

Поля: ліве, верхнє та нижнє – не менше 20 мм; праве – не менше 10 мм.

Всі сторінки нумеруються. Першою сторінкою вважається титульна, на якій цифра 1 не ставиться.

5. Приклади оформлення Списку використаних джерел

(згідно з описаним вище стандартом ДСТУ 8302:2015)

Список джерел оформлюється мовою першоджерел.

СТАТТЯ в журналі, газеті: один автор

Коротун О. П. Складові та структура індексів конкурентоспроможності в туризмі. *Економічні науки. Економіка та менеджмент*. Луцьк, 2012. Вип. 9 (34). Ч.1. С.175-181.

Два автори

Мальчик М. В., Коротун О. П. Чинники та фактори інвестиційної привабливості туристичних об'єктів. *Економіка та підприємництво*. Київ, 2016. Вип. 34-35. Ч.2. С.179-186.

Три і більше авторів

Мальчик М. В., Попко О. В., Толчанова З. О. Маркетингові дослідження інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств *Economic efficiency of business in the conditions of unstable economy*. 2015. С. 207-212.

КНИГИ:

Один автор

Мальчик М.В. Рефлексивное управление конкурентоспособностью промышленных предприятий : монографія. Донецк-Ровно : ЧП Лапсюк В.А., 2010. 216 с.

Два автори

Гура О. І., Гура Т. Є. Психологія управління соціальною організацією : навч. посіб. 2-ге вид., доп. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. 212 с.

Три автори

Мальчик М. В., Галашко С. І., Пелех А. І. Фінансова статистика : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 184 с.

Чотири і більше авторів

Скорина Т. М., Коротун С. І., Конарівська О. Б., Коротун О. П. Міжнародна конкурентоспроможність готельних підприємств на ринку України : монографія. Рівне : вид. О.Зень, 2019. 170 с.

Маркетинг : навч. посібник / М. В. Мальчик та ін.; за заг. ред. Мальчик М. В. Рівне : НУВГП, 2014. 444 с.

Законодавчі та нормативні документи

Конституція України : офіц. текст. Київ : КМ, 2013. 96 с.

Про вищу освіту : Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII.

Дата оновлення: 28.09.2017. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18> (дата звернення: 15.11.2017).

Монографія

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

Матеріали конференції

Коротун С. І., Конарівська О. Б., Скорина Т. М., Коротун О. П. Цінова політика забезпечення міжнародної конкурентоспроможності готельних підприємств. *Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід* : матеріали XII міжнар. наук. конф. Львів, 2018. С. 149-156.

Дисертація

Мартинюк О. В. Розвиток системи управління охороною навколишнього природного середовища : дис. ... канд. екон. наук. : 08.00.06 Рівне, 2012. 276 с.

Електронні ресурси:

Мальчик М. В., Толчанова З. О. Логістична діяльність промислового підприємства в його маркетинговій політиці. URL: <https://journals.oa.edu.ua/Economy/article/download/783/640>

Маркетинг і реклама : журнал. URL: <https://www.mr.com.ua/>

6. Орієнтовна тематика науково-дослідницьких робіт

1. Вибір та розробка маркетингової інноваційної стратегії підприємства.
2. Аналіз інформаційного забезпечення маркетингової діяльності підприємства.
3. Маркетингові механізми адаптації національного виробника до умов глобального конкурентного середовища.
4. Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства шляхом визначення і посилення конкурентних переваг.
5. Обґрунтування і оцінка ефективності впровадження конкурентної стратегії підприємства
6. Впровадження концепції маркетингу в діяльність підприємства як фактор забезпечення інтересів споживача.
7. Захист прав споживачів як складова концепції соціально-етичного маркетингу
8. Розробка маркетингової стратегії підприємства відповідно до результатів конкурентного аналізу
10. Використання елементів комплексу маркетингу в конкурентній політиці підприємства
11. Оцінка та стратегія забезпечення (підвищення) конкурентоспроможності підприємства
12. Планування і програмування маркетингової діяльності підприємства
13. Розробка (вдосконалення) міжнародної маркетингової політики підприємства
14. Запровадження територіального маркетингу в концепцію розвитку регіону
15. Товарна політика підприємства та шляхи її вдосконалення.
16. Товарний асортимент підприємства та особливості його формування.
17. Поведінка споживачів: її особливості та значення для маркетингової діяльності підприємства.
18. Маркетингова діяльність підприємства: планування та реалізація в сучасних ринкових умовах.
19. Розробка маркетингової стратегії для промислового підприємства.

20. Портфельний аналіз бізнесів підприємства як найважливіша передумова вибору стратегії.
21. Прийняття стратегічних рішень стосовно товару на базі розробленої маркетингової стратегії.
22. Прийняття стратегічних рішень щодо каналів розподілу в рамках маркетингової стратегії підприємства.
23. Маркетингові дослідження в системі управління підприємством.
24. Маркетингові дослідження конкурентоспроможності продукції підприємства та пошук резервів щодо її вдосконалення.
25. Маркетингові дослідження в системі формування та розробки (вдосконалення) маркетингової політики комунікацій. (маркетингової товарної політики, маркетингової цінової політики, маркетингової політики розподілу)
26. Аналіз факторів зовнішнього середовища та обґрунтування вибору маркетингової стратегії фірми.
27. Аналіз конкурентної ситуації на ринку та обґрунтування вибору маркетингової стратегії.
28. Аналіз уподобань споживачів та обґрунтування створення нового товару (бренду).
29. Аналіз маркетингового середовища та обґрунтування вибору стратегії росту підприємства.
30. Дослідження ринку товару та обґрунтування вибору маркетингової ніші.
31. Розробка програми просування (товарної, цінової політики, політики розповсюдження) нового товару (послуги)
32. Розробка плану маркетингу товару (послуги).
33. Удосконалення товарної політики (цінової, каналів розповсюдження, просування товарів) підприємства.
34. Розробка маркетингових заходів з удосконалення обслуговування клієнтів підприємств.
35. Розробка маркетингових заходів з формування позитивного іміджу підприємства.
36. Вивчення споживчих мотивів поведінки при купівлі промислового обладнання.

37. Розробка концепції системи маркетингової інформації підприємства
38. Розробка схеми маркетингових досліджень для вивчення (визначення) попиту.
39. Управління попитом як функція рекламної діяльності.
40. Реклама як індуктор здійснення збутової та експортної діяльності підприємства.
41. Брендинг як ефективна технологія завоювання та утримання покупця.
42. Організація та контроль маркетингової діяльності підприємства.
43. Управління маркетингом на підприємстві.
44. Аналіз ринкових можливостей підприємства та використання його результатів у розробці маркетингової стратегії.
45. Маркетингова інформаційна система підприємства та можливі шляхи її вдосконалення.
46. Особливості маркетингового управління на різних стадіях життєвого циклу товару.
47. Система управління торговою маркою та можливі шляхи її вдосконалення.
48. Цінова політика підприємства та можливі шляхи її вдосконалення.
49. Канали розподілу продукції підприємства та можливі шляхи вдосконалення управління збутом.
50. Система стимулювання збуту продукції та можливі шляхи її вдосконалення.
51. Організація маркетингу на підприємстві та можливі шляхи її вдосконалення.
52. Система маркетингових комунікацій підприємства та можливі шляхи її вдосконалення.
53. Аналіз маркетингової стратегії підприємства та шляхи її вдосконалення.
54. Система маркетингових досліджень на підприємстві та шляхи її вдосконалення.
55. Розробка стратегії виведення на ринок нового товару.

56. Маркетинговий комплекс підприємства і напрямки його вдосконалення.
57. Конкурентоспроможність продукції підприємства і резерви її підвищення.
58. Реклама в системі комунікаційної діяльності підприємства і шляхи її вдосконалення.
59. Маркетингове управління збутовою діяльністю підприємства та шляхи її вдосконалення.
60. Стратегія виходу підприємства на зовнішній ринок.
61. Стратегічне планування маркетингу: складання бізнес-портфеля підприємства.
62. Синтетичні засоби маркетингових комунікацій.
63. Оцінка ефективності використання рекламоносіїв в Україні.
64. Конкурентоспроможність підприємства та основні напрямки її підвищення.
65. Аналіз факторів зовнішнього середовища та їх врахування в маркетинговій діяльності підприємства.
66. Аналіз ринку і розробка системи просування продукції.
67. Аналіз ринку і визначення маркетингових можливостей підприємства.
68. Розробка марочної стратегії підприємства.
69. Розробка програми позиціонування товару на обраних сегментах ринку.
70. Франчайзинг в системі маркетингової діяльності.
71. Логістичні послуги посередницьких організацій.
72. Формування та реалізація маркетингових корпоративних стратегій на підприємстві.
73. Розробка маркетингових стратегій позиціонування на підприємстві.
74. Розробка маркетингових стратегій диференціації на підприємстві.
75. Маркетингове корегування поведінкових стереотипів споживачів.
76. Матеріально-технічне забезпечення в системі маркетингу підприємства.
77. Маркетинговий аудит в системі управління підприємством.
78. Маркетинговий аудит можливостей підприємства.

79. Маркетинговий аудит системи збуту підприємства.
80. Маркетинговий аудит при створенні нового продукту.
81. Рекламна підтримка заходів стимулювання збуту підприємства.
82. Дослідження споживчої поведінки при створенні і просуванні бренду на ринок.
83. Планування та оцінювання ефективності публік рилейшнз заходів у маркетинговій комунікаційній діяльності підприємства.
84. Розробка та проведення публік рилейшнз кампаній для торгової марки підприємства.
85. Ефективність рекламної діяльності підприємства та методи її оцінювання.
86. Удосконалення рекламного менеджменту підприємств комерційно-посередницької сфери.
87. Конкурентна політика у рекламній діяльності підприємств і напрями її поліпшення
88. Створення іміджу підприємства, його оцінювання та шляхи покращення.
89. Формування комплексу маркетингових комунікацій підприємства.
90. Маркетинговий комплекс підприємства роздрібної торгівлі.
91. Маркетингові дослідження конкуренції на ринках промислової продукції.
92. Маркетингова політика розподілу і збуту промислового підприємства.
93. Управління логістикою на підприємстві.
94. Дослідження цільових ринків товарів підприємства та методики їх вибору.
95. Маркетингове оцінювання комерційних перспектив товарних інновацій.
96. Рекламна діяльність підприємства та напрями її удосконалення.
97. Розробка та реалізація маркетингових стратегій підприємства.
98. Формування фірмового стилю підприємства та шляхи його поліпшення.

99. Маркетингова цінова політика та шляхи її вдосконалення,
100. Маркетингові цінові стратегії підприємства.
101. Маркетингові дослідження при формування цінової політики.
102. Оцінювання ефективності маркетингової цінової політики підприємства.

7. 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 вправи, 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.

8. 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. Харків : ХДУХТ, 2020.
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

9. Blanchard K. The New One Minute Manager. New York : HarperCollins, 2015. 112 p.
10. Clarke A. SEO 2021: Learn Search Engine Optimization with Smart Internet Marketing Strategies. 7th ed. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2020. 284 p.

11. Cutroni J. Google Analytics. 3rd ed. Sebastopol : O'Reilly Media, 2018. 428 p.
12. Dean B. Advanced SEO: Tactics and Strategies. New York : Backlinko, 2018. 320 p.
13. 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.
14. Gitomer J. Customer Satisfaction is Worthless, Customer Loyalty is Priceless. Hoboken : Wiley, 2018. 208 p.
15. Goodman J. Customer Experience 3.0: High-Profit Strategies in the Age of Techno Service. New York : AMACOM, 2019. 320 p.
16. Hagi A., Wright J. Multi-Sided Platforms. *International Journal of Industrial Organization*. 2015. Vol. 43. P. 162–174.
17. 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.
18. Malchyk 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).
19. Malchyk 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).

20. Mostova A., Budko O., Malchyk 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 (дата звернення: 15.09.2024).

21. 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).

22. 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).

23. Whinston A. B., Stahl D. O., Choi S. Y. *The Economics of Electronic Commerce*. Indianapolis : Macmillan, 2020. 412 p.

24. 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.nbu.gov.ua/>
5. Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека (м. Рівне, вул. О Борисенка, 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
8. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії наукової бібліотеки НУВГП. URL: <http://ep3.nuwm.edu.ua>