

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЧЕРНІГІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»  
ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ

**Кафедра маркетингу, PR-технологій та логістики**

**МЕТОДОЛОГІЯ І ОРГАНІЗАЦІЯ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ  
У МАРКЕТИНГУ**

**КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ**

для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075  
«Маркетинг»

Обговорено і рекомендовано на  
засіданні кафедри маркетингу,  
PR-технологій та логістики  
Протокол №10 від 01.09.2023 р.

Чернігів 2023

Методологія і організація наукових досліджень у маркетингу. Конспект лекцій для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» / Укладачі В.П.Ільчук, С.О.Полковниченко. Чернігів: НУ «Чернігівська політехніка», 2023. 149 с.

Укладачі: Ільчук Валерій Петрович, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики  
Полковниченко Світлана Олександрівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики

Відповідальний за випуск: Вербицька Анна Вікторівна, завідувач кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики Національного університету «Чернігівська політехніка», кандидат наук з державного управління, доцент

Рецензент: Мекшун Людмила Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри управління персоналом та бізнес-технологій Національного університету «Чернігівська політехніка»

**ЗМІСТ**

Вступ.....	4
Тема 1. Сутність та організація наукових досліджень у маркетингу .....	6
Тема 2. Методологія та методи наукових досліджень у маркетингу.....	26
Тема 3. Інформаційне забезпечення наукових досліджень з маркетингу .....	44
Тема 4. Науковий текст і вимоги до нього .....	68
Тема 5. Підготовка кваліфікаційної роботи магістранта .....	84
Тема 6. Оприлюднення результатів наукового дослідження .....	106
Тема 7. Апробація, візуалізація, презентація та впровадження результатів наукового дослідження .....	126
Тема 8. Плагіат у наукових роботах та академічна доброчесність .....	137
Список посилань та рекомендованої літератури .....	148

## Вступ

Вирішення завдання інтеграції науки, освіти та виробництва у системі вищої освіти робить невід'ємною складовою освітнього процесу у закладах вищої освіти наукову діяльність, успішність якої не можлива без знання методології та організації наукових досліджень.

«Методологія і організація наукових досліджень у маркетингу» є обов'язковою дисципліною освітньої програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти, яка забезпечує базу для підготовки кваліфікаційної роботи магістра.

Курс «Методологія і організація наукових досліджень у маркетингу» формує у здобувачів вищої освіти вміння та навички проведення наукових досліджень у маркетингу, упровадження їх результатів у практику діяльності організацій.

*Мета курсу* – ознайомлення ЗВО з основами методології та організації наукових досліджень, методами їх проведення з урахуванням особливостей спеціальності, формування умінь та практичних навичок дослідницької діяльності в маркетингу.

*Основні завдання курсу:*

- формування у ЗВО системи знань з основ методології та організації наукових досліджень у маркетингу;
- оволодіння основними методами наукового дослідження та їх застосування на практиці;
- формування умінь і навичок проведення досліджень у маркетингу: опрацювання літературних джерел; збору, обробки та аналізу інформації; формулювання наукової проблеми, цілей і завдань дослідження; узагальнення наукової інформації тощо;
- формування умінь відображати результати наукових досліджень у наукових статтях та тезах;
- формування навичок підготовки та оформлення кваліфікаційної роботи, презентації та впровадження результатів наукового дослідження.

У ході вивчення курсу здобувачі вищої освіти дізнаються про:

- поняття науки і наукової діяльності;
- сутність та класифікацію наукових досліджень;
- принципи організації наукової діяльності;
- систему методів наукового дослідження;
- принципи збору інформаційного матеріалу;
- види, етапи організації та проведення наукових досліджень у маркетингу;
- структурні елементи статті;
- вимоги до написання та оформлення кваліфікаційної роботи з маркетингу;
- методи виявлення та запобігання плагіату.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти буде *вміти:*

- планувати та організовувати наукові дослідження;
- володіти методологією наукових досліджень;
- проводити самостійні дослідження та аналізувати їх результати у сфері маркетингу;
- формулювати проблему, мету та завдання наукового дослідження;
- обґрунтовувати актуальність обраної теми;
- визначати об'єкт та предмет дослідження;
- правильно вибирати та використовувати методи проведення дослідження;
- проводити аналіз емпіричних та теоретичних даних;
- вести пошук, обробку та аналіз інформації з різних джерел;
- формулювати висновки та пропозиції;
- оформляти результати наукових досліджень;
- готувати наукову доповідь;
- презентувати та обговорювати результати досліджень у сфері маркетингу.

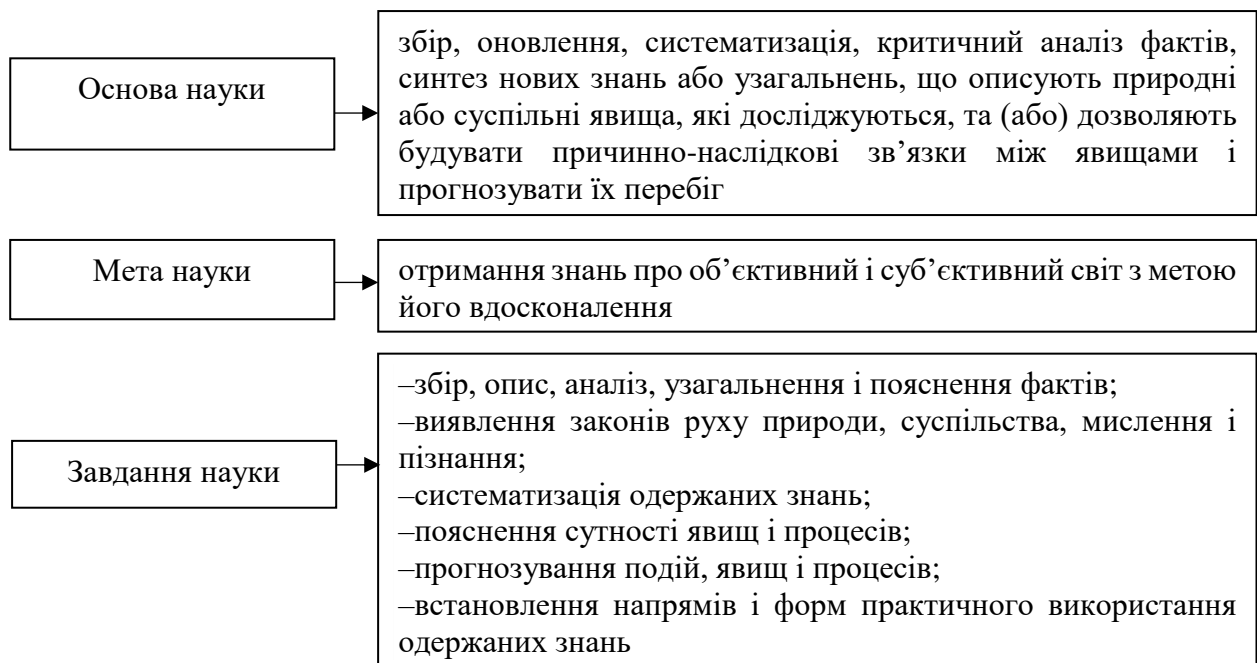
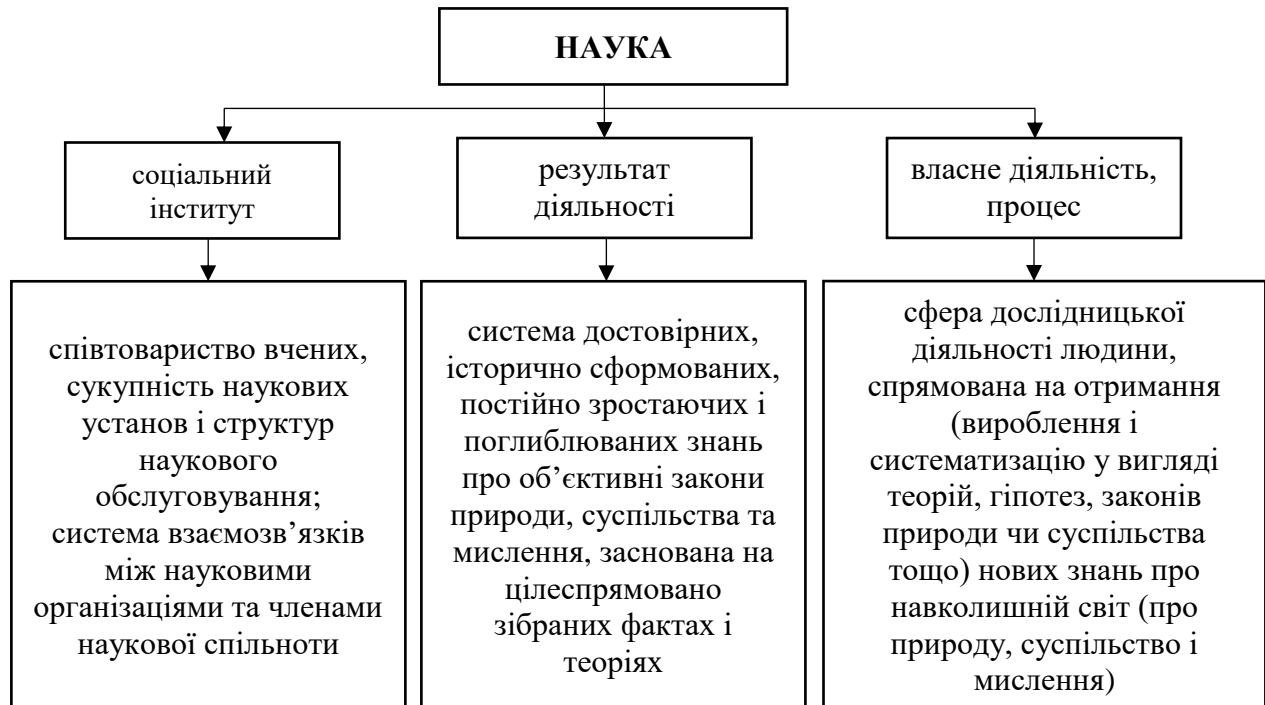
## Тема 1. Сутність та організація наукових досліджень у маркетингу

1. Наука як особлива форма людської діяльності.
2. Сутність та класифікація наукових досліджень.
3. Основні етапи наукового дослідження.
4. Основні напрямки наукових маркетингових досліджень в умовах глобальних зовнішніх викликів.

### 1. Наука як особлива форма людської діяльності

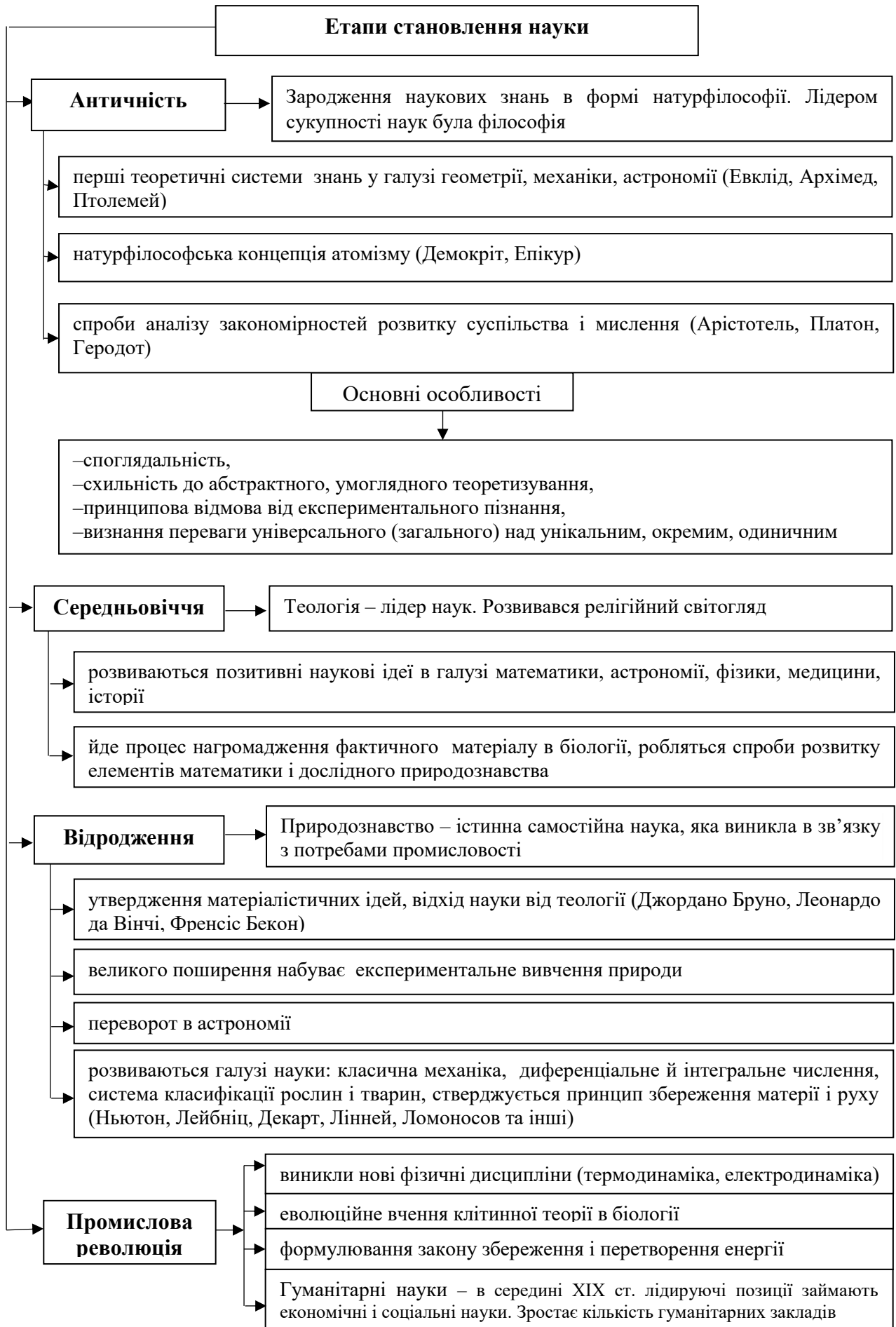
*До вершин величчя веде важка дорога*

Сенека





Наука у сучасному розумінні виникла у XVII ст.  
Ідеологами сучасної науки були Леонардо да Вінчі, Г.Галілей, Р.Декарт, Ф.Бекон.





### Особливості розвитку науки на сучасному етапі

Комп'ютеризація науки – революція в області отримання, зберігання, обробки і передачі знання, в першу чергу різного роду наукової інформації.

Глибокі інтеграційні процеси, які охоплюють всю систему сучасного знання.

Інтенсивний розвиток молекулярної біології і генетики, поява технологій клонування, конструювання нових генів.

Прогрес в області хімії, поява нового напрямку – еволюційна хімія. Самовільний перехід нижчих хімічних сполук до вищих, а далі до життя.

Посилення математизації природознавства і підвищення рівня його абстрактності.

Поширення методів синергетики, яку називають теорією самоорганізації і розвитку складних систем будь-якого рівня організації.

### Циклічний розвиток науки

Концепція американського філософа та історика науки Томаса Куна

будь-яка конкретна наука розвивається циклічно шляхом постійної зміни якісно різних періодів

період «нормальної науки»

криза

революційний період

це рівноважний стан науки, коли безроздільно панує деяка «парадигма»

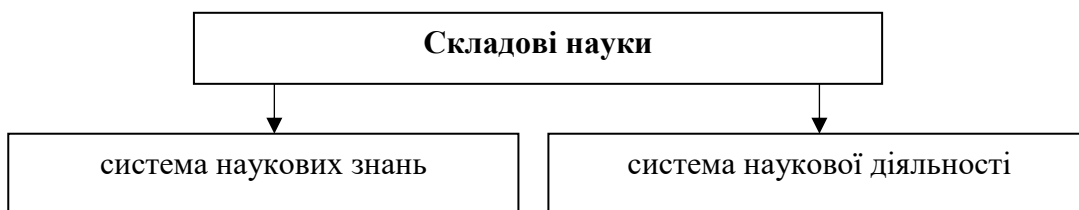
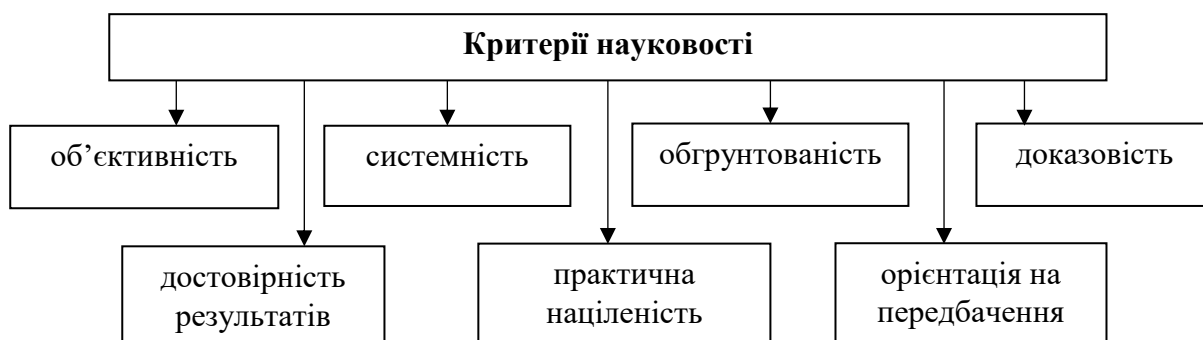
Парадигма (грец. приклад, зразок) – це визнана наукова теорія, яка протягом певного часу задає модель наукової діяльності.

### Ознаки науки

наявність систематизованого знання (наукових ідей, теорій, концепцій, законів, закономірностей, принципів, гіпотез, основних понять, фактів)

наявність наукової проблеми, об'єкта і предмета дослідження

практична значущість як явища (процесу), що вивчається, так і знань про нього



**Наукова теорія**

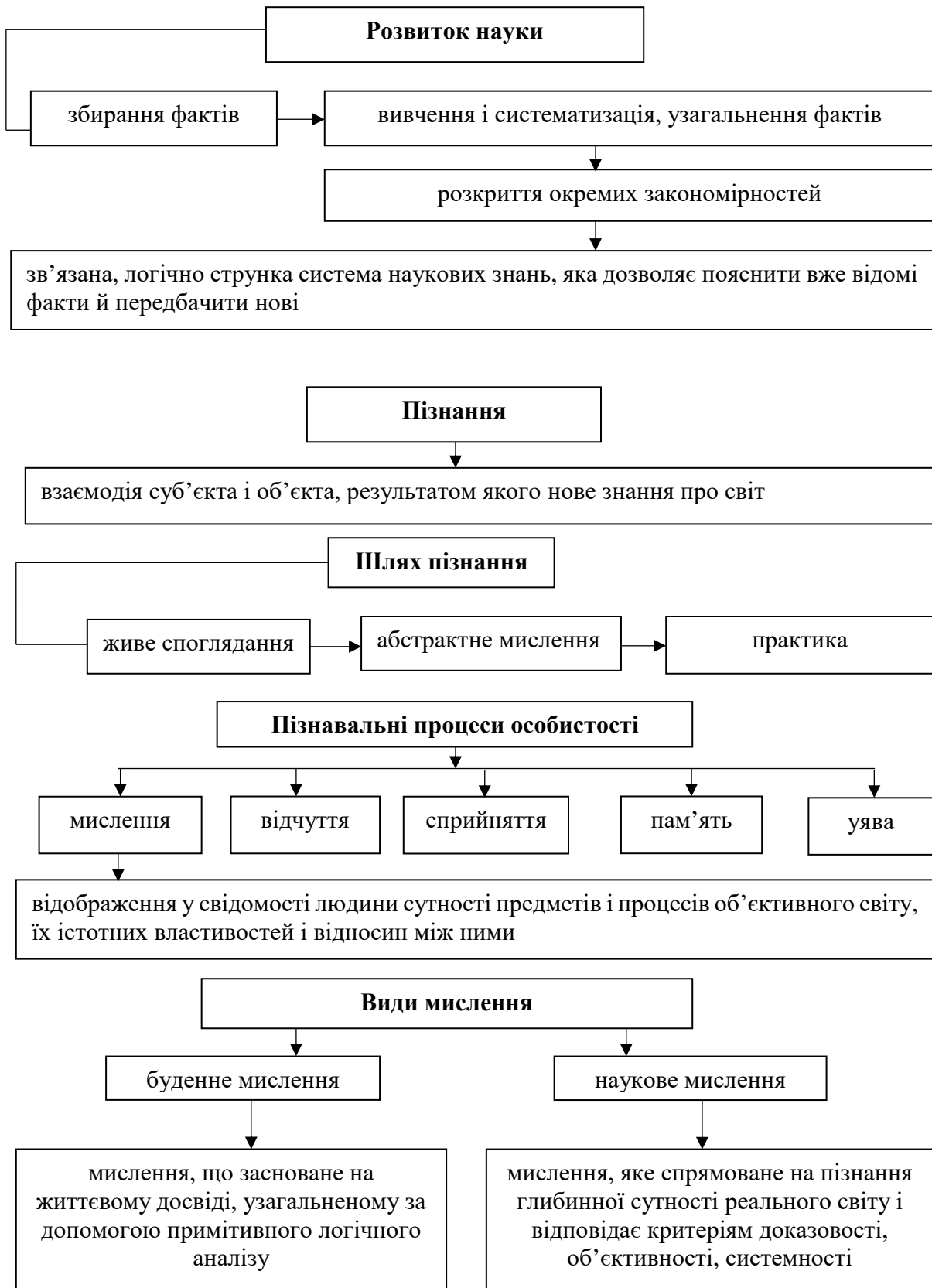
–найвищий ступінь узагальнення і систематизації знань;  
 –система основних ідей, положень, законів у тій чи іншій галузі знань, яка пояснює ті чи інші сторони дійсності

**Наукова концепція**

–система поглядів, теоретичних положень, основних думок щодо об'єкта дослідження, які об'єднані певною головною ідеєю;  
 –концепція позбавлена тієї цілісності, детальності і широти, які властиві теорії



<b>Поняття</b>	це думка, відбита в узагальненій формі (відбиває суттєві й необхідні ознаки предметів та явищ, а також взаємозв'язки)
<b>Терміни</b>	поняття, які мають відтінок спеціального наукового значення (слово чи словосполучення, яке несе конкретний науковий зміст: дисконтування, процентна ставка, фіскальна політика тощо)
<b>Категорії</b>	поняття, які набувають широкого змісту і вживаються у різних значеннях з декількома відтінками (ринок, попит, гроші, фінанси, підприємство, торгівля)
<b>Гіпотеза</b>	–наукове припущення, висунуте для пояснення будь-яких явищ (процесів) або причин, які зумовлюють даний наслідок; –це основа для формування теорії
<b>Науковий факт</b>	–це те, що відбулося насправді і зафіксовано точним виміром його якісних і кількісних параметрів в знаковій формі конкретної мови науки; –основа для формування наукової гіпотези; –реальна основа всіх висновків і узагальнень учених
<b>Закон</b>	філософська категорія, яка відображає необхідні, суттєві, стійкі і повторювані зв'язки між об'єктивними явищами у природі, суспільстві і мисленні (носять об'єктивний характер, існують незалежно від волі і свідомості людей)
<b>Закономірність</b>	певна впорядкованість подій, відносна постійність, сталість головних детермінуючих факторів, регулярність зв'язку між речами
<b>Принципи</b>	певні ключові, вихідні положення, перший ступінь систематизації знань; об'єктивно в природі не існують, а визначаються науковцями
<b>Постулати</b>	– різновид принципів; – твердження, які приймаються в межах певної наукової теорії за істину, хоч і не можуть бути доведені засобами цієї теорії і тому виконують у ній роль аксіом
<b>Аксіома</b>	положення, яке приймається без логічних доказів через свою безпосередню переконливість, наочність, безсумнівність
<b>Правило</b>	умова, якої необхідно дотримуватись, виконуючи якусь дію
<b>Судження</b>	думка, в якій за допомогою зв'язку понять стверджується або заперечується що-небудь



*Вся наука є нічим іншим, як удосконаленням повсякденного мислення (Ейнштейн)*

## Наукова діяльність

інтелектуальна творча діяльність, яка спрямована на одержання, освоєння, переробку й систематизацію нових знань через соціальні інститути

## Основні ознаки результатів наукової діяльності

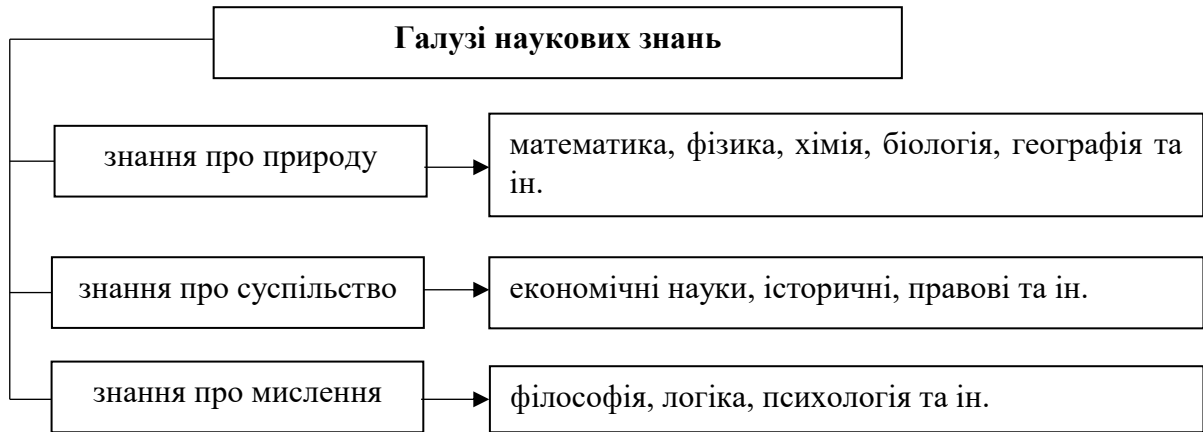
- а) новизна й оригінальність;
- б) унікальність й неповторюваність;
- в) імовірнісний характер і ризик;
- г) доказовість, тобто переконливість результатів наукової роботи і їх відтворюваність

## Класифікація наукової діяльності



## Форми наукової діяльності





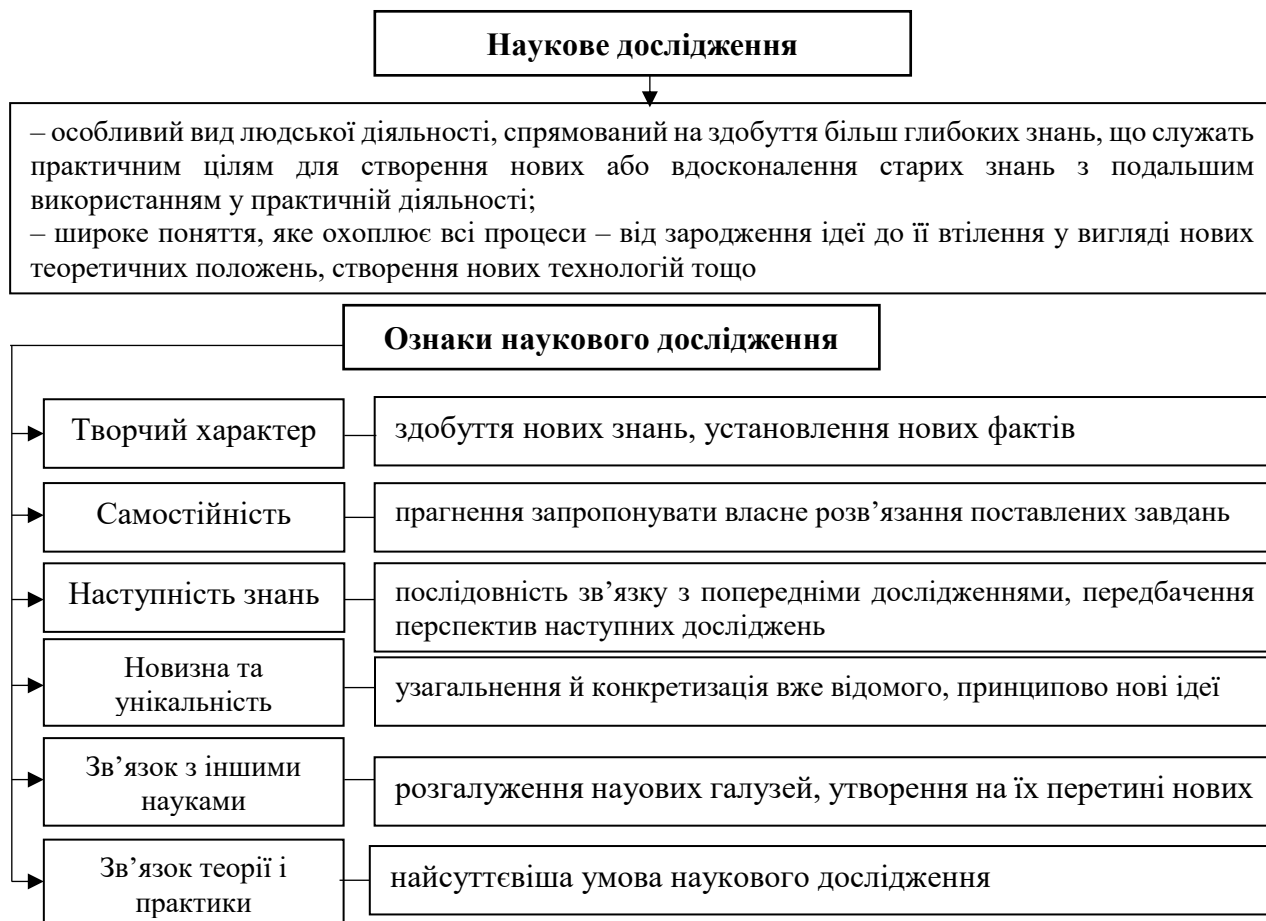
**Національна класифікація наук**

№ п/п	Науки	№ п/п	Науки	№ п/п	Науки
1	Фізико-математичні	10	Філологічні	19	Психологічні
2	Хімічні	11	Географічні	20	Воєнні
3	Біологічні	12	Юридичні	21	Нац. безпека
4	Геологічні	13	Педагогічні	22	Соціологічні
5	Технічні	14	Медичні	23	Політичні
6	Сільськогосподарські	15	Фармацевтичні	24	Фізичне виховання й спорт
7	Історичні	16	Ветеринарні	25	Державне правління
8	Економічні	17	Мистецтвознавство		
9	Філософські	18	Архітектура		





## 2. Сутність та класифікація наукових досліджень

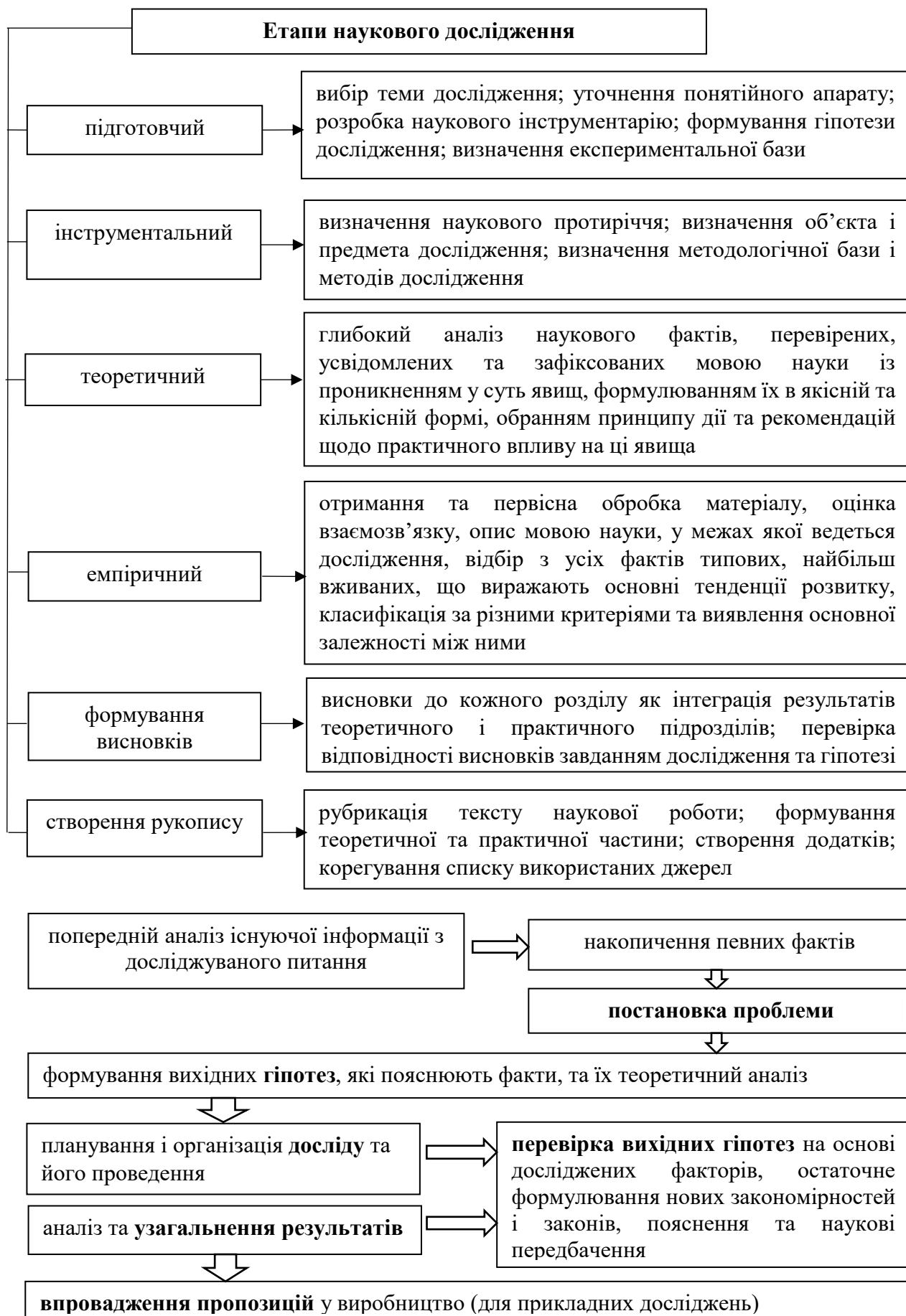




<b>Класифікація наукових досліджень</b>		
<i>Предмет дослідження</i>	Сфера знаходження предмета	Природничі, технічні, економічні, соціальні, політичні, педагогічні тощо
	Рівень різнобічності представленості об'єкта	Комплексні, некомплексні
	Рівень відображення динаміки об'єкта	Точкові, повторні, панельні
<i>Метод дослідження</i>	Глибина й складність аналізу	Розвідувальні, пілотні або зональні, описові, аналітичні
	Домінування вживаного методу	Спостереження, аналіз документів, дослід, експеримент, аналітика тощо
	Тип дослідницької діяльності	Емпіричні, емпірико-теоретичні, теоретичні
<i>Тип суб'єкта дослідження</i>	Структура суб'єкта	Колективні, авторські (персональні)
	Кількість цілей, котрі висуває суб'єкт	Багатоцільові, одноцільові
<i>Тип суб'єкта дослідження</i>	Структура суб'єкта	Колективні, авторські (персональні)
	Кількість цілей, котрі висуває суб'єкт	Багатоцільові, одноцільові
<i>Умови й передумови дослідження</i>	Тип умов знаходження об'єкта	Польові, лабораторні
	Забезпечення апріорною інформацією	Інформаційно-забезпечені, інформаційно-незабезпечені
<i>Одержуване знання</i>	Новизна одержуваного знання	Новаторські, компіляторні
	Тип одержуваного знання	Емпіричні, емпірико-теоретичні, теоретичні
	Роль у науці	Фіксуючі факти, перевірення гіпотези, узагальнювальні, аналітичні, синтезуючі, прогнозні, ретроспективні тощо
	Сфера застосування знання	Прикладні, теоретико-прикладні, теоретичні



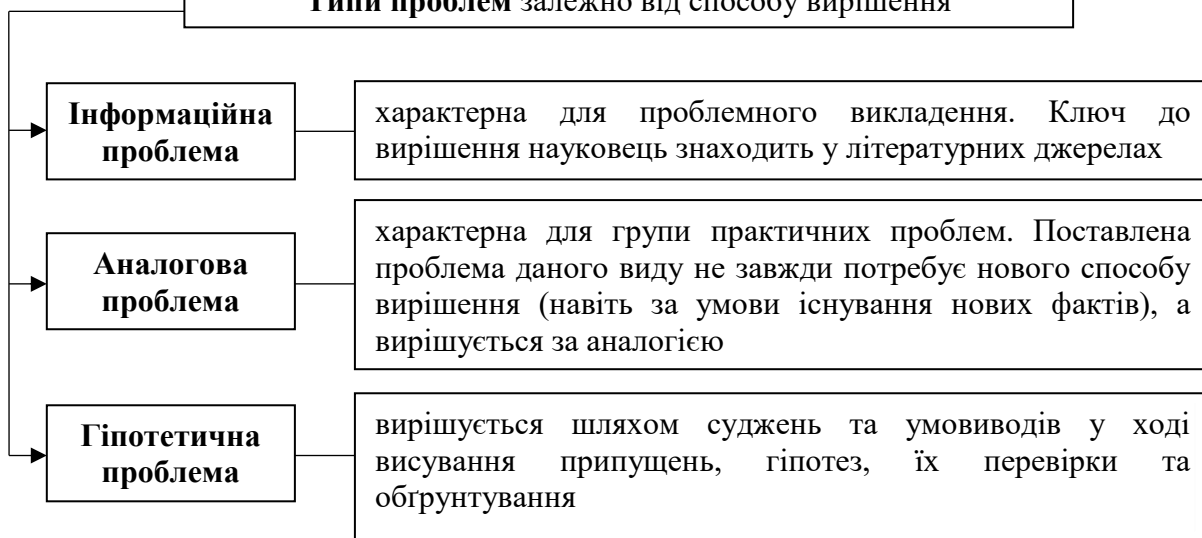
### 3. Основні етапи наукового дослідження



## Наукова проблема

–питання, що потребує наукового вирішення;  
 –сукупність нових діалектично складних теоретичних або практичних питань, які суперечать існуючим знанням або прикладним методикам у конкретній науці і потребують вирішення за допомогою наукових досліджень

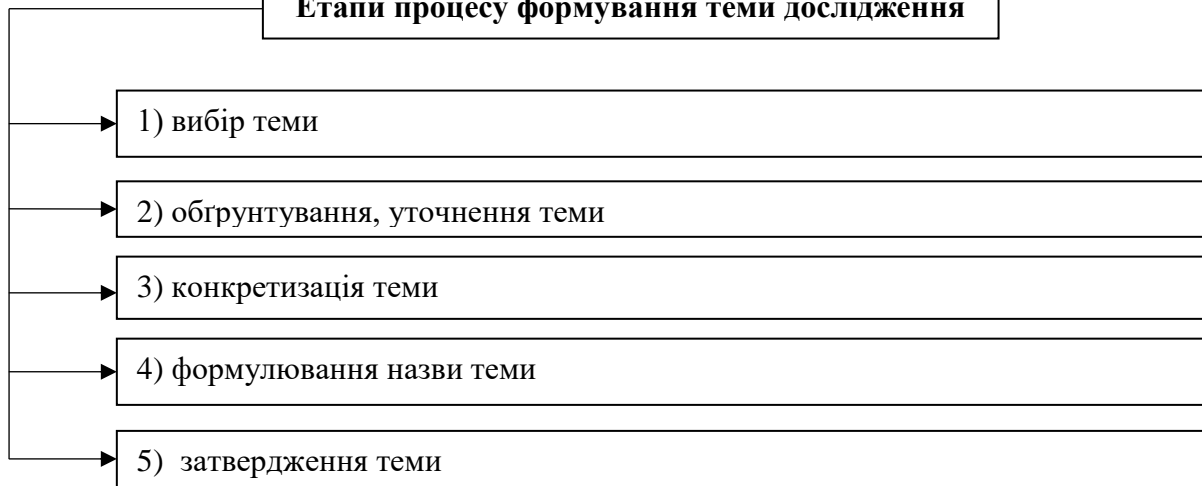
### Типи проблем залежно від способу вирішення



## Тема

–частина наукової проблеми, яка охоплює одне або декілька питань дослідження;  
 –наукове завдання, що охоплює певну галузь наукового дослідження;  
 –це не просто назва наукової роботи, а намічений результат дослідження, який спрямований на вирішення конкретного питання.  
 Формулювання теми уточнює проблему, окреслює межі дослідження, конкретизує основний задум

### Етапи процесу формування теми дослідження



### Прийоми вибору теми наукового дослідження

- дослідити стан наукових розробок;
- ознайомитись з новими результатами досліджень у суміжних областях науки;
- оцінити стан розроблення методів дослідження;
- здійснити перегляд відомих наукових рішень за допомогою нових методів, з нових теоретичних позицій, під новим кутом зору, на більш високому рівні з урахуванням нових, істотних наукових фактів

### Критерії обґрунтування (уточнення) і конкретизації теми

- актуальність теми;
- ефективність розроблення, її новизна і перспективність;
- наявність теоретичної бази;
- відповідність теми спрямованості наукової роботи відповідного закладу (установи);
- здійсненність розроблення в умовах конкретного дослідження

### Назва теми

- змістовний заголовок;
- правило формулювання: в назві теми наукової роботи повинно бути відображено спрямованість (проблему) дослідження (мету або укрупнене завдання), галузь використання, об'єкт дослідження, предмет дослідження

### Об'єкт дослідження

- конкретна область пізнання, частина навколишнього світу (об'єктивної реальності), яку вивчає відповідна наука;
- це явище (предмет або процес), яке породжує проблемну ситуацію і внаслідок цього обране для вивчення

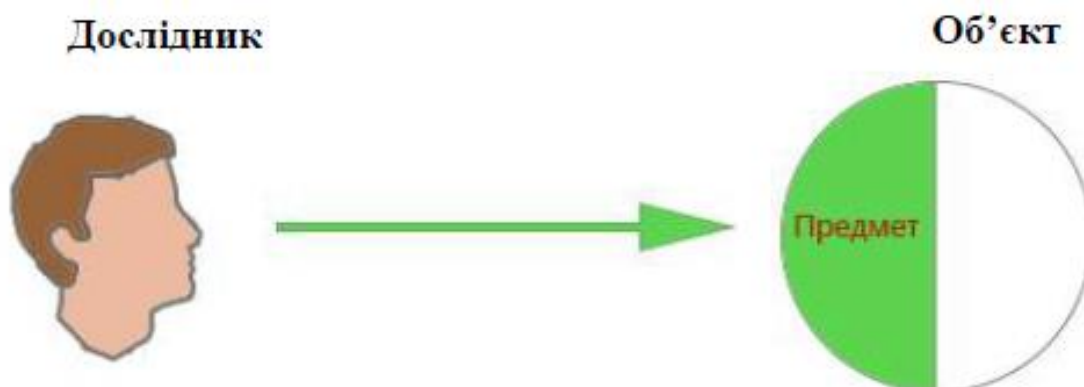
- дає відповідь на запитання: що розглядається?
- загальне, ціле – розглядається весь, цілісно;
- об'єктивний, не залежить від чиєїсь свідомості, волі чи бажання;
- не належить науці, а тим паче даному дослідженню, а перебуває поза цієї форми суспільної свідомості

### Предмет дослідження

- сукупність уявлень (теоретичних знань –вчень, теорій, гіпотез, концепцій, парадигм), що склалися в науці відносно об'єкта дослідження;
- це та сторона об'єкта дослідження, яка розглядається в даній дослідницькій роботі

- означає спосіб, аспект вивчення об'єкта, який дає уявлення про те, як розглядається об'єкт саме в даному дослідженні, цим дослідником;
- окреме, частина цілого (все те, що знаходиться в межах об'єкта дослідження у визначеному аспекті розгляду);
- суб'єктивний;
- стосується даного дослідження

## Співвідношення об'єкта і предмета дослідження науки



Об'єктом науки є частина об'єктивної реальності, яка вивчається наукою

### Мета дослідження

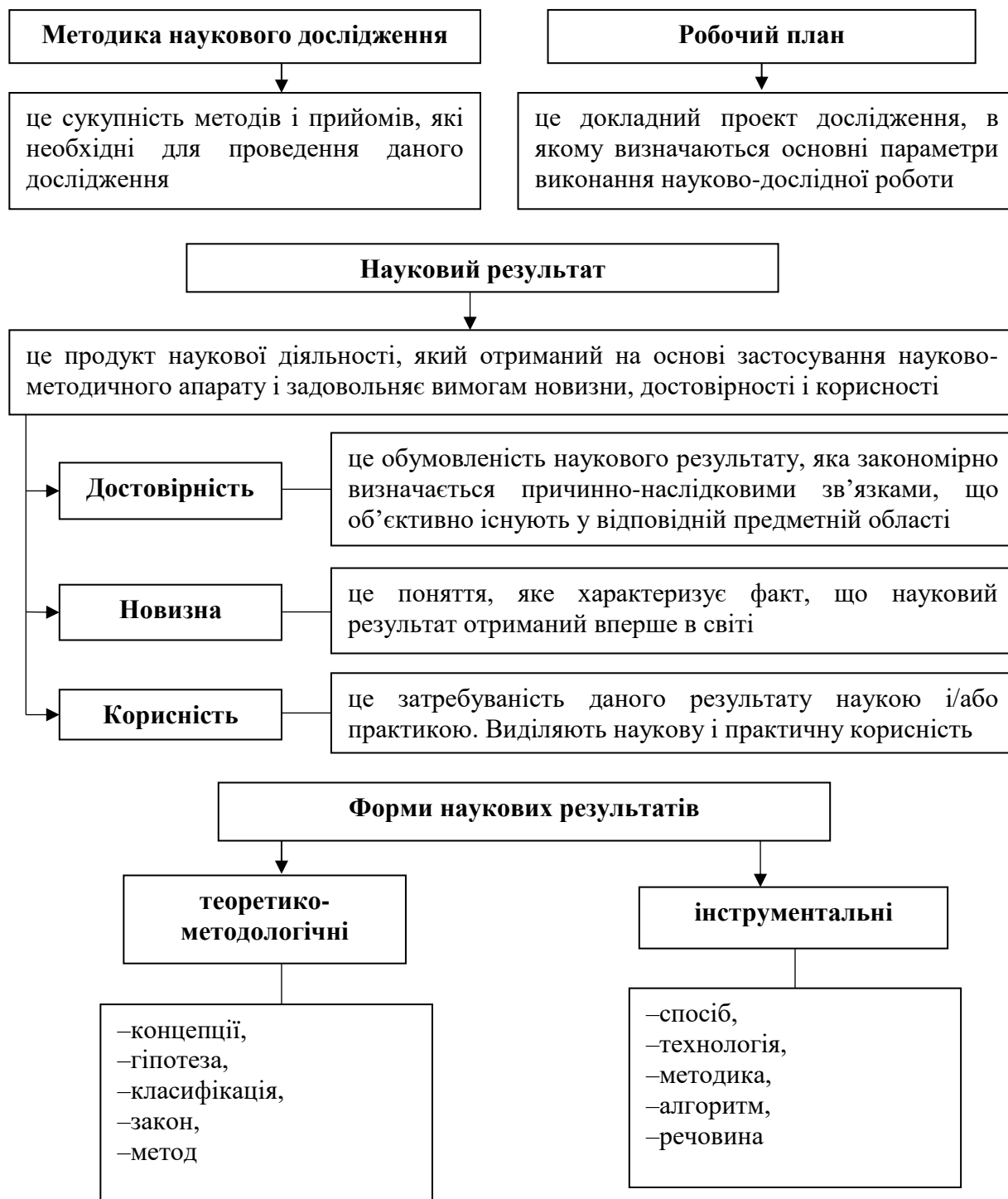
- це очікуваний кінцевий результат, який зумовлює загальну спрямованість і логіку дослідження (теоретичного або прикладного);
- визначається відповіддю на запитання: «Для чого проводиться дослідження?»;
- полягає у вирішенні наукової проблеми шляхом удосконалення вибраної сфери діяльності конкретного об'єкта;
- формулюється лаконічно, повинна точно виражати те основне, що намагається зробити дослідник;
- конкретизується та розвивається у завданнях дослідження

### Завдання наукового дослідження

- вирішення теоретичних питань, які пов'язані з проблемою дослідження (введення до наукового обігу нових понять, розкриття їх сутності і змісту; розроблення нових критеріїв і показників; розроблення принципів, умов і факторів застосування окремих методик і методів);
- виявлення, уточнення, поглиблення, методологічне обґрунтування сутності, природи, структури об'єкта, що вивчається;
- виявлення тенденцій і закономірностей процесів;
- аналіз реального стану предмета дослідження, динаміки, внутрішніх протиріч розвитку;
- виявлення шляхів та засобів удосконалення явища, процесу, що досліджується (практичні аспекти роботи);
- обґрунтування системи заходів, необхідних для вирішення прикладних завдань; експериментальна перевірка розроблених пропозицій щодо розв'язання проблеми, підготовка методичних рекомендацій для їх використання на практиці

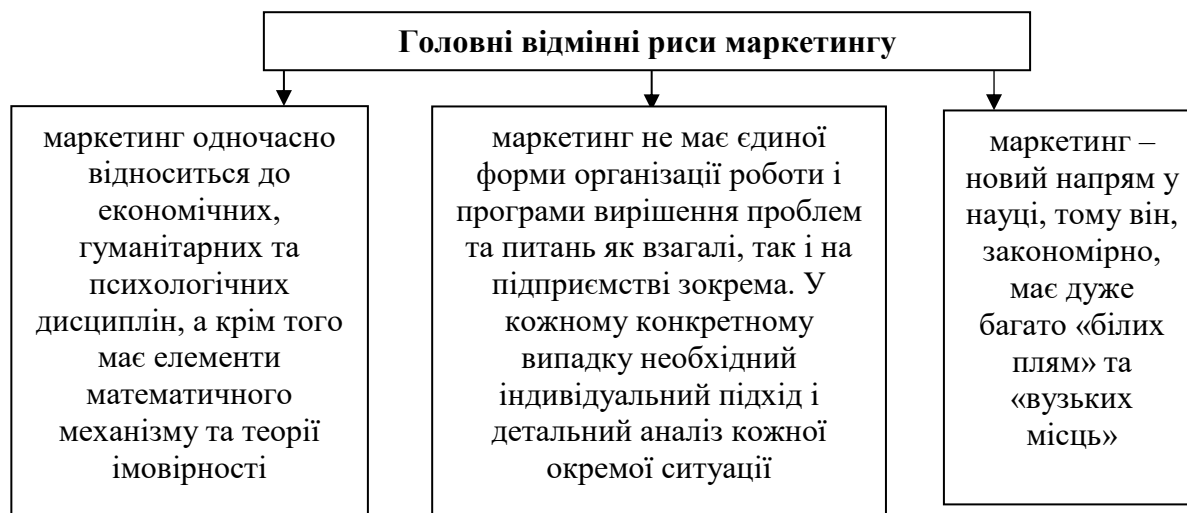
### Формулювання завдань

здійснюється у вигляді певного набору підпитань: «виявити...», «розробити...», «обґрунтувати...» тощо



#### 4. Основні напрямки наукових маркетингових досліджень в умовах глобальних зовнішніх викликів

Маркетинг відрізняється як від усіх існуючих наукових напрямків, так і в межах економічних дисциплін і, відповідно, має власну специфіку, яку слід враховувати при проведенні наукового дослідження.



### Напрями маркетингових досліджень

Напрями досліджень	Мета досліджень
Ринок	Виявлення стану та тенденцій розвитку ринку, динаміки основних показників. Визначення потенціалу, кон'юнктури та ємності ринку. Виявлення можливостей виходу на ринок або збільшення частки ринку. Прогнозування ринку. Аналіз географії ринку тощо
Споживачі	Аналіз задоволення попиту та факторів, що його зумовлюють. Визначення відношення споживачів до підприємства, товару, марки товару. Прогнозування мотивів, намірів, майбутніх потреб, уподобань, бажань. Дослідження процесу купівлі товарів та факторів, що впливають на купівельні рішення.
Маркетингове середовище	Дослідження та аналіз факторів внутрішнього та зовнішнього середовища: мікро-та макросередовища.
Маркетингова діяльність	Визначення ефективності маркетингової діяльності, програм та маркетингових стратегій підприємства.
Конкуренти	Виявлення основних конкурентів та їх позицій, сильних та слабких сторін діяльності, прогнозування подальших дій. Визначення ступеня монополізації ринку, основних лідерів та їх діяльності. Дослідження факторів конкурентоспроможності.
Товар	Дослідження товару, його споживчих властивостей, якості. Визначення факторів успіху товарів, напрямів їх удосконалення. Діагностика товару на різних етапах життєвого циклу. Виявлення ширини та глибини асортименту.
Ціна	Дослідження цінової політики підприємства та її ефективності, цінової ситуації на ринку. Аналіз динаміки цін та визначення тенденції їх зміни. Визначення цінової еластичності попиту. Дослідження факторів цінової чутливості споживачів.
Реклама	Аналіз ефективності рекламних компаній, окремих засобів реклами. Виявлення впливу реклами на споживачів та їх купівельні рішення.
Збут	Дослідження каналів збуту, системи товароруху, ефективності системи ФОПСТИЗ

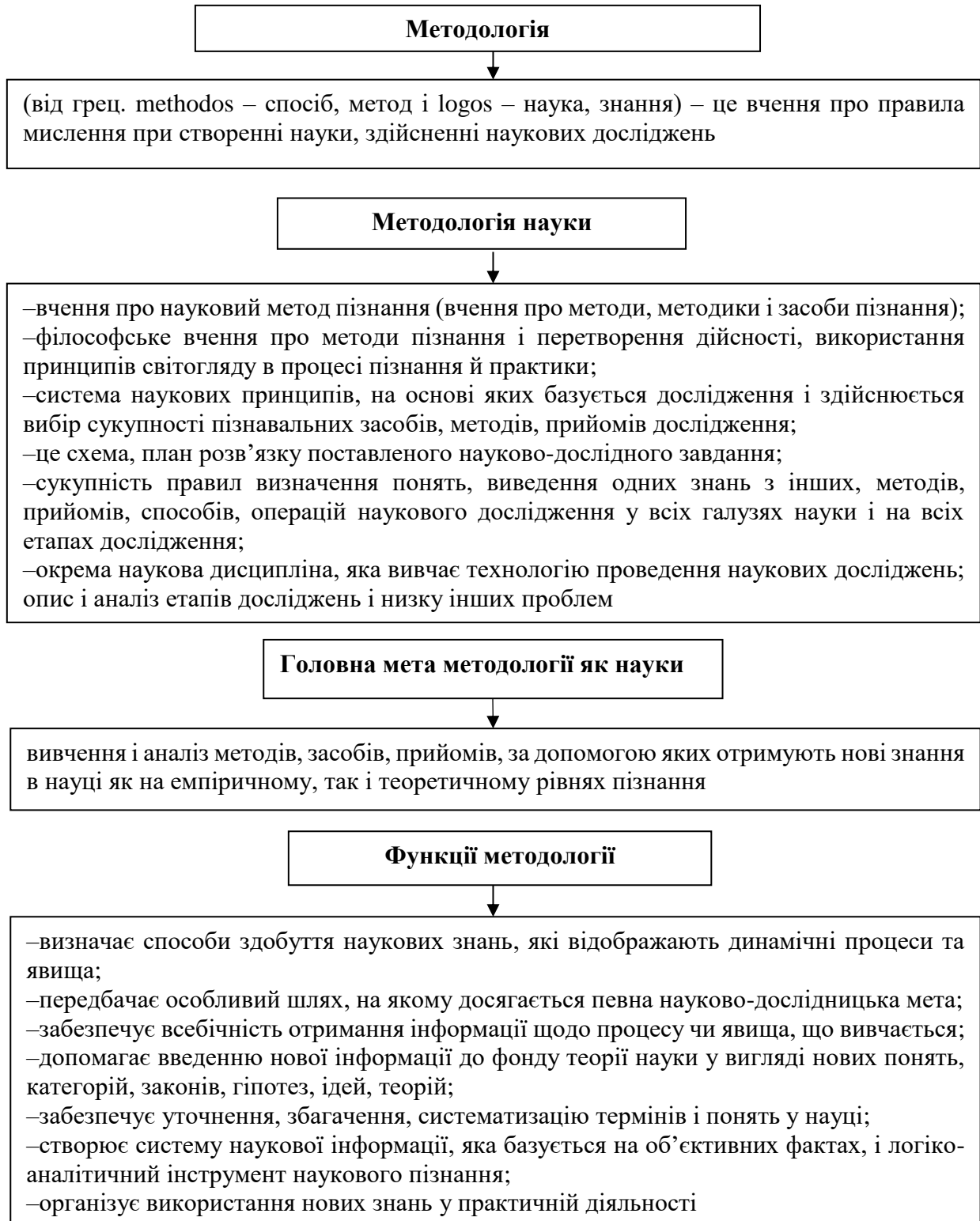


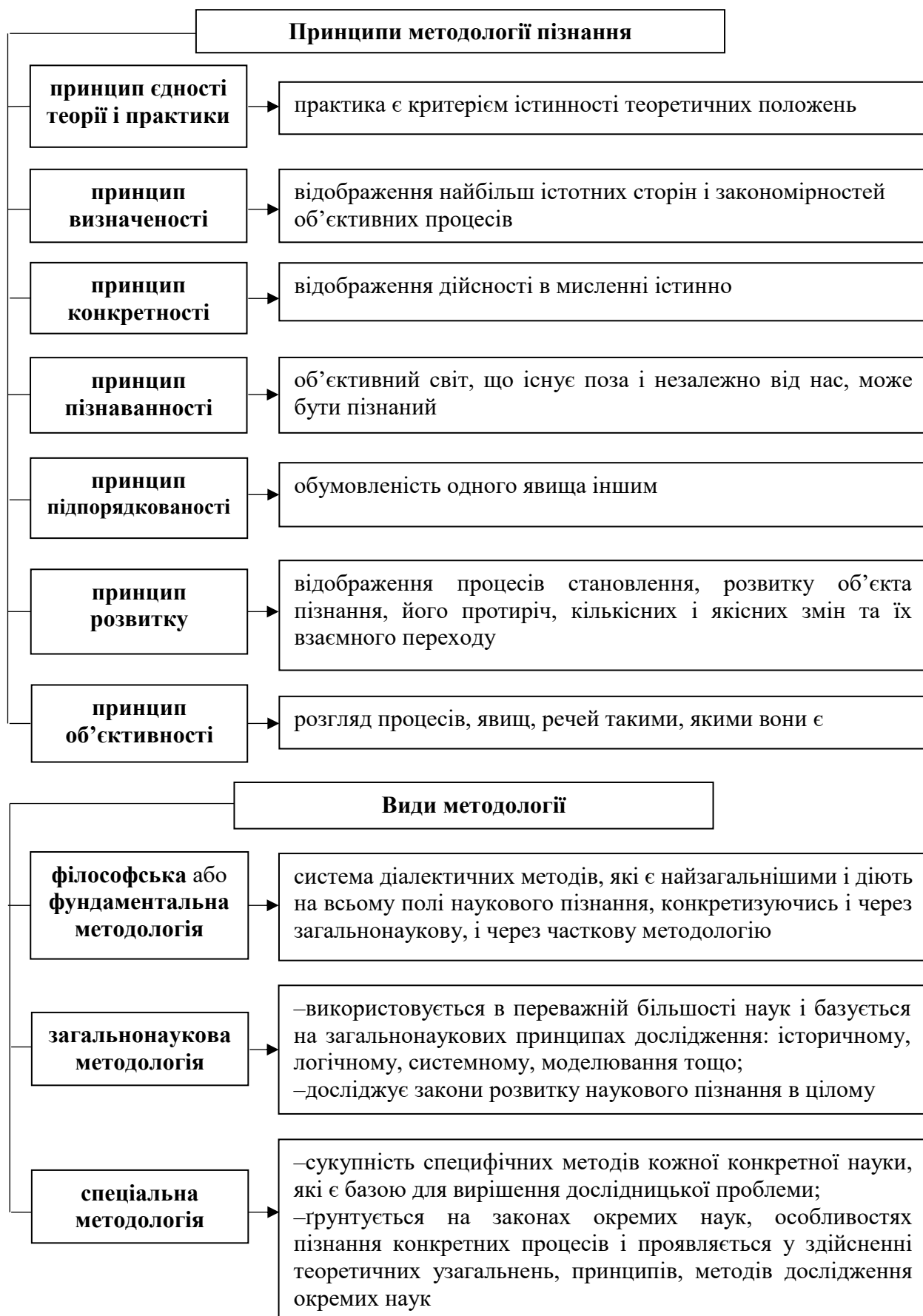


## Тема 2. Методологія та методи наукових досліджень у маркетингу

1. Поняття та принципи методології наукового дослідження.
2. Поняття методу наукового дослідження.
3. Загальні методи наукових досліджень.
4. Спеціальні методи наукових досліджень.

### 1. Поняття та принципи методології наукового дослідження







## 2. Поняття методу наукового дослідження

### Метод наукового дослідження

–спосіб пізнання; «шлях до чогось», шлях дослідження, шлях пізнання, свідомий спосіб досягнення певного результату, здійснення певної діяльності, вирішення певних задач;  
–це сукупність розумових і практичних операцій, спрямованих на вирішення конкретного типу завдань

### Класифікація методів



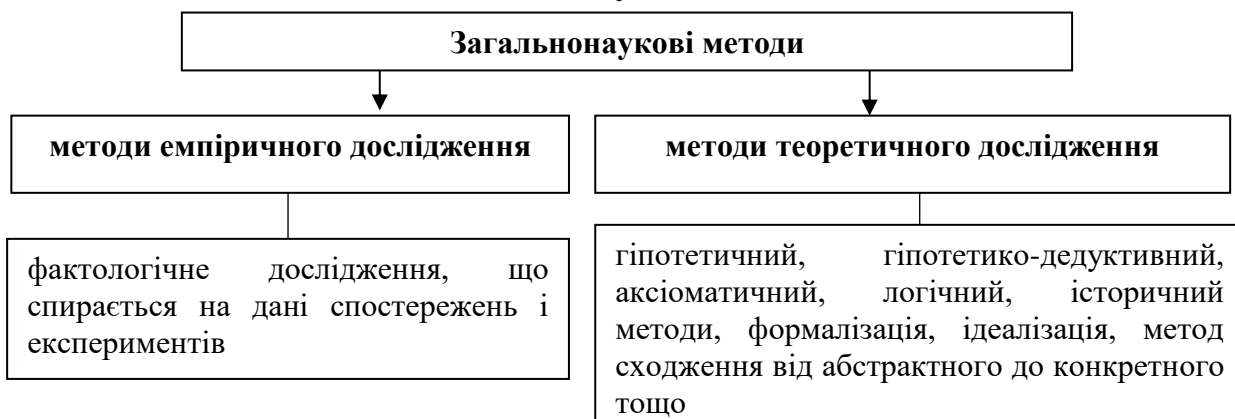
Ту чи іншу дію можна реалізувати різними операціями.  
Разом з тим одна і та ж операція може входити в різні дії.

### Методика дослідження

це конкретизація методу, доведення його до інструкції, алгоритму, чіткого опису способу здійснення (наприклад, методика розрахунку показника, методика оцінки вартості)

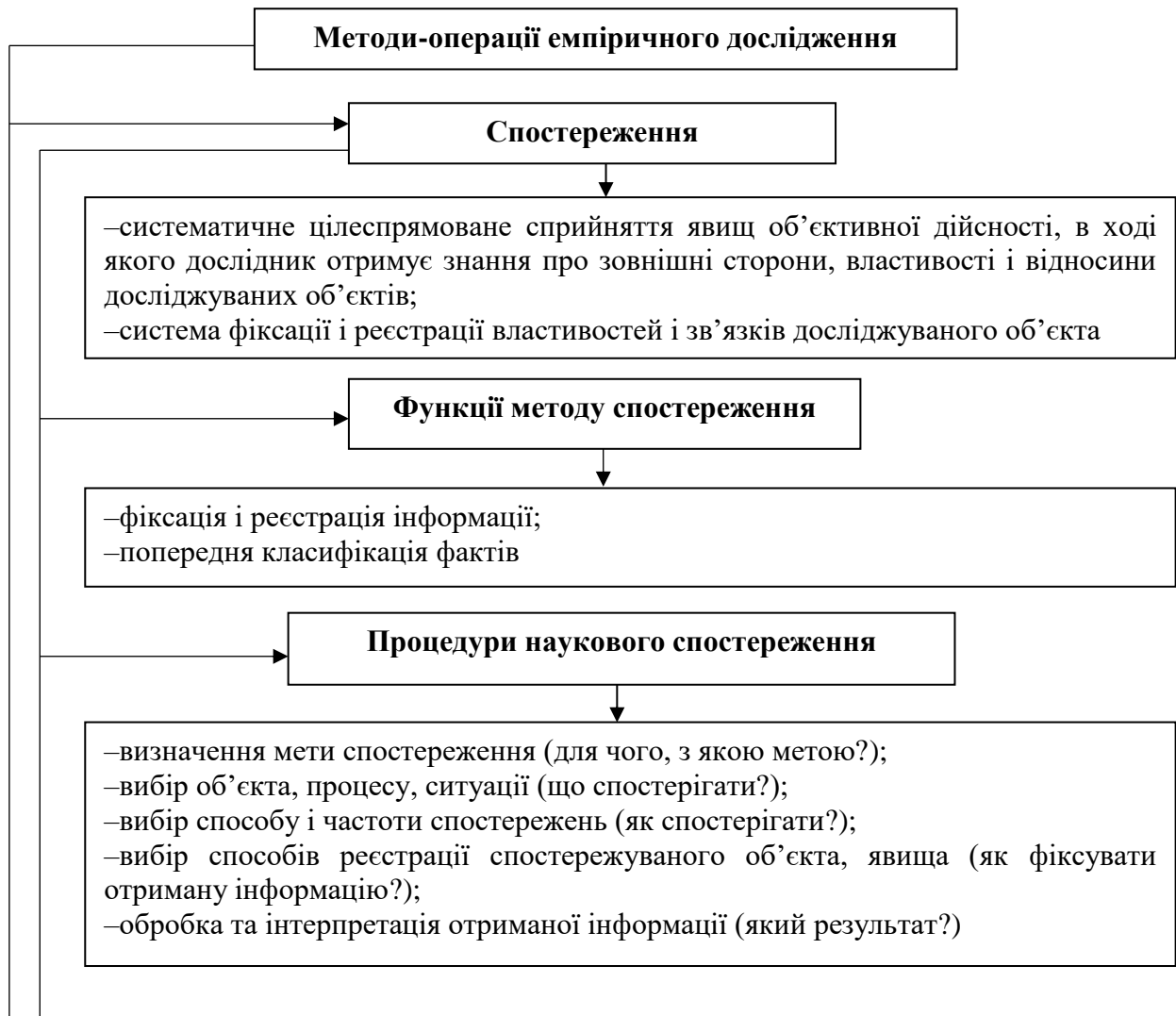
## 3. Загальнонаукові методи досліджень

### Загальнонаукові методи

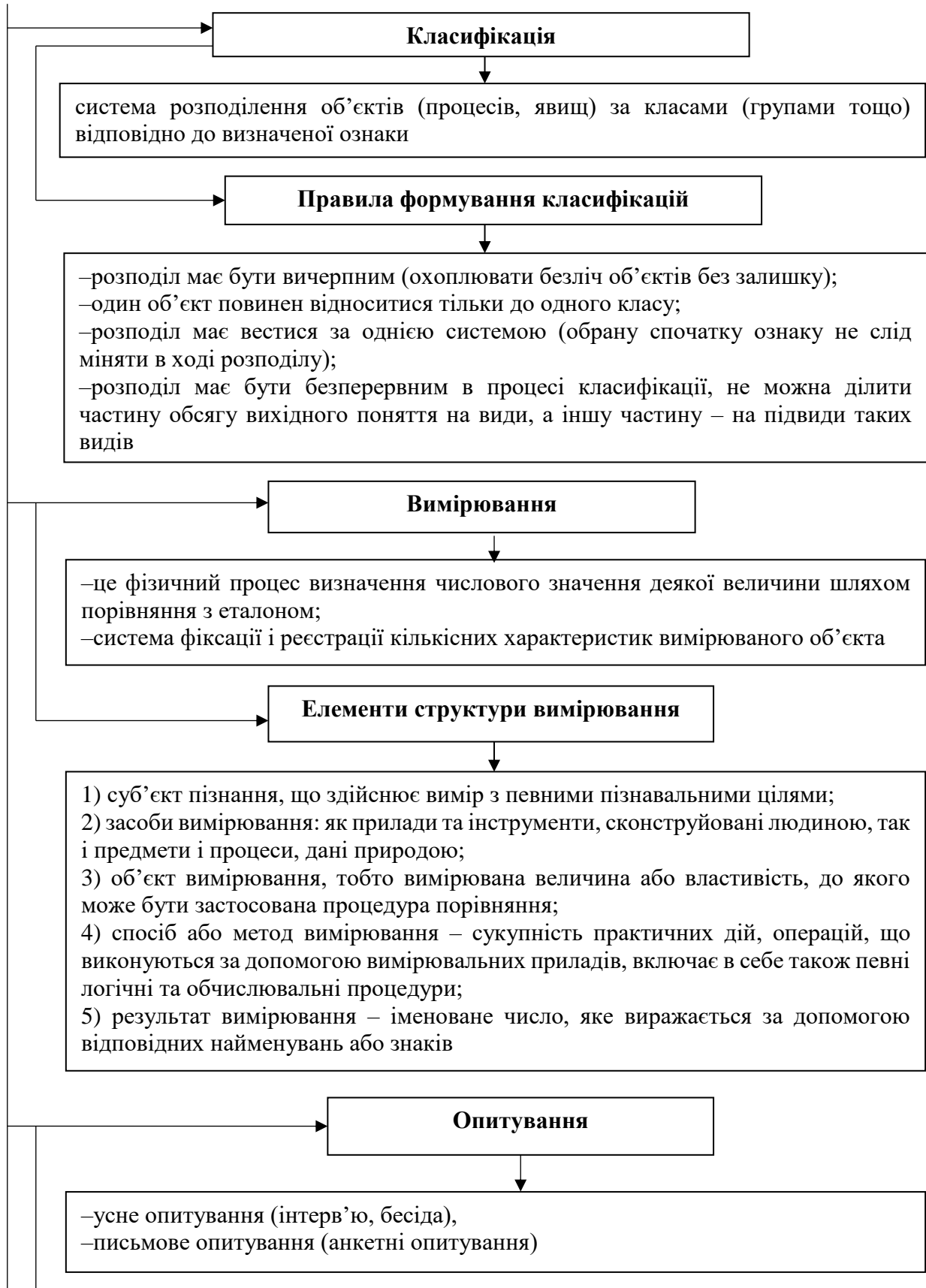


### Методи наукового дослідження

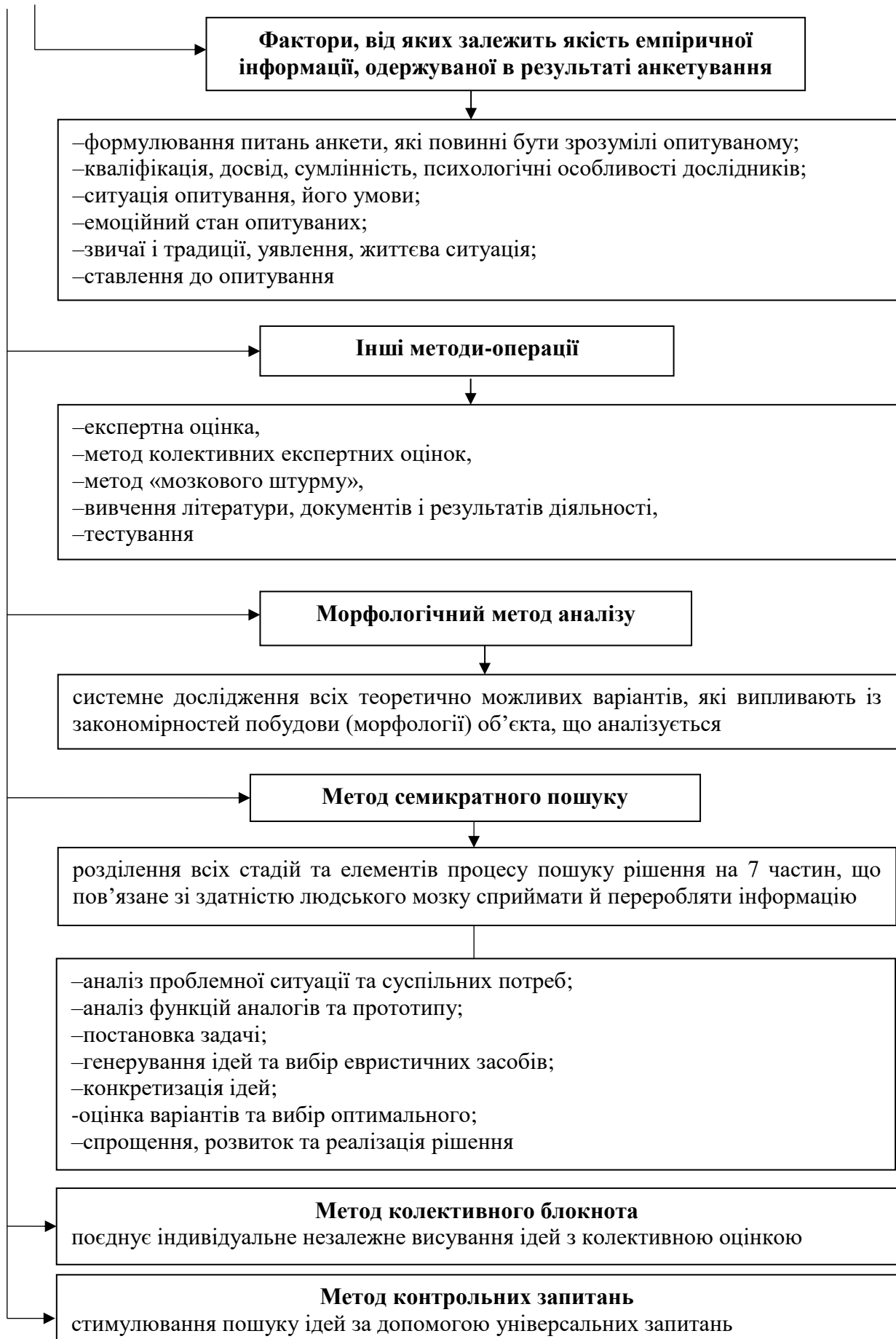
Теоретичні		Емпіричні	
Методи-операції	Методи-дії	Методи-операції	Методи-дії
– аналіз	– діалектика	– вивчення літератури, документів і результатів діяльності	– методи відслідковування об'єкта:
– синтез	– наукові теорії, перевірені практикою		– обстеження;
– порівняння		– спостереження	– моніторинг;
– абстрагування	– доказ		
– конкретизація	– метод аналізу системи знань	– вимірювання	– вивчення та узагальнення досвіду
– узагальнення		– опитування (усне та письмове)	– методи перетворення об'єкта:
– формалізація	– дедуктивний (аксіоматичний) метод	– експертні оцінки	
– індукція		– тестування	– дослідна робота
– дедукція	– індуктивно-дедуктивний метод		– експеримент
– ідеалізація			– методи дослідження об'єкта у часі:
– аналогія	– виявлення та розв'язання протиріч		– ретроспектива,
– моделювання			– прогнозування
– уявний експеримент	– постановка проблем		
	– побудова гіпотез		
– уявлення			

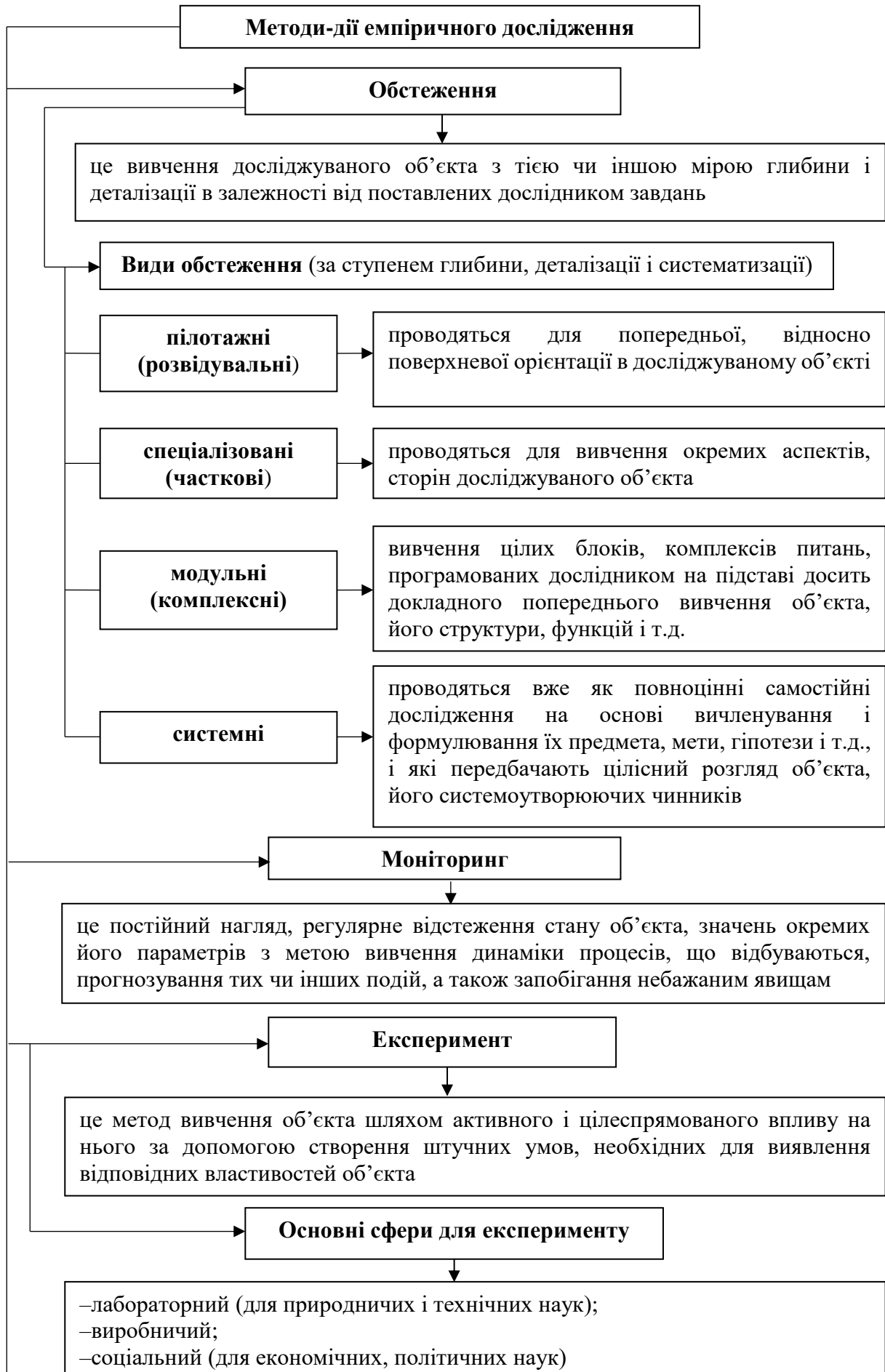




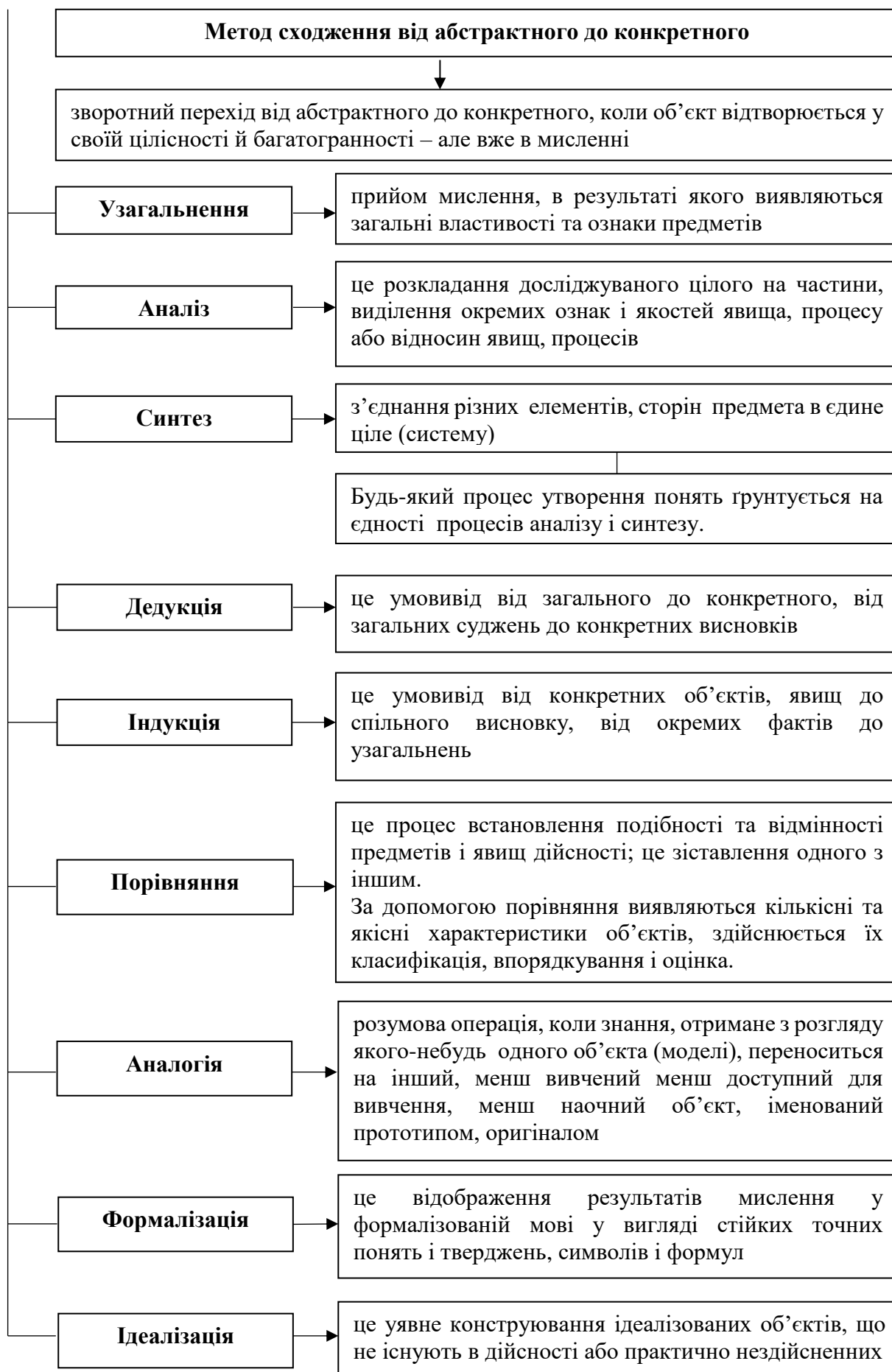
















### Абстрактні моделі

**Вербальна  
(текстова)  
модель**

це модель, яка записана на формалізованому діалекті природної мови і відображає істотні ознаки деякої області дійсності (правила дорожнього руху, статuti підприємств)

**Образно-  
знакові  
(графічні)  
моделі**

це моделі, що представлені у вигляді креслень, графіків, схем, таблиць, мережевий графік

**Математична  
модель**

це модель, що відображає істотні ознаки об'єкта за допомогою математичних співвідношень (систем рівнянь, нерівностей, логічних відносин)

### Залежно від цілей моделювання

**Пізнавальні  
(дескриптивні)  
моделі**

це моделі, які відображають існуючу або прогнозовану поведінку об'єкта і відповідають на питання «Що є (було, буде) в дійсності?»

**Нормативні  
(прагматичні)  
моделі**

це моделі, які відображають бажану поведінку об'єкта і відповідають на питання «Як повинно бути?»

### З точки зору обліку фактора часу

**Статична  
модель**

це модель конкретного стану об'єкта («моментальна фотографія»)

**Динамічна  
модель**

це модель, що відображає процес зміни стану об'єкта в часі (життєвий цикл системи)

### З точки зору обліку випадкових факторів

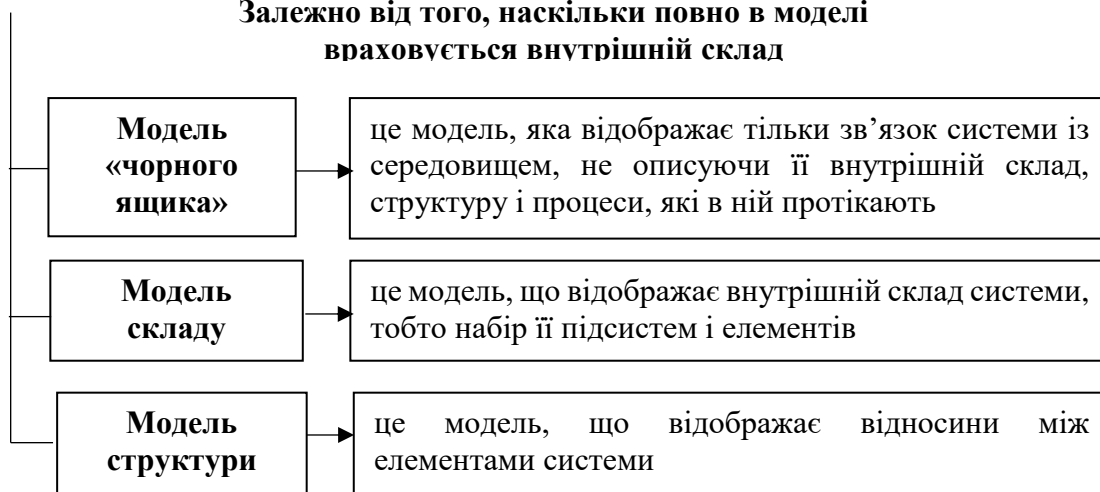
**Детермінована  
модель**

це модель, в якій не враховується вплив випадкових факторів, у зв'язку з чим значення вихідних величин однозначно визначаються вхідними параметрами

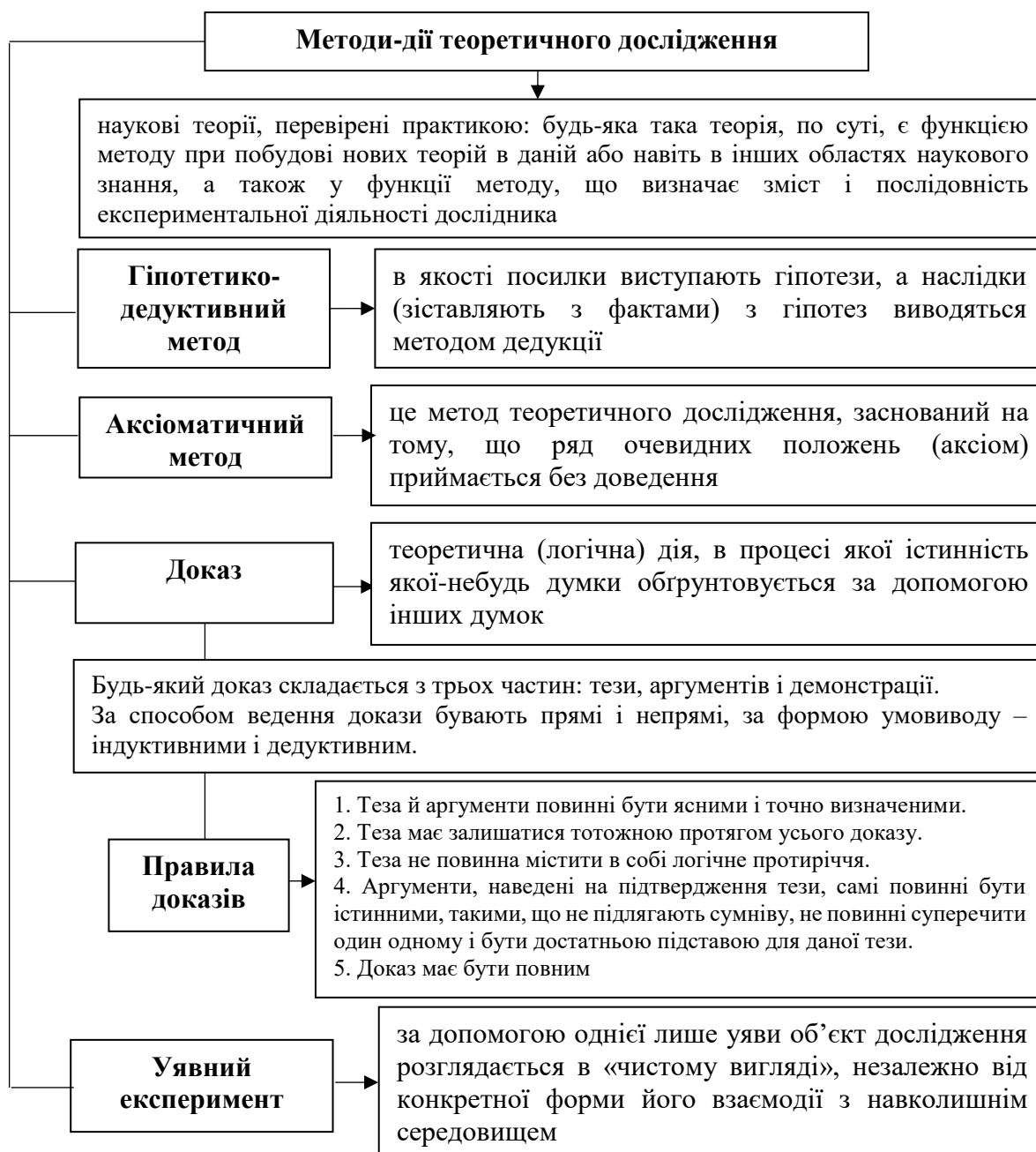
**Стохастична  
модель**

це модель, що відображає перебіг випадкових процесів

**Залежно від того, наскільки повно в моделі  
враховується внутрішній склад**



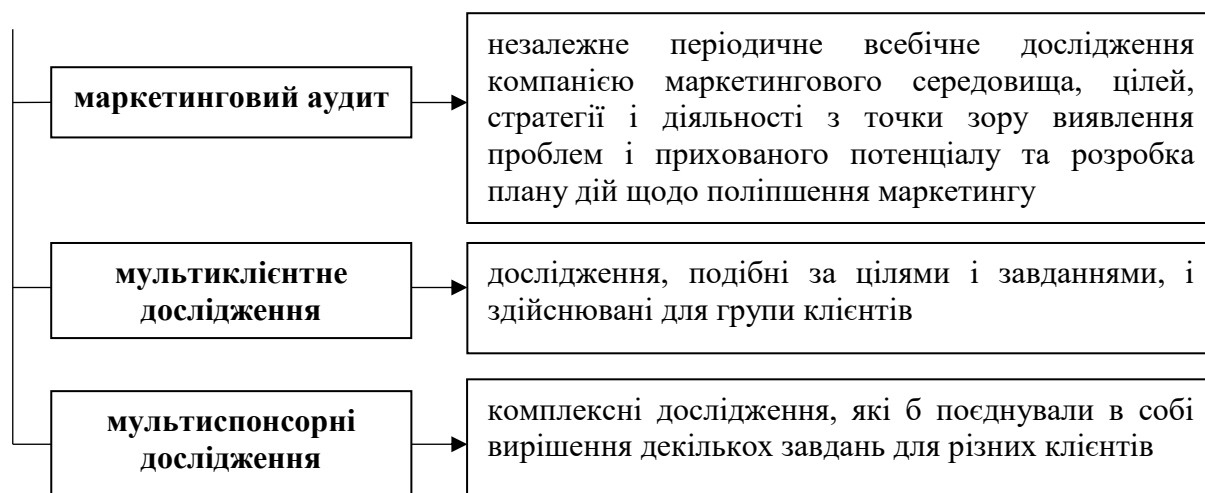
**Методи-дії теоретичного дослідження**





#### 4. Спеціальні методи

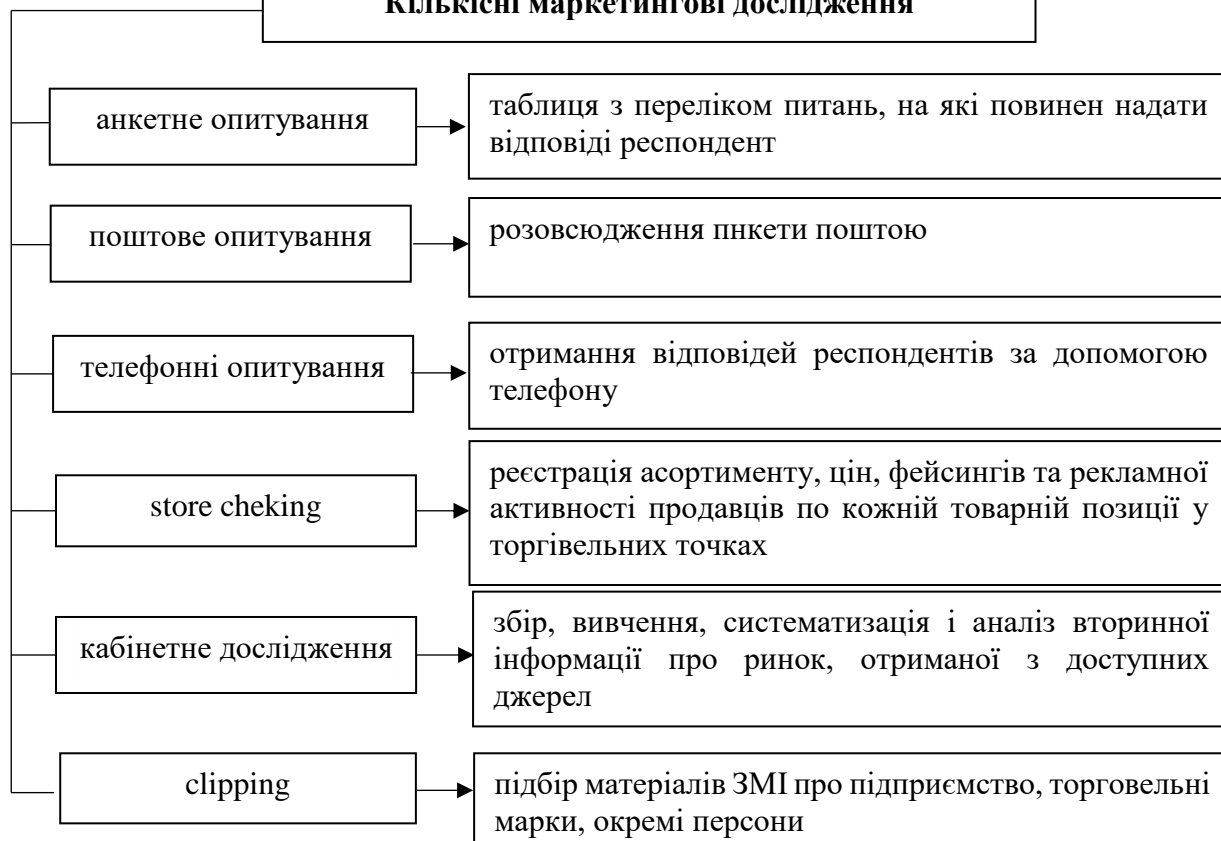


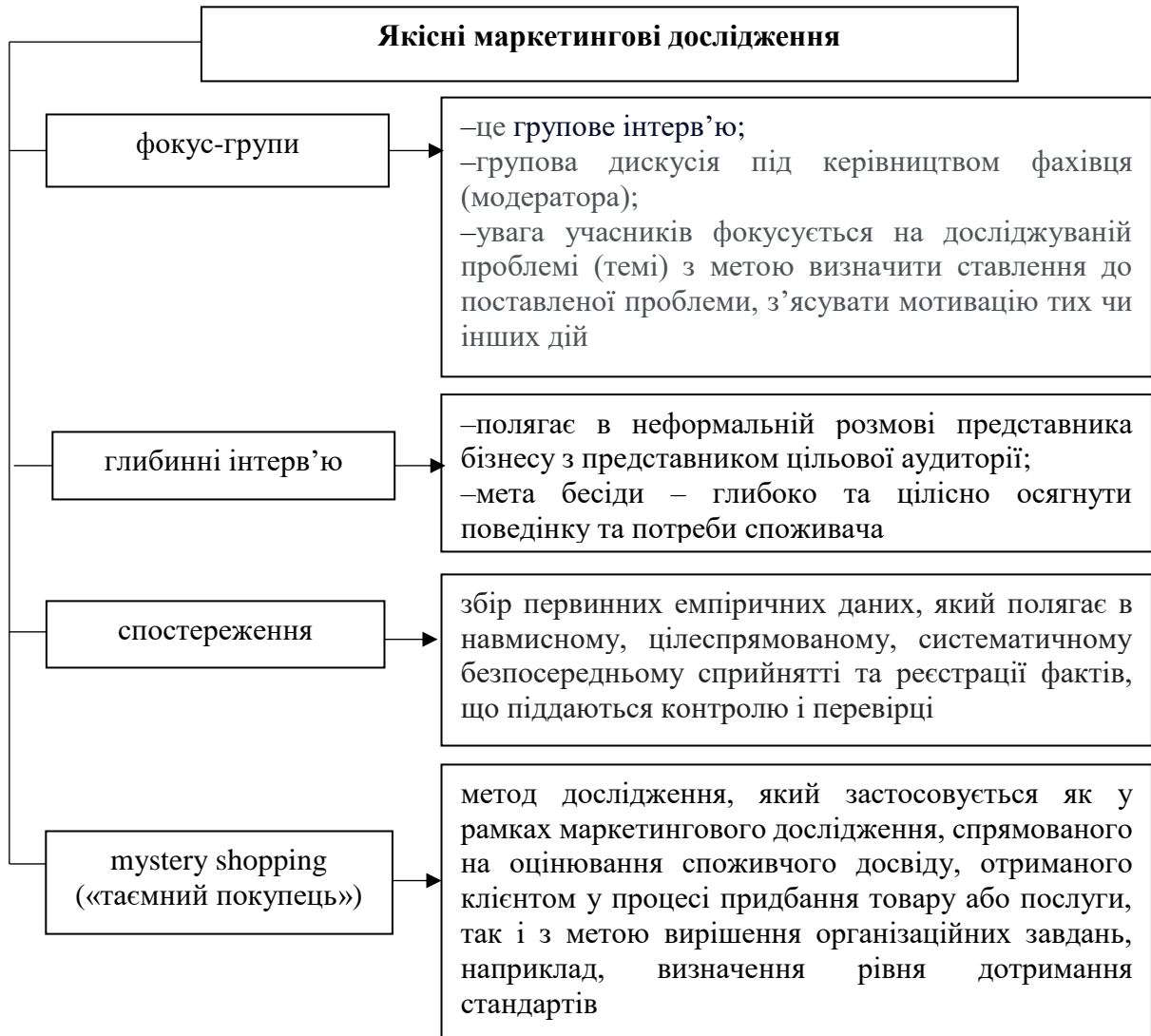


**Методи, які орієнтовані на вирішення специфічних маркетингових проблем**

- методи маркетингового аналізу;
- модель життєвого циклу продукту,
- SWOT-аналіз;
- STP-маркетинг – маркетинговий підхід, який включає в себе три елементи: сегментування, таргетування, позиціонування;
- ABC-аналіз асортименту товарів;
- матричний метод,
- методи маркетингового програмування тощо

**Кількісні маркетингові дослідження**



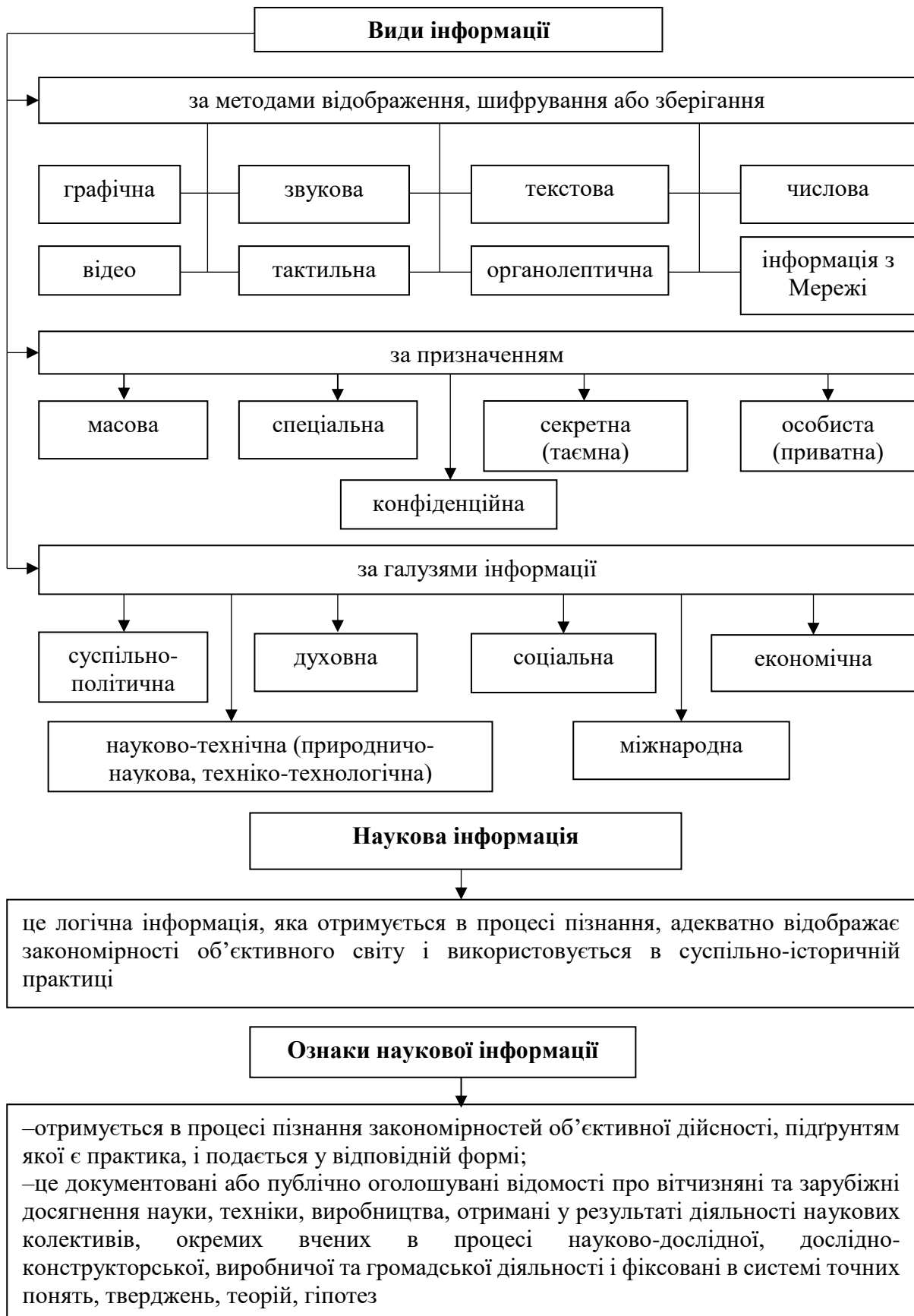


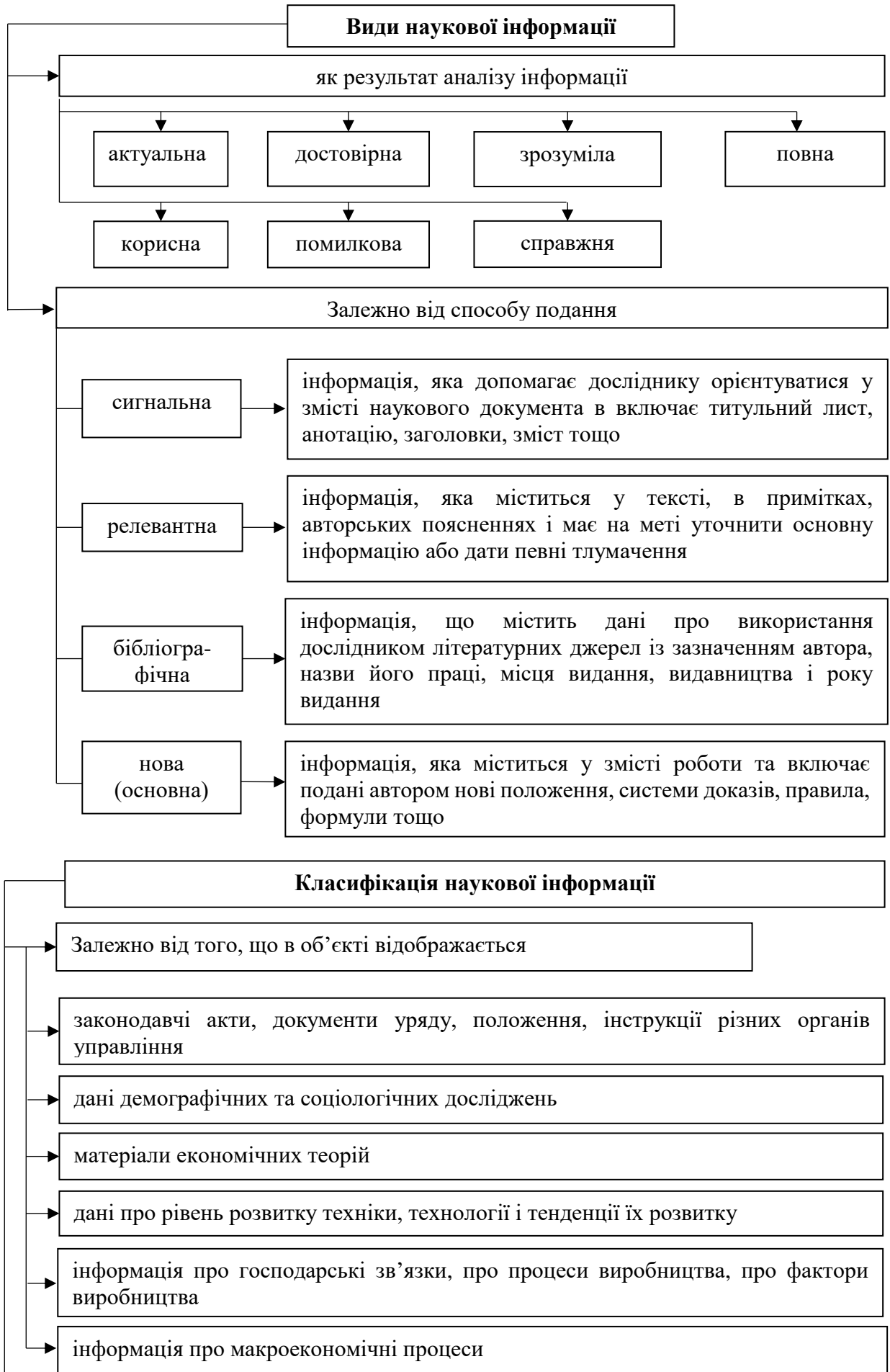
### Тема 3. Інформаційне забезпечення наукових досліджень з маркетингу

1. Поняття та джерела наукової інформації.
2. Наукові бібліотеки України.
3. Методи пошуку і збору наукової інформації. Основні види каталогів.
4. Пошук наукової інформації в Інтернет.
5. Робота з науковою літературою.
6. Джерела інформації стосовно маркетингової діяльності

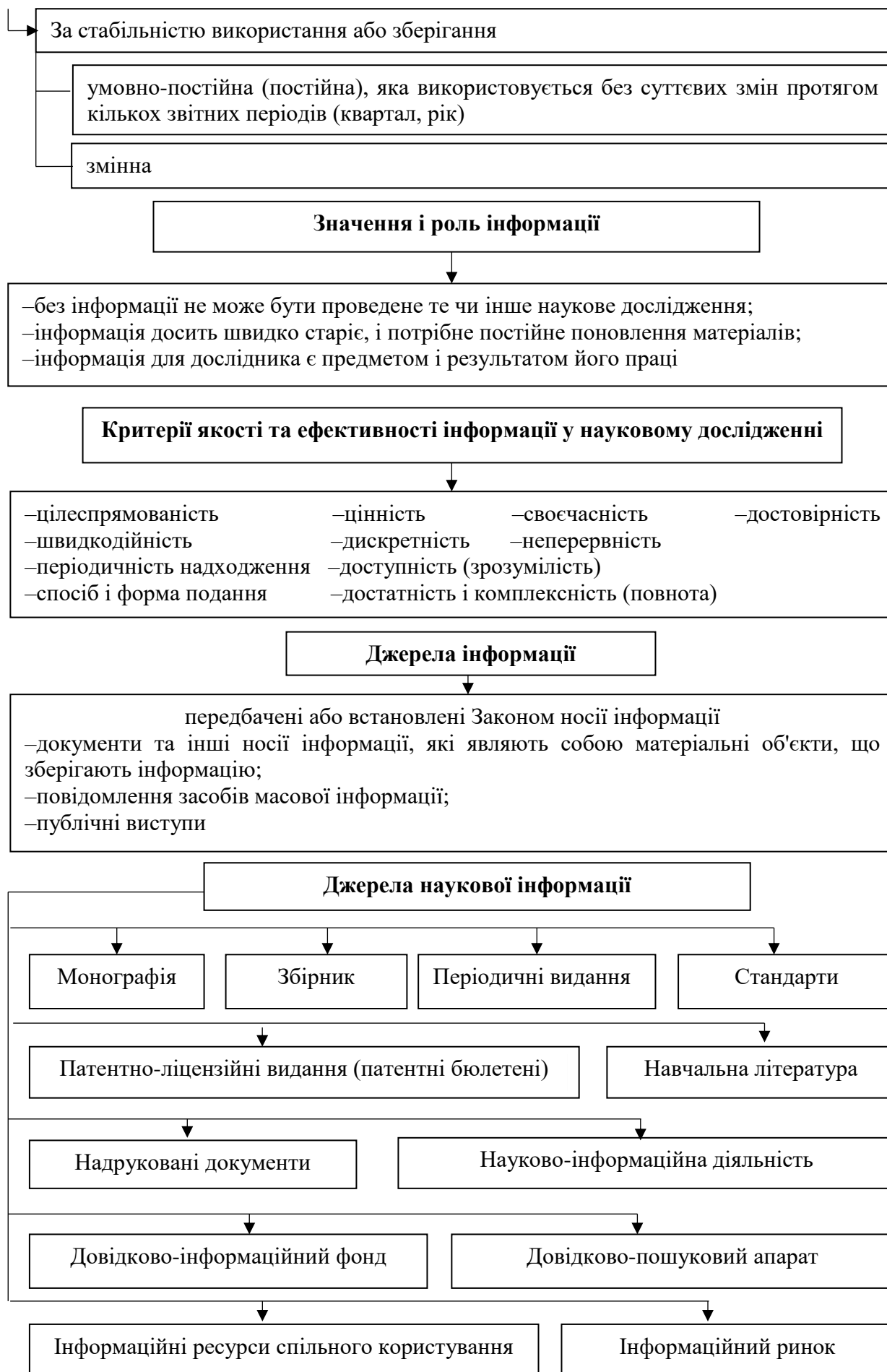
#### 1. Поняття та джерела наукової інформації





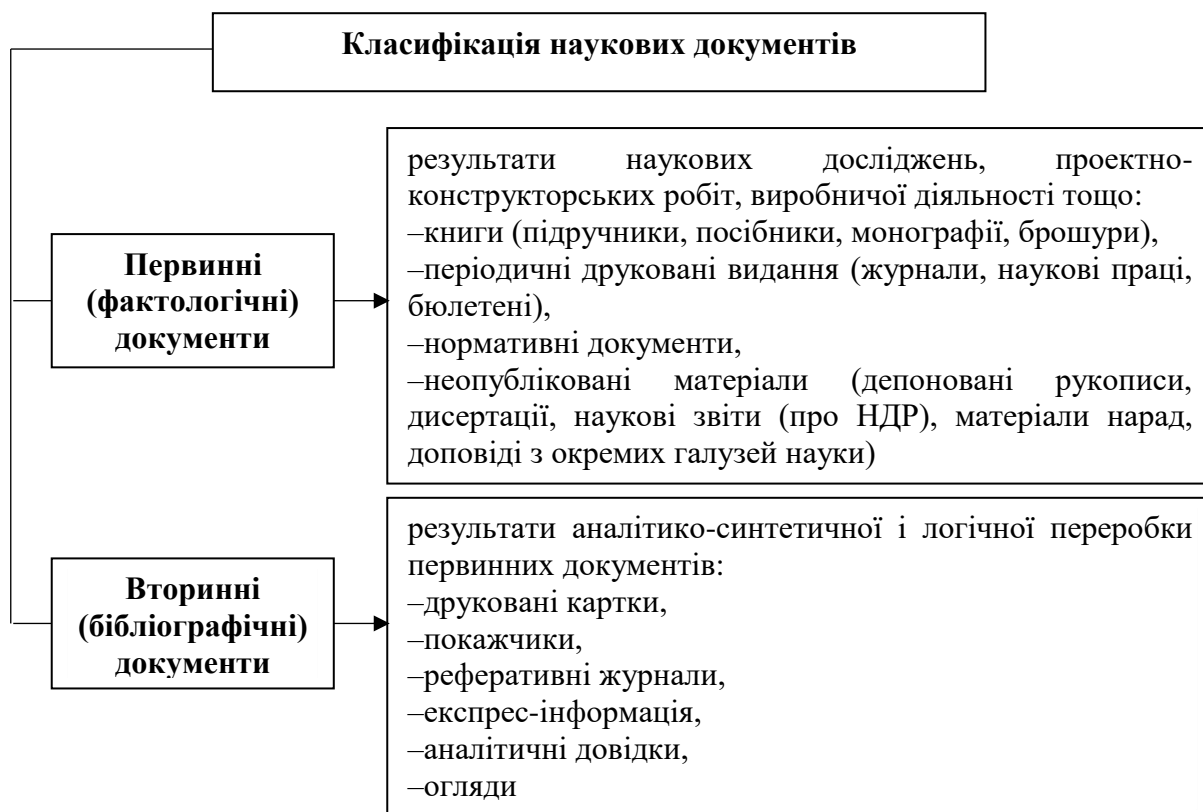


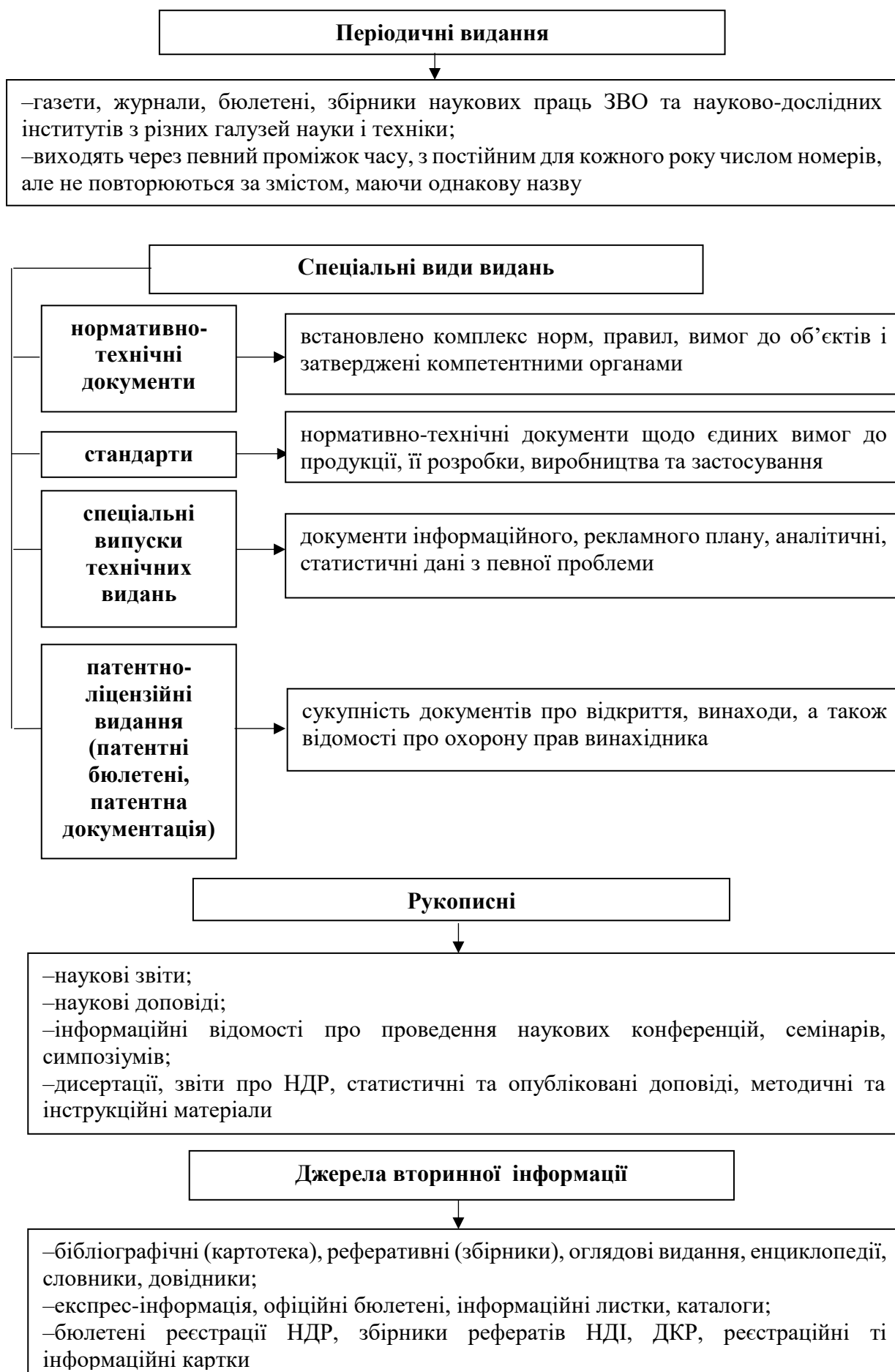


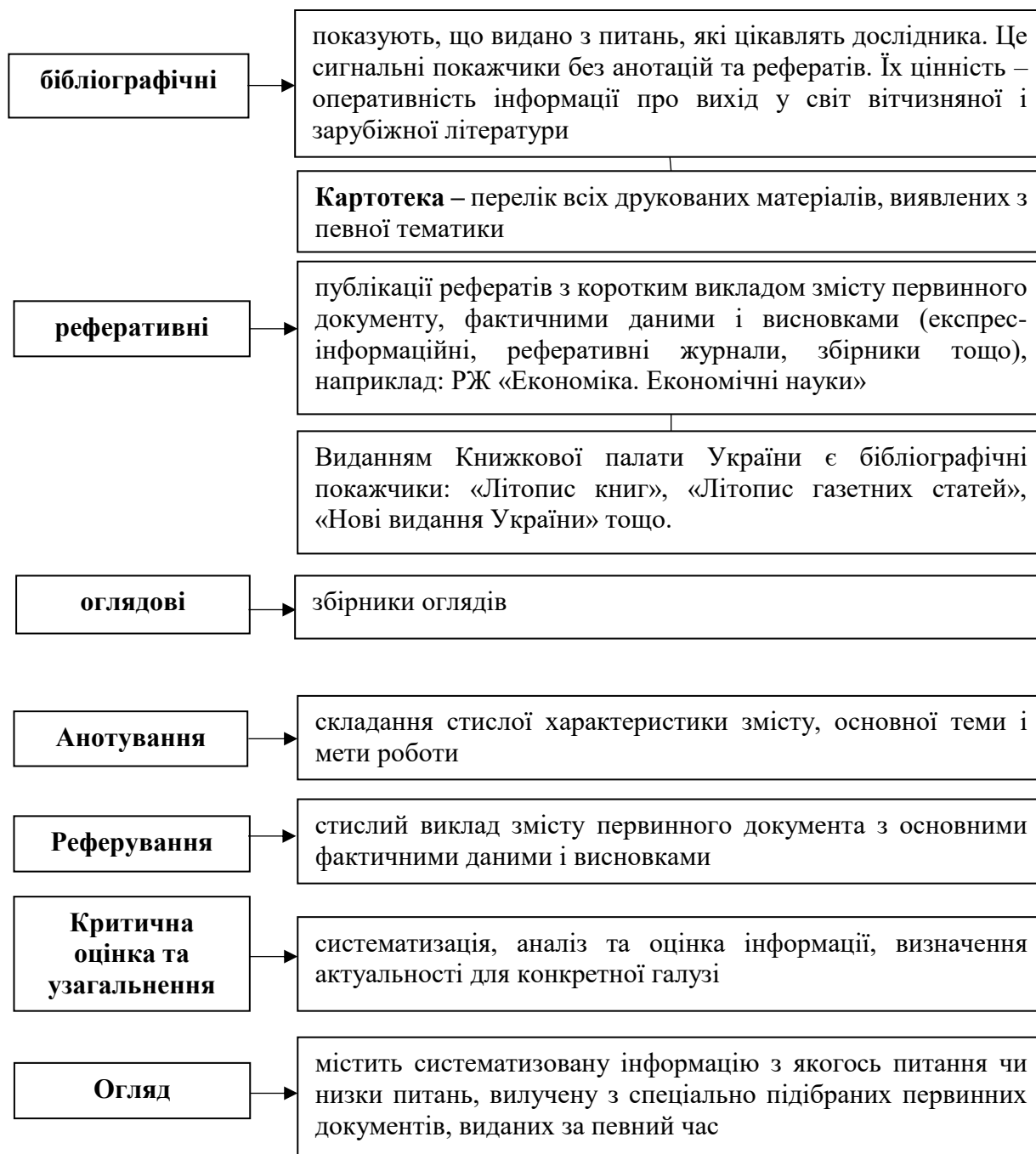










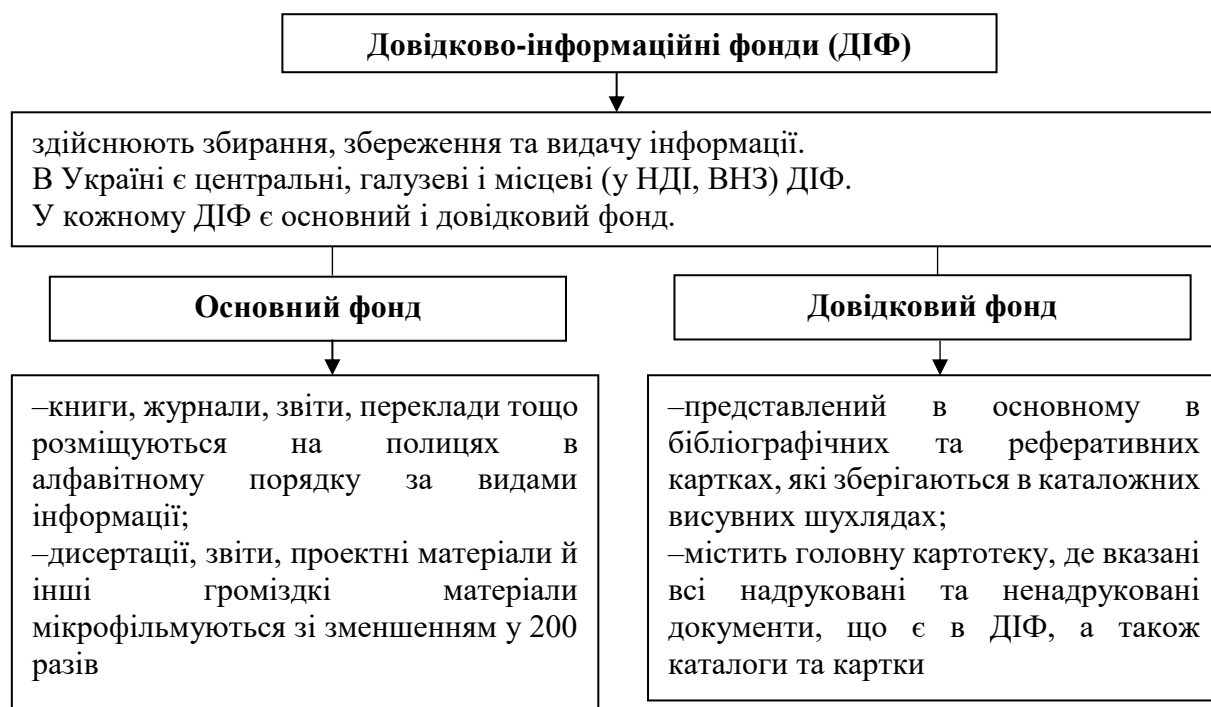


## 2. Наукові бібліотеки України

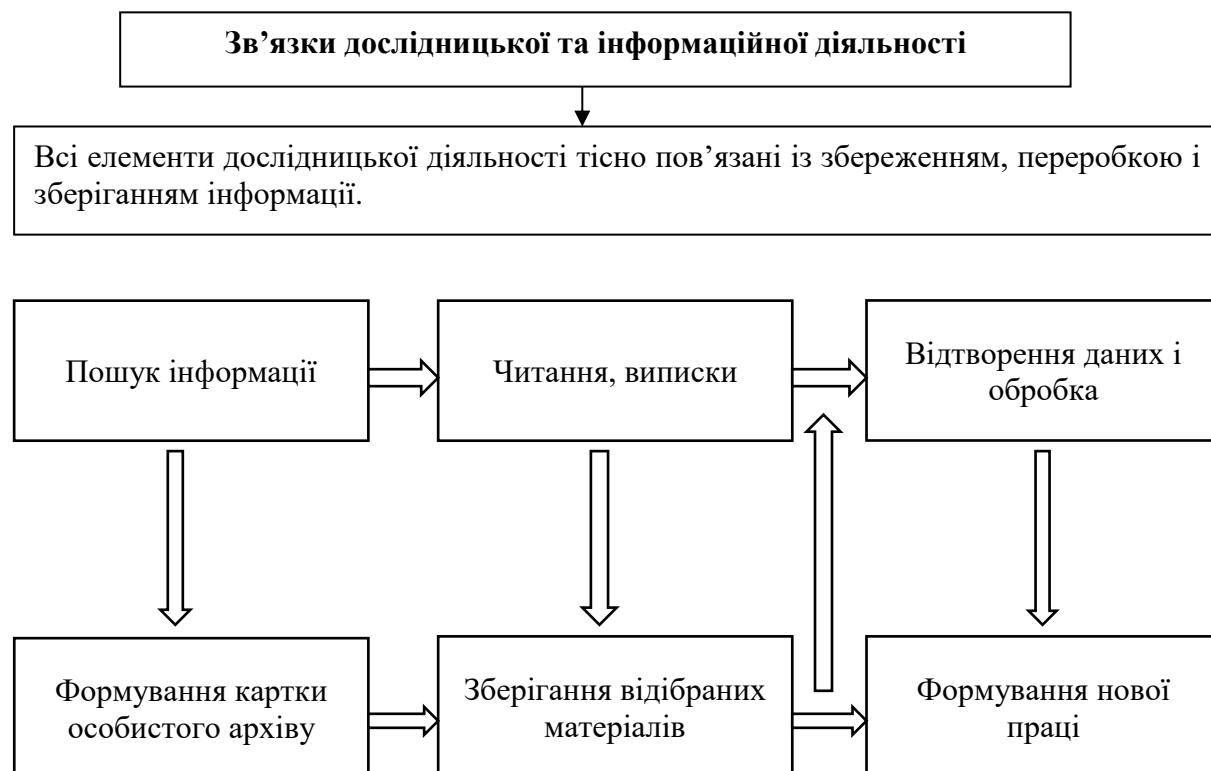
### Державна система науково-технічної інформації (ДСНТІ)

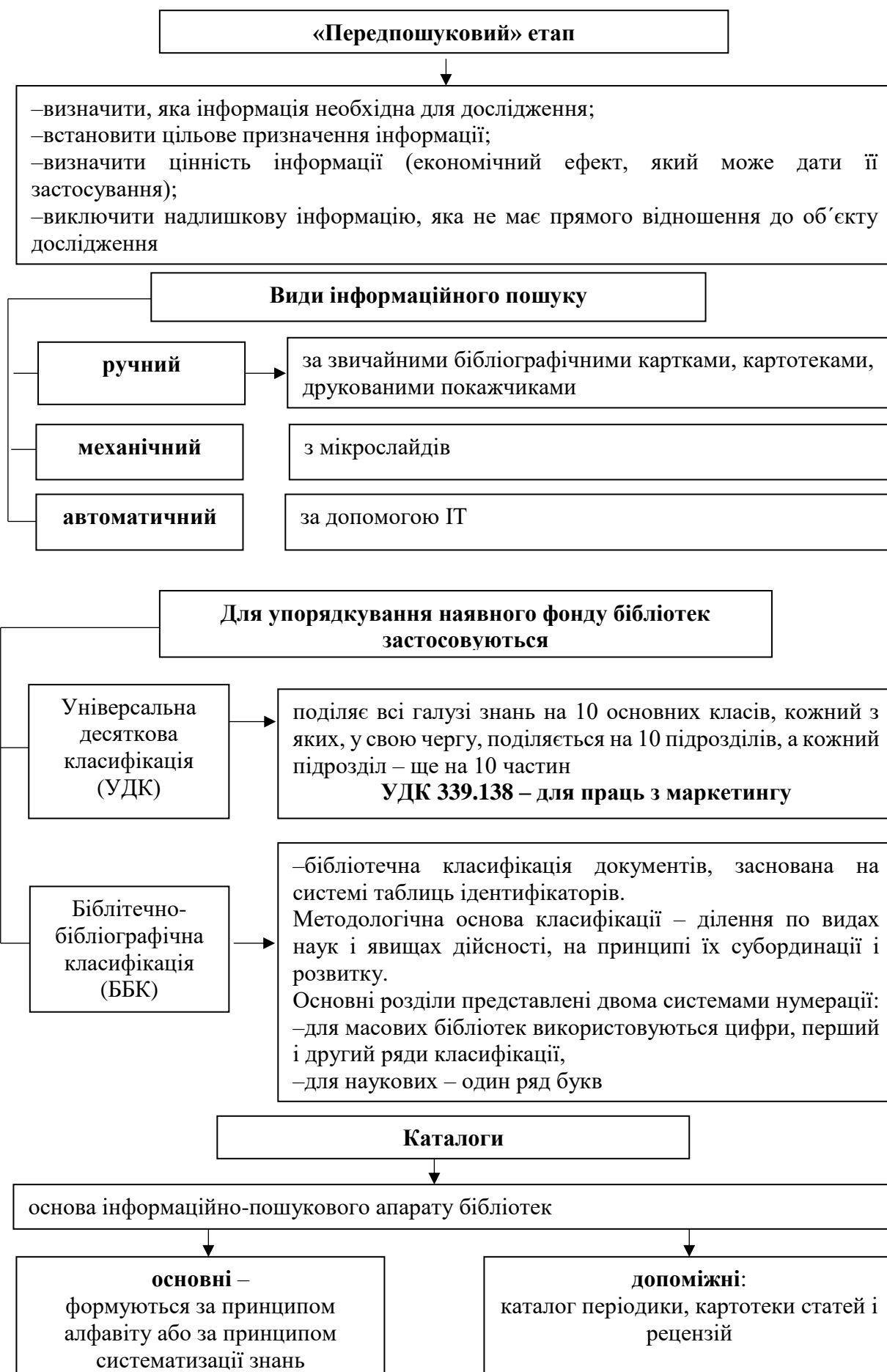
- низка науково-дослідних інститутів;
- центральні галузеві і республіканські центри науково-технічної інформації;
- регіональні центри науково-технічної інформації;
- понад 3000 науково-технічних бібліотек, які виконують роль центрів науково-дослідної інформації

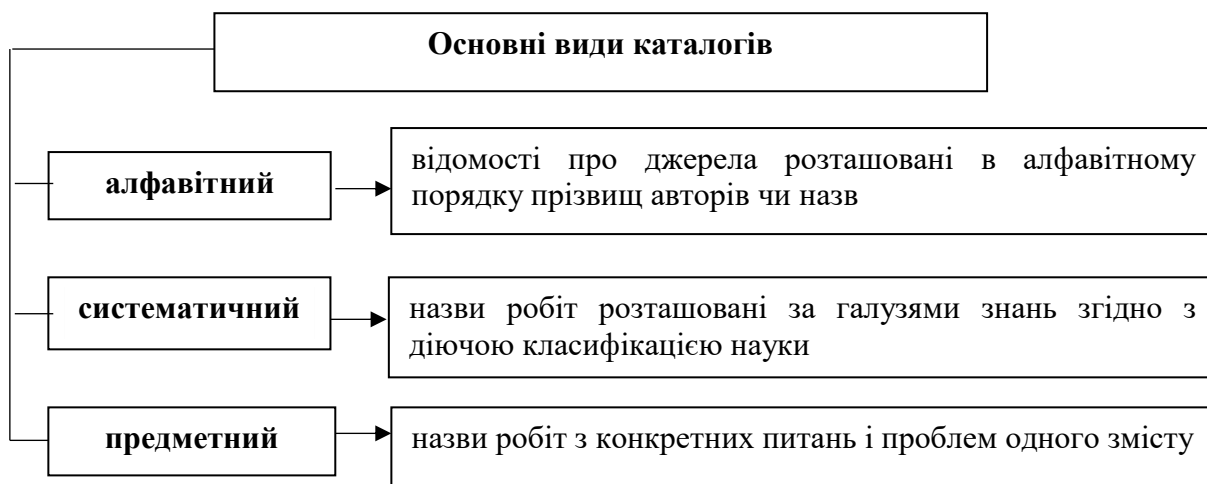




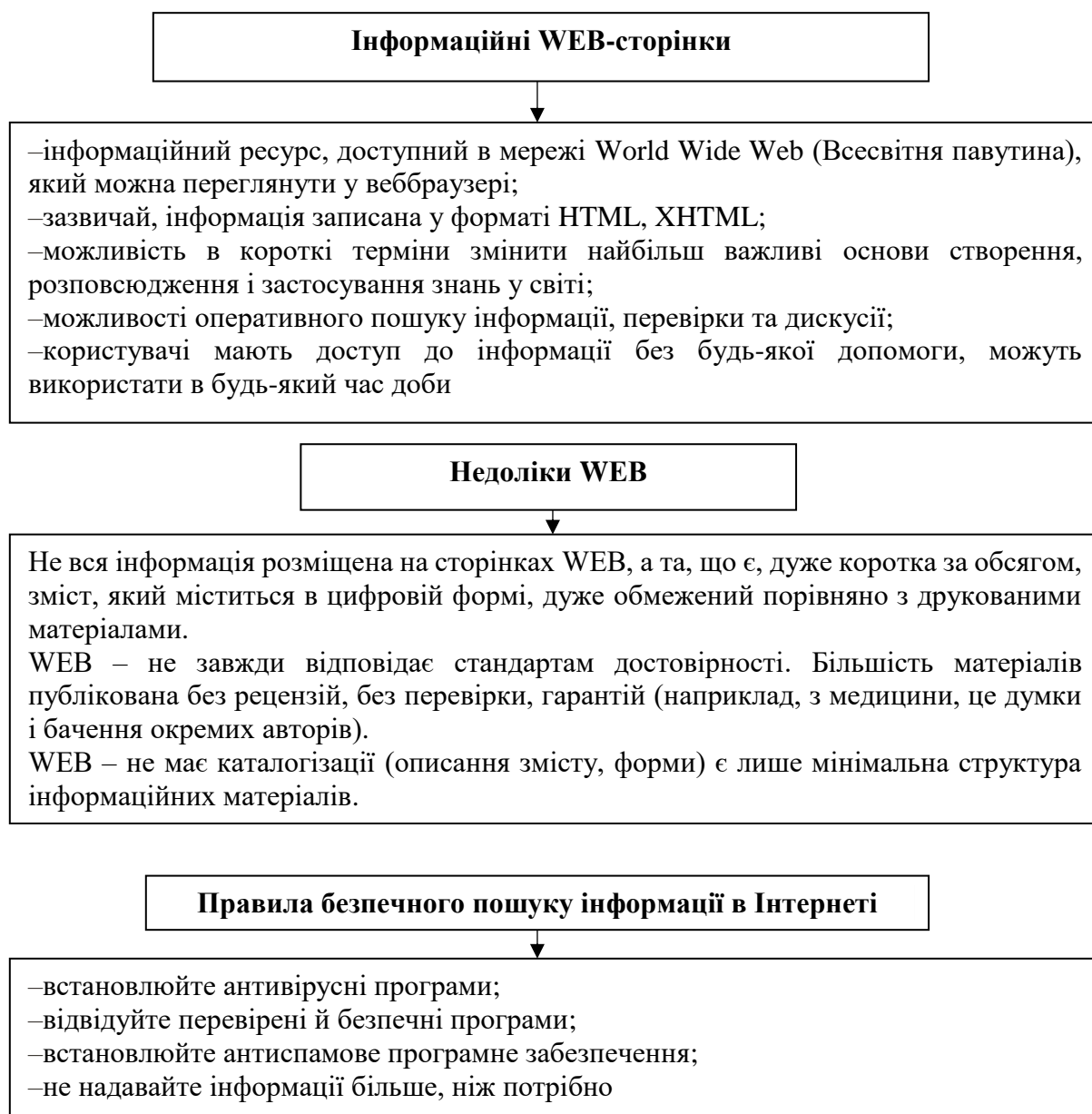
### 3. Методи пошуку і збору наукової інформації. Основні види каталогів







#### 4. Пошук наукової інформації в Інтернет





### Ризики пошуку інформації через Інтернет

- наявність ймовірності того, що використаний контент виявиться недостовірним;
- підмінювання адреси;
- «злам» особистих поштових скриньок;
- віруси та інші небезпечні програми;
- спам;
- хакери;
- шпигунські програми

### Переваги та недоліки пошуку інформації в мережі Інтернет

#### Переваги

- вища доступність;
- широкі можливості підтримки в актуальному стані;
- простота доступу до багатьох джерел інформації;
- ранжування веб сторінок;
- наявність коментарів від веб-користувачів;
- швидкість та повнота пошуку потрібної інформації

#### Недоліки

- перенасичення інформацією;
- ризики роботи в Інтернеті

### Пошукові системи

- спеціальні сайти для ефективного пошуку інформації в мережі Internet;
  - використовуються для збору інформації із сайтів та подальшої ефективної обробки.
- Серед основних пошукових систем – <http://www.google.com>

#### Пошукові системи, популярні у світі у 2022 р.

Google – 91,88%;  
 Microsoft Bing – 3,19%;  
 Yandex – 1,52%;  
 Yahoo – 1,33%;  
 Baidu – 0,76%;  
 DuckDuckGo – 0,64%

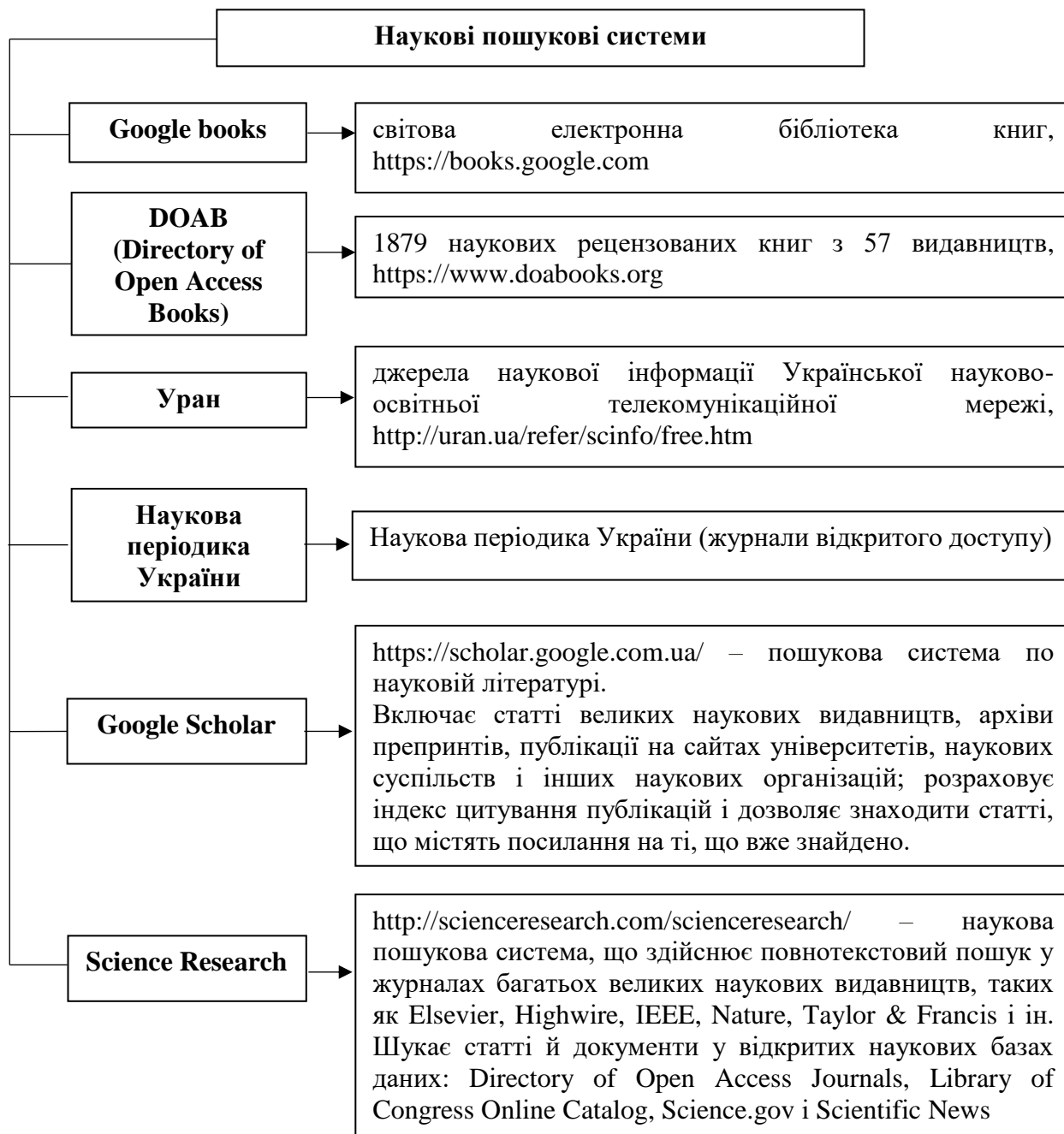
#### Пошукові системи, популярні в Україні

Google – 90,27%;  
 Yandex – 7,47%;  
 Microsoft Bing – 1,13%;  
 DuckDuckGo – 0,67%;  
 Mail.ru – 0,2%;  
 Yahoo – 0,19%

## Переваги пошукової системи Google

- точність пошуку визначених фраз;
- великий обсяг проіндексованої інформації (декілька мільярдів проіндексованих сторінок);
- можливість перекладу запитів користувача на іншу мову за допомогою супровідного сервісу <http://translate.google.com/>

## Наукові пошукові системи



<b>OAster</b>	<p><a href="http://oaister.worldcat.org/">http://oaister.worldcat.org/</a> Зведений каталог мільйонів записів, представляє відкритий доступ до цифрових ресурсів. OAster «збирає» описову інформацію (метадані) з колекції відкритого доступу по всьому світу, використовуючи OAI-PMH (the Open Archives Initiative Protocol for Metadata Harvesting). Сьогодні OAster включає в себе більше 25 мільйонів записів, представляє цифрові ресурси від більш ніж 1157 учасників.</p>
<b>FreeFullPDF</b>	<p><a href="https://www.freefullpdf.com/#gsc.tab=0">https://www.freefullpdf.com/#gsc.tab=0</a> Пошукова система наукової літератури (найактуальніша інформація з найкращих джерел для інноваційних проектів) в галузі медицини, біології, хімії, фізики, матеріалознавства та економіки. Надає доступ до більш ніж 80 млн. наукових статей, патентів у вільному доступі. Глибина архіву – 10 років.</p>
<b>Wolframalpha</b>	<p><a href="http://www.wolframalpha.com/">http://www.wolframalpha.com/</a> Система відрізняється від звичайних пошуковиків тим, що орієнтована на наукове використання, в її базі даних знаходиться величезна кількість довідників і енциклопедій з різноманітних наук. Результати пошуку видаються в дуже зручній довідковій формі.</p>
<b>WorldWideScience.org</b>	<p><a href="http://worldwidescience.org/">http://worldwidescience.org/</a> Глобальна наукова пошукова система, яка здійснює пошук інформації по національних та міжнародних наукових базах даних та порталах</p>
<b>DuckDuckGo</b>	<p><a href="https://duckduckgo.com">https://duckduckgo.com</a> – пошукова система з відкритим кодом, використовує інформацію з багатьох джерел для надання точних та різноманітних результатів. Дотримується політики повної конфіденційності – відмова від збору, збереження та обробки даних про користувача</p>
<b>Metasearch Search Engine</b>	<p><a href="http://www.search.com/">http://www.search.com/</a> Сервіс пошуку (діє від 1998 р.) у понад 300 світових журналах та виданнях у галузі управління, економіки, інформатики, техніки, освіти, спорту, мистецтва тощо</p>
<b>RefSeek</b>	<p><a href="http://www.refseek.com/">http://www.refseek.com/</a> – пошукова система для студентів та дослідників, проводить пошук серед веб-сторінок, книг, енциклопедій, журналів і газет</p>
<b>Science.gov</b>	<p><a href="http://www.science.gov/">http://www.science.gov/</a> – онлайн пошукова система, що охоплює більш ніж 60 баз даних та понад 2200 окремих сайтів з 15 федеральних агентств, які пропонують 200 мільйонів сторінок інформації авторитетних наукових установ США, зокрема результати досліджень і розробок</p>

**Сайт Національної бібліотеки України імені  
В.І.Вернадського (<http://www.nbuv.gov.ua/>)**

- електронний каталог (пошук за автором, назвою, тематичним розділом, також присутній розширений пошук);
- електронні наукові фахові видання;
- передплачені ресурси (перелік передплачених ресурсів з переходом на сайт (<http://www.sciencedirect.com>), де в режимі онлайн наявні в основному назви та анотації публікацій);
- спеціалізовані каталоги та картотеки (містять значну кількість інформації, картотеки та каталог авторефератів і дисертацій);
- доступ до реферативної бази даних (можливість пошуку публікацій в реферативній базі даних за ключовими словами);
- наукова періодика України (перелік всіх журналів, наявних у науковій бібліотеці; для частини журналів передбачена детальна контактна інформація);
- наукові установи України (містить повний перелік наукових установ з детальною інформацією про кожен з них)

**Наукова бібліотека Національного університету  
«Чернігівська політехніка»**

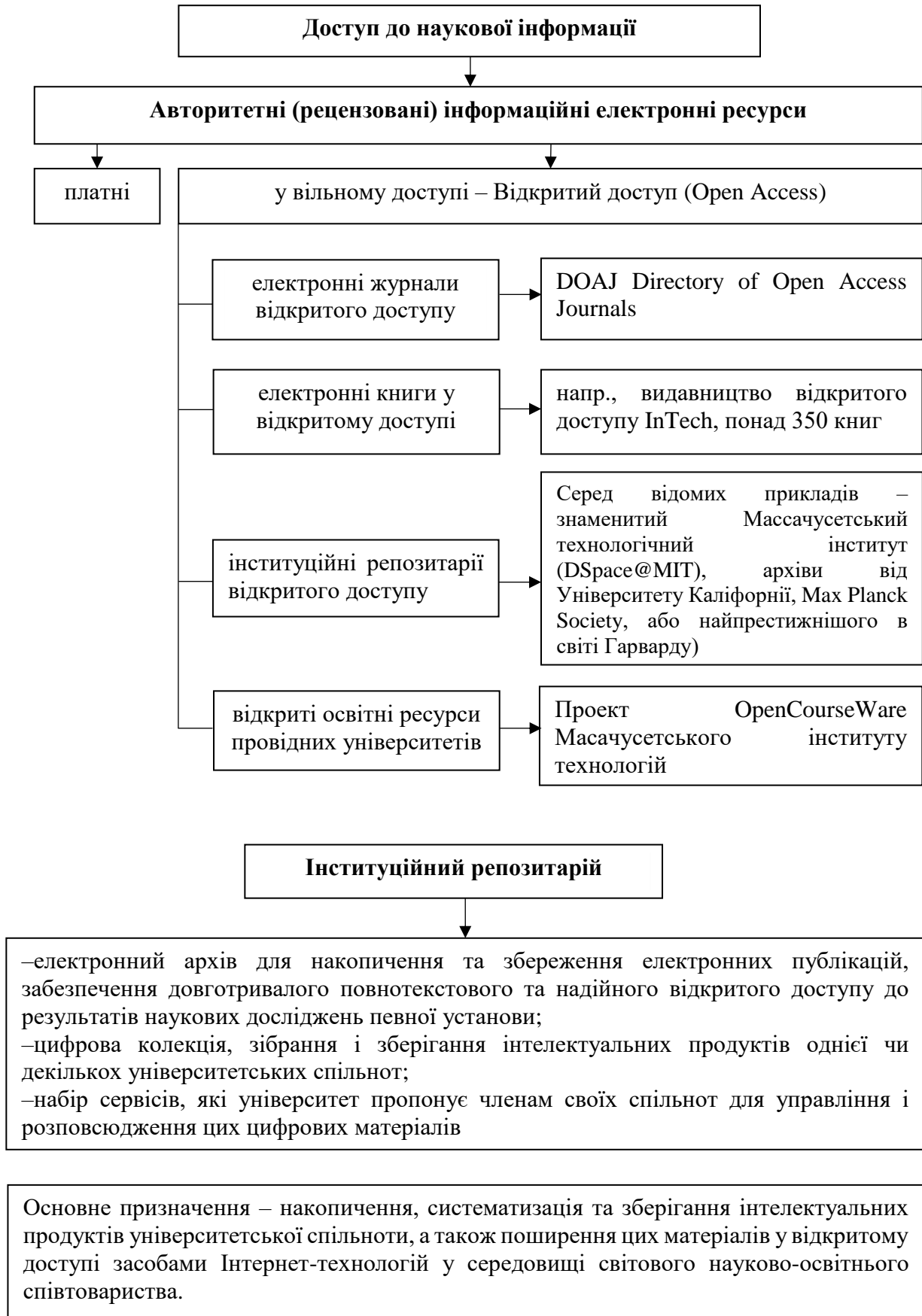
На допомогу науковцю

- Загальна інформація.
- Наукометричні бази даних.
- Системи ідентифікації науковця.
- Пошукові системи наукової інформації.
- Українські наукові фахові видання.
- Бібліометрика української науки Національний університет «Чернігівська політехніка».
- Український індекс наукового цитування.
- Міжнародний рейтинг українських наукових видань.
- Приклади оформлення бібліографічного опису.
- Академічна доброчесність.
- Питання публікації.
- Видавництва наукової літератури.

**Сайт Державної служби статистики України (<http://ukrstat.org/uk>) щодо:**

- макроекономічних показників;
- національних рахунків;
- промисловості;
- енергетики;
- сільського господарства; рибного господарства;
- інвестицій та будівельної діяльності;
- житлового фонду;
- науки та інновацій;
- транспорту і зв'язку;
- розвитку підприємництва;

- показників статистичного реєстру підприємств;
- зовнішньоекономічної діяльності;
- внутрішньої торгівлі;
- цін і тарифів;
- фінансів;
- витрат та ресурсів домогосподарств;
- доходів населення;
- ринку праці;
- демографічної ситуації тощо





### Основні функції інституційного репозитарію

–кумулятивна; –сервісна; –науково-методична; –соціальна; –координувальна

### Директорія журналів відкритого доступу DOAJ (<https://doaj.org>)

–була запущена в 2003 році бібліотекою Лундського університету, Швеція;  
–каталог рецензованих наукових журналів, періодичних видань відкритого доступу та метаданих їх статей, що охоплюють різні галузі знань (біологія, хімія, історія, археологія, економіка, політика, науки про землю, соціологія, медицина, техніка);  
–налічує понад 9200 журналів з 129 країн світу та містить більше 2 мільйонів статей різними мовами світу, з них 1960983 статті англійською мовою

### Реєстр репозитаріїв відкритого доступу (англ. Registry of Open Access Repositories, ROAR)

–міжнародна база даних-пошуковик, у якому індексується час створення, локалізація інституційних репозитаріїв відкритого доступу та кількісні показники їхнього вмісту;  
–був створений у 2003 році на основі Eprints в Університеті Саутгемптона у Великій Британії. На початку він був Реєстром інституційних архівів, у 2006 році був перейменований у Реєстр репозитаріїв відкритого доступу;  
–дозволяє сортувати каталог за країною, типом сховища та кількістю документів.  
Станом на 2020 рік зареєстровано понад 3000 інституційних та міжінституційних сховищ.  
У 2017 році директорія українських репозитаріїв, зареєстрованих у ROAR, включала 91 архів.

**Система пошуку у відкритих архівах України (SSM)** – індексуються метадані з різних архівів України і забезпечується централізований пошук у відкритих архівах. URL: <https://oai.org.ua/index.php/browse>

Електронний архів ElibUkr-OA «Електронна бібліотека України: створення **Центрів знань в університетах України**» для вчених України, університет яких не підтримує власний (інституційний) відкритий електронний архів. URL: <http://www.elibukr.org/>

Наука України в дзеркалі наукометричної бази даних SciVerse Scopus. URL: <http://www.jsi.net.ua/scopus/>

## 5. Робота з науковою літературою

### Етапи вивчення наукових джерел інформації

- загальне ознайомлення з вирішенням наукової проблеми;
- побіжний перегляд відібраної літератури і систематизація;
- читання за послідовністю розміщення матеріалу;
- вибіркове читання окремих частин;
- виписування потрібного матеріалу;
- критичне оцінювання записаного, редагування і чистовий запис

### Інша методика опрацювання літературних джерел

Аркуш папери ділять пополам вертикальною рисою.  
З лівої сторони записують зміст прочитаного, а з правої – свої зауваження з виділенням особливо значущих визначень, формулювань.  
Ведення записів при читанні літератури є обов'язковим, воно сприяє кращому засвоєнню прочитаного.  
Слід указувати бібліографічний опис джерел.  
Головне – зафіксувати уявлення про дане джерело інформації і по можливості передбачити майбутню потребу в даних, які містяться в книзі і в межах розумного взяти із неї все, що може знадобитися в подальшій роботі.

Павлов І.: **«Навчіться робити чорнову роботу в науці.** Вивчайте, зіставляйте, накопичуйте факти. Яким би досконалим не було крило птаха, воно ніколи не змогло б підняти його вгору без опору на повітря. Факти – це повітря вченого. Без них ви не зможете злетіти. Без них ваші «теорії» пусті потути».

### Опрацювання джерел

- відбирати лише наукові факти;
  - відбирати найавторитетніші джерела, що містять останні дані;
  - точно вказувати, звідки взято матеріал.
- Особливою формою фактичного матеріалу є цитати.

### Цитати

це дослівний уривок твору, чийсь вислів, що органічно вписуються в текст наукової роботи як підтвердження чи заперечення певної думки

### Правила цитування джерел

- текст цитати починається і закінчується лапками і наводиться в тій граматичній формі, в якій він поданий у джерелі, із збереженням особливостей авторського написання;
- цитування повинно бути повним, без довільного скорочення авторського тексту і без перекручення думок автора;
- кожна цитата обов'язково супроводжується посиланням на джерело, ставиться порядковий номер за переліком літературних джерел з виділенням у квадратних дужках;
- при непряму цитуванні (переказі думки), що дає значну економію тексту, слід бути гранично точним у викладенні думок автора, конкретним щодо оцінювання його результатів і давати відповідні посилання на джерело;
- цитати мають органічно «вписуватись» у контекст наукової роботи

### Огляд літератури

Щоб уникнути примітивності і помилок в аналізі літератури, слід уважно систематизувати погляди вчених в такому порядку:

- сутність даного явища, процесу (позиція декількох авторів збігається в такому то аспекті);
- зміст даного процесу чи явища (його компоненти, ланцюги, стадії, етапи розвитку);
- шляхи вирішення даної проблеми на практиці (хто і що пропонує);
- які труднощі, виявлені в попередніх дослідженнях, трапляються в практиці;
- які чинники, умови ефективного розвитку процесу чи явища в даній галузі виділені вченими.

Огляд джерел дає змогу визначити новий напрям наукового дослідження.



## Список використаних джерел

### Способи розміщення

- у порядку назви посилань у тексті (найзручніший);
- в алфавітному порядку перших літер прізвищ авторів або назв;
- у хронологічному порядку.

Дотримання авторами вимог чинних стандартів є обов'язковим.

Посилання в тексті: «... у працях [1–3; 7; 23] приділено особливу увагу дослідженням цього аспекту проблеми».

Цитата або статистичні дані з джерела з великою кількістю сторінок: «...на думку американського фахівця Ф. Котлера доцільно виділити такі етапи проведення маркетингового дослідження [43, с. 234]...».

Джерела, з яких запозичені таблиці та рисунки, подають безпосередньо після таблиці та рисунків.

Посилання на рисунки, таблиці та формули в роботі вказують їх порядковим номером, наприклад: «на рис. 2.3 можна побачити...» / «повернемося до табл. 1.3...» / «розрахуємо за формулою (2.1)...».

### Бібліографічний опис

сукупність відомостей про наукове джерело

- прізвище та ініціали авторів;
- заголовок книги, статті (назва журналу);
- місце видання, найменування видавництва, рік видання;
- для журналів та збірників вказується номер випуску та сторінки

### Книги

Балабанова, Л.В. Холод, В.В., Балабанова, І.В. Стратегічний маркетинг: підручник. К: ЦНЛ, 2019. 612 с.

Бутко М. П., Неживенко А. П., Пепа Т. В. Економічна психологія : навч. посіб. / за ред. М. П. Бутко. Київ : ЦУЛ, 2016. 232 с.

Горбунова А. В. Управління економічною захищеністю підприємства: теорія і методологія: монографія. Запоріжжя: ЗНУ, 2017. 240 с.

Міжнародні економічні відносини: навч. посіб. / за ред.: С.О.Якубовського, Ю.О.Ніколаєва. Одеса : ОНУ, 2015. 306 с.

## Закони

Про вищу освіту: Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII. Дата оновлення: 28.05.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text> (дата звернення: 06.08.2023).

## Частина видання

### Книги

Бабаченко Л.В., Забаштанська Т.В., Гирман Ю.М. Efficiency estimate features of advertising. *Сучасний маркетинг: тренди, інновації, інструменти*: монографія / за заг. ред. Є.В. Ромата та С.Ф. Смерічевського. Київ.: Студцентр, 2021. 308 с. С. 249-258.

### Матеріали конференцій (тези, доповіді)

Хоменок М.В. Аналіз комунікаційної політики футбольного клубу «Десна». *Юність науки – 2020: соціально-економічні та гуманітарні аспекти розвитку суспільства: збірник тез доповідей X Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених (м. Чернігів, 23-24 квітня 2020 р.)*. / Національний університет «Чернігівська політехніка». Чернігів: ЧНТУ, 2020. 940 с. С.890-892.

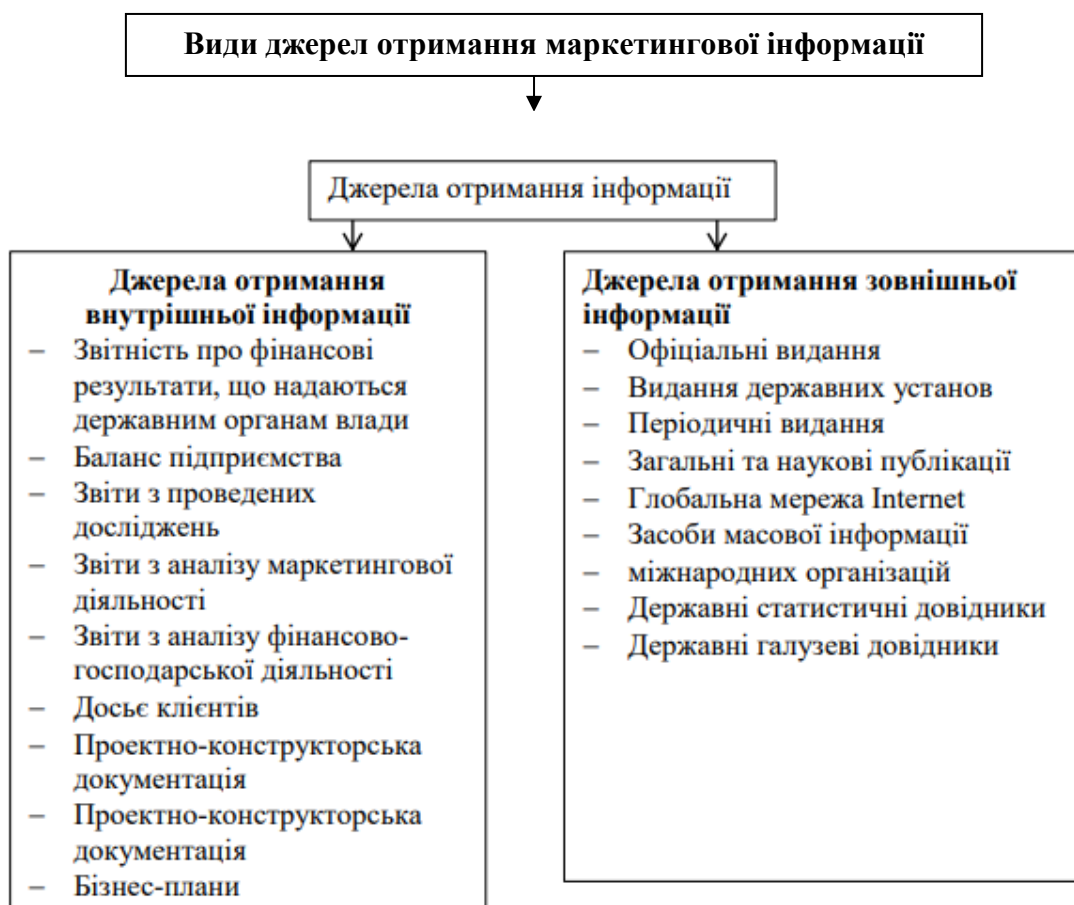
### Періодичне видання (журнал, газета)

Бабаченко Л.В., Британ Т.Ю., Жидок В.В., Михайлова М.В. Взаємозв'язок маркетингової та логістичної діяльності на підприємстві. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2020. № 2 (32). С. 130-138.  
 Дучинська Н.І., Склема Г.В. Інтернет-маркетинг в Україні. *Вісник Дніпропетровського університету*. Серія: Економіка. 2017. Т.25. Вип. 11 (1). С.89-92.  
 Кордзя Н.Р. Інтернет-маркетинг та його сучасний стан в Україні. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Сер.: Економічні науки. 2015. Вип.12 (2). С.17-20.

### Електронні ресурси

Кириченко Н. В., Алещенко Л. О. Сучасний стан та перспективи розвитку інтернет-маркетингу в епоху пандемії covid-19. *Ефективна економіка*. 2021. №12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=9750> (дата звернення: 19.01.2022).  
 Харьковчук О. Динаміка зростання аудиторії соціальних мереж: порівнюємо квартальні звіти DataReportal за 2020 і 2021 роки. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/dinamika-rosta-auditorii-socialnyh-setej-cravnivaem-kvartalnye-otchety-datareportal-za-2020-i-2021-gody/> (дата звернення: 15.12.2021).

## 6. Джерела інформації стосовно маркетингової діяльності

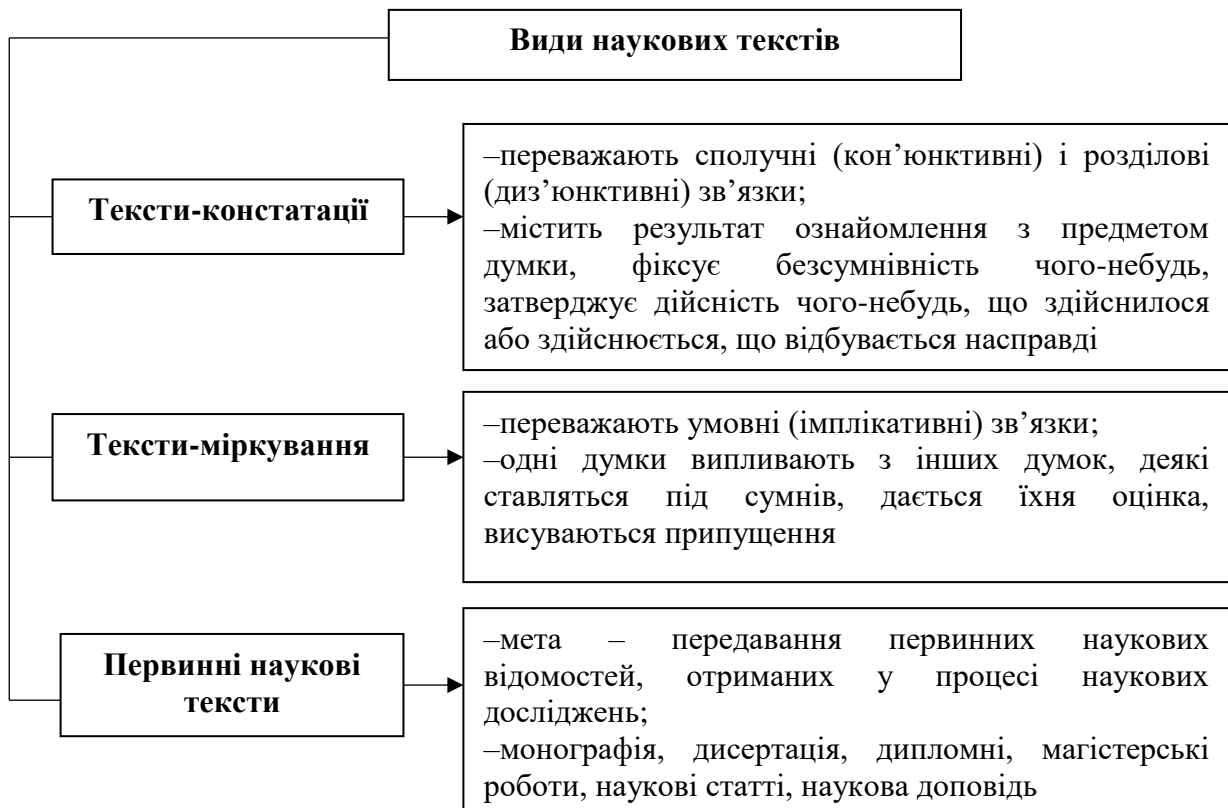
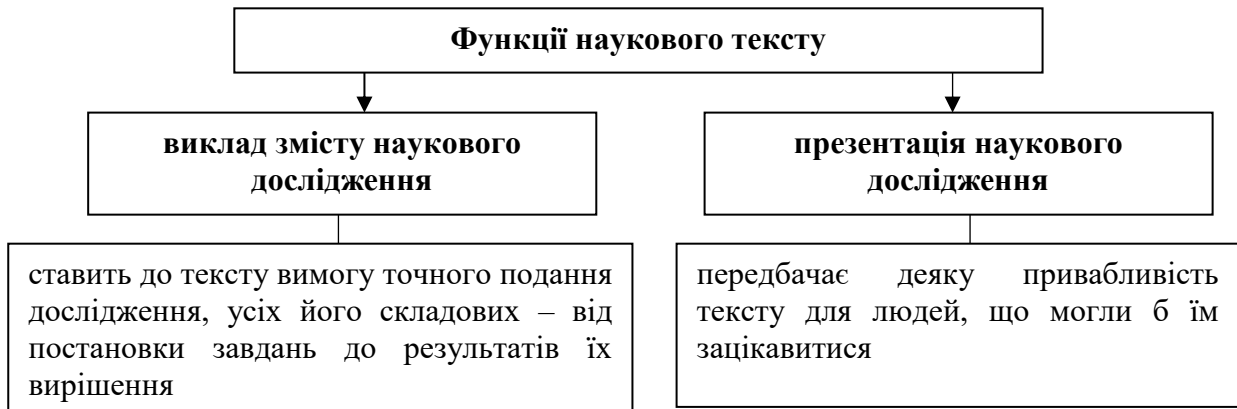
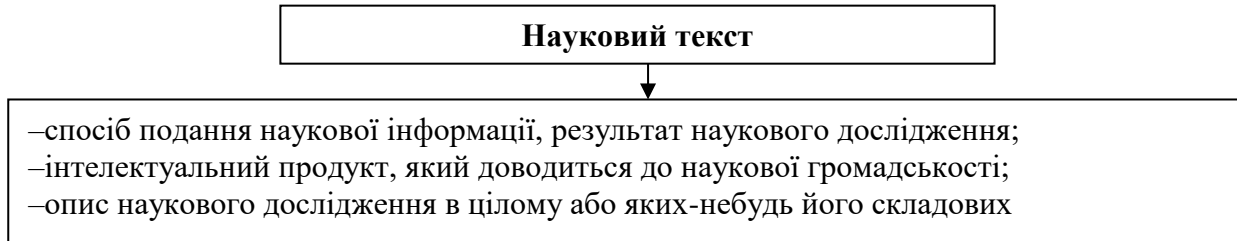


	Посилання
Міністерство економіки України	<a href="http://www.me.gov.ua/">http://www.me.gov.ua/</a>
Міністерство фінансів України	<a href="https://www.minfin.gov.ua/">https://www.minfin.gov.ua/</a>
Національний банк України	<a href="http://www.bank.gov.ua/">http://www.bank.gov.ua/</a>
Державна служба статистики України	<a href="http://www.ukrstat.gov.ua">http://www.ukrstat.gov.ua</a>
Національна бібліотека України ім. І.В.Вернадського	<a href="http://www.nbuv.gov.ua/">http://www.nbuv.gov.ua/</a>
Наукова бібліотека Національного університету «Чернігівська політехніка»	<a href="http://library2.stu.cn.ua">http://library2.stu.cn.ua</a>
Національний інститут стратегічних досліджень при Президентові України	<a href="http://www.niss.gov.ua/">http://www.niss.gov.ua/</a>
Урядовий портал	<a href="http://www.kmu.gov.ua/">http://www.kmu.gov.ua/</a>
Українська асоціація маркетингу	<a href="http://uam.in.ua">http://uam.in.ua</a>
Американська асоціація маркетингу	<a href="https://www.ama.org">https://www.ama.org</a>
Маркетинговий портал	<a href="http://www.marketing-research.in.ua">http://www.marketing-research.in.ua</a>
Український маркетинг-форум	<a href="https://marketingforum.com.ua">https://marketingforum.com.ua</a> <a href="http://www.marketingclub.org.ua">http://www.marketingclub.org.ua</a>
Телеграм-канал: Маркетинг UA	<a href="https://t.me/marketing_ukr">https://t.me/marketing_ukr</a>

## Тема 4. Науковий текст і вимоги до нього

1. Специфіка наукового тексту.
2. Робота над науковим текстом.
3. Структура наукового тексту.
4. Загальні вимоги до оформлення наукового тексту.

### 1. Специфіка наукового тексту





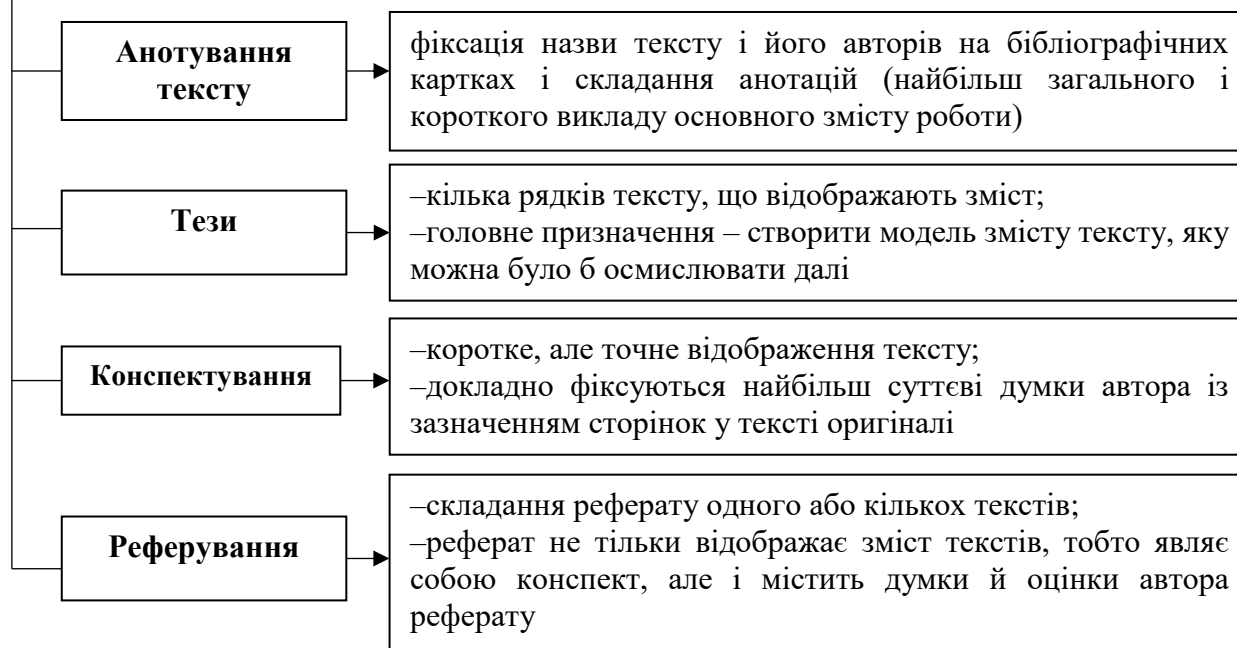
### Основні особливості наукового тексту

- орієнтований на сферу раціонального мислення;
- широке використання понятійного, категоріального апарату науки;
- призначення не в тому, щоб змусити повірити, а в тому, щоб довести, обґрунтувати, аргументувати істину;
- написаний мовою тієї науки, яку відображає;
- жанровість

### Науковий текст як об'єкт наукового осмислення

- виступає як продукт дослідження, тому що містить ті або інші наукові ідеї, обґрунтування, аргументації, тобто відоме або принципово нове знання;
- виступає як джерело наукової методології і джерело фактологічної інформації, яку одержує і переробляє дослідник;
- є деяким позитивним або негативним зразком інтелектуального продукту

### Методи фіксації і збереження наукової інформації

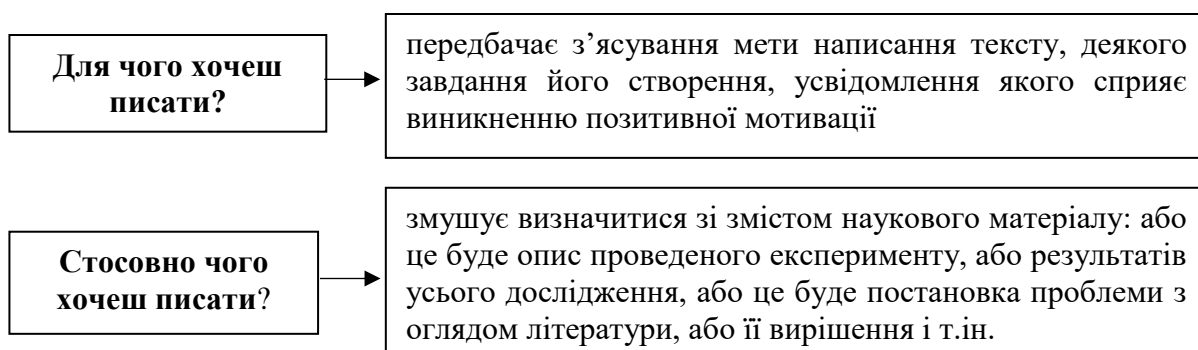


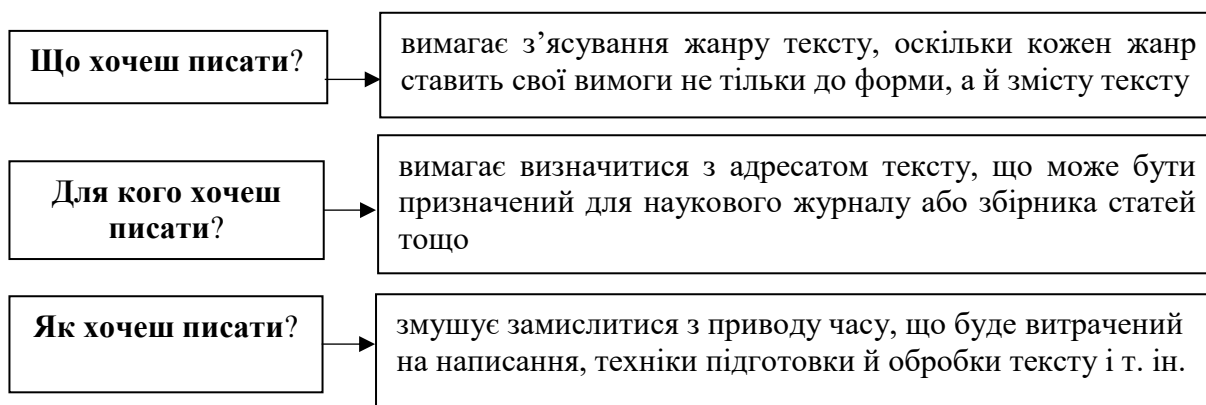
### Науковий текст

- своєрідна суміш кількох різновидів простих текстів:
- оглядового;
  - методологічного;
  - емпірико-фактологічного;
  - теоретичного;
  - пояснювального;
  - додаткового



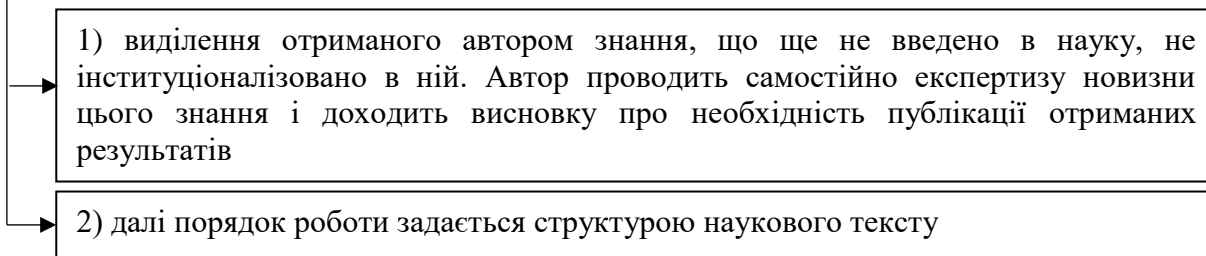
## 2. Робота над науковим текстом





Відповіді на ці запитання органічно пов'язані між собою і можуть допомогти сформулювати задум роботи, визначити зміст і форму викладу.

### Етапи створення наукового тексту



Найбільш складне в роботі над текстом – це доведення його до остаточного варіанта.

### Навички написання текстів та їх формування

Чітко освоюйте нормативні вимоги до текстів (вимоги до наукових статей і дисертацій, вимоги редакцій до публікацій у тих або інших журналах і наукових збірниках).

Перед підготовкою тексту необхідно чітко сформулювати наукову ідею, що має бути викладена.

Перш ніж опублікувати текст, його обов'язково потрібно удосконалити: врахувати вимоги друкованого видання, уточнити думки, надати необхідну форму тощо.

Намагайтеся до опублікування тексту одержати критичні зауваження з боку фахівців і переосмислити їх.

Необхідно набувати звички до перероблення, доробки і переробки текстів.

### Рекомендації для вченого, який пише, канадського ученого Г. Сельє

1. Перші кроки самого процесу писання – найважчі. Після того як цей бар'єр подоланий, усе піде по інерції. Не починайте роботу, якщо ви втомилися від попередньої підготовки; нехай напередодні у вас буде досить часу, щоб привести все в повну готовність. А потім, ранком, починайте на свіжу голову.



2. Не починайте писати занадто рано, коли не вистачає аргументів, а ентузіазму предосить.

3. Уважно ставтеся до заголовків. Наскільки можливо, заголовок статті має бути зрозумілий навіть неспеціалістам.

4. Використовуваний словник повинен відзначатися простотою і точністю. Не треба боятися застосування незвичайного слова, якщо воно краще від будь-якого іншого може передати вашу думку, але жаргону варто уникати, але тільки не ціною зайвої багатослівності й туманності викладу.

5. Потрібно уникати різних форм, що ввійшли у звичний вжиток, перебільшення, скажімо, опису кожної значимої зміни як помітної або яскраво вираженої. Не слід говорити про «ретельне обстеження» або «високоточне зважування», якщо це обстеження і зважування виконувалося звичайним чином.

### 3. Структура наукового тексту

#### Структурні елементи наукового тексту

- назва;
- зміст;
- анотація/резюме;
- вступ;
- опис проблеми;
- аналіз варіантів та обґрунтування власних наукових положень, опис проведеного дослідження й отриманих результатів;
- висновки та рекомендації;
- додатки;
- бібліографія

#### Постановочна частина

- входять вступ та опис проблеми;
- визначаються проблема, мета і завдання, гіпотези і методи дослідження, а також відзначається зв'язок даного дослідження з іншими дослідженнями

#### Дослідницька частина тексту

дає аналіз варіантів та обґрунтування власних наукових положень, опис проведеного дослідження й отриманих результатів

#### Заключна частина тексту

робляться висновки і даються рекомендації для проведення подальших наукових досліджень і використання результатів у практичному житті

**Мистецтво підготовки наукового тексту**

полягає в тому, щоб не тільки рельєсно відобразити окремі складові наукового тексту, а й інтегрувати їх у цілісність

**Складання начерку наукового тексту**

- почати перед власне написанням;
- допоможе спланувати загальну спрямованість і логіку дослідження;
- дасть змогу вирішити, що має стати ключовою ідеєю дослідження та який найефективніший підхід можна застосувати для того, щоб побудувати науковий текст з метою переконливо передати цю ідею;
- вказе на ті місця в документі, де необхідно навести більше доводів;
- є особливо корисним для того, щоб сконцентрувати увагу на аргументації, як провідній ідеї аналітичного дослідження;
- допоможе вибрати ті дані, які будуть використовуватися як доводи на підтримку авторської позиції, а також відкинути ті дані, які вміщувати немає необхідності

**Назва**

- починається процес передання ідей наукового дослідження;
- читачі можуть використовувати як один із критеріїв вибору – читати документ чи ні;
- ефективна назва документа має швидко дати читачам уявлення про предмет, спрямованість і проблему аналітичного дослідження

**Риси ефективної назви**

- бути описовою, тобто окреслювати предмет і проблему аналітичного дослідження;
- бути якомога чіткішою й зрозумілішою;
- бути стислою й лаконічною;
- бути цікавою для читачів

**Запитання для формулювання й редагування назви наукового тексту**

1. Який підхід до формулювання назви найкраще відповідає вашій меті?
2. Чи назва є ефективною (описовою, чітко зрозумілою, стислою й цікавою)?
3. Наскільки добре назва відповідає змісту наукового дослідження та репрезентує його?

### Зміст

- це загальна схема або огляд структури наукового тексту;
- складається з системи заголовків і підзаголовків, що не тільки показує загальну організацію документа, але й ілюструє основні розділи й підрозділи;
- відіграє роль путівника, який веде читача через увесь науковий текст;
- допомагає читачам зрозуміти логіку автора в організації й структуризації документа;
- спрямовує читачів до конкретних розділів, які містять інформацію, що може їх особливо зацікавити;
- допомагає при швидкому оглядовому читанні для того, щоб зрозуміти спрямованість та основні проблеми, розглянуті в тексті

### Анотація і резюме

складники відповідають структурі основного тексту документа

- мета наукового дослідження;
- визначення й опис проблеми;
- оцінювання альтернатив;
- висновки та рекомендації

#### Анотація

- дає стислий огляд документа (головної теми і порушених у документі проблем);
- підкріплює аналітичний документ, і вводить читачів у документ, безпосередньо посилаючись на нього в тексті анотації від початку і до кінця;
- націлена на те, щоб зацікавити читачів прочитати весь аналітичний документ

#### Резюме

- детальний конспект усього документа (конспективний виклад всіх його основних частин та висновків);
- задовольнити потреби тих читачів, які не читатимуть увесь документ, а також читачів, яких передусім цікавлять результати й висновки дослідження та пропонувані рекомендації

### Вступ

- встановлює і визначає головний зміст основного тексту наукового документа;
- представлення контексту, суті проблеми дослідження та розкриття основних передумов проведеного дослідження

### Структурні компоненти вступу

- контекст проблеми дослідження;
- визначення проблеми дослідження;
- виклад намірів (мети) дослідження;
- методологія та обмеженість дослідження;
- «дорожня карта» дослідження

### Контекст проблеми дослідження

- важливо, щоб ця частина вступу була насиченою і стислою, оскільки читачі можуть втратити інтерес, якщо документ відкривається занадто загальним або деталізованим описом контексту;
- в центрі уваги має бути не контекст взагалі, а контекст проблеми дослідження;
- контекст проблеми визначає зміст вступу, так само як і всього наукового тексту

### Визначення проблеми дослідження

- ця частина вступу є переходом від інформації загального плану до конкретної проблеми, центральної в дослідженні;
- цей компонент ключовий для переконання читача у правильності думки автора про те, що існує нагальна проблема, і що дане дослідження варто прочитати, бо в ньому запропоновані можливі шляхи її розв'язання;
- цей компонент повинен чітко розкривати погляд автора на проблему, щоб читачі могли зрозуміти альтернативні варіанти вирішення проблеми та рекомендації, які будуть запропоновані в науковому тексті

### Запитання для визначення проблеми дослідження

- У чому полягає проблема?
- Як ця проблема впливає на суспільство?
- Які складові проблеми?
- Які прикметники можна вжити для опису проблеми?
- Які ключові питання або суперечки пов'язані з цією проблемою?

### Виклад намірів (мети)

- цей компонент, як правило, складається з одного чи двох речень, в яких сформульована мета дослідження;
- дає початок процесу побудови аргументації, ключової для наукової роботи;
- розкриває ставлення автора до проблеми і тісно зв'язаний з визначенням проблеми

### Методологія й обмеженість дослідження

- надається короткий огляд використаної в аналітичному дослідженні методології, тобто, які види й методи аналізу застосовувалися та які змінні оцінювалися;
- цей компонент вступу важливий для встановлення довіри до автора як дослідника;
- допомагає продемонструвати, що наведені в науковій роботі аналіз і аргументи ґрунтуються на солідному досвіді

### «Дорожня карта» дослідження

- завершальний компонент вступу;
- дає загальне уявлення про те, як організовано науковий текст;
- допоможе читачеві підготуватися до прочитання великого та потенційно складного дослідження

### Опис проблеми

- виявляє, визначає й розвиває суть проблеми, яка досліджується;
- охоплює її різноманітні виміри: умови, причини, обмеження, конфлікти, інтереси та цінності, ролі й обов'язки, результати та впливи;
- повинен зосереджуватися на окресленні проблеми в її минулому й сьогоdnішньому контексті;
- має окреслити рамки, в яких далі будуть докладно аргументовані варіанти вирішення проблеми;
- має бути доволі вичерпним, щоб закласти міцне підґрунтя для подальшого ретельного розгляду проблеми

### Компоненти опису проблеми

#### 1. Передісторія проблеми

розкриває історію проблеми: її причини; правовий, політичний, економічний, екологічний, соціальний аспекти проблеми в минулому; напрями політики, впроваджені в минулому для розв'язання проблеми та їх наслідки

#### 2. Проблема в поточному середовищі

розкриває сьогоdnішній статус проблеми: її сучасні правові, соціальні, економічні, екологічні, політичні контексти і впливи; обсяг проблеми на цей момент; поточна політика, яка впроваджується для розв'язання проблеми; успіхи і невдачі нинішніх підходів

### Правила використання тексту

- послідовність – встановлення прозорих зв'язків між кожною з частин для того, щоб виникла цілісна загальна картина всієї аргументації;
- побудова переконливої аргументації;
- поділ тексту на абзаци;
- використання первинних і вторинних джерел

### Модель аргументації філософа Стівена Тулміна

–будь-який аргумент складається з трьох основних компонентів: твердження, підкріплення і доказу;  
 –твердження – це виклад вашої позиції/аргументу;  
 –підкріплення – це фактичні дані, які ви наводите для підтримки свого твердження;  
 –доказ пояснює зв'язок між твердженням і підкріпленням. Він може бути не завжди явно виражений, якщо автор вважає, що зв'язок і так очевидний для читацької аудиторії

### Абзац

–найменша одиниця наукового тексту;  
 –служить для позначення як логічного, так і фізичного поділу тексту;  
 –допомагає організувати аргументацію і легко зрозуміти кожен її компонент;  
 –допомагає тим читачам, котрі швидко переглядають дослідження для загального уявлення про його зміст;  
 –не має бути довгим.  
 Досвідчені дослідники підтверджують, що для оптимального сприйняття він має містити 7 плюс – мінус 2 окремих висловлення.

У кожному абзаці, як правило, розвивається один аргумент, зазначений у ключовому реченні. Ключове речення – це виклад позиції, яка обстоюється в абзаці (за термінологією Тулміна – твердження).  
 Певне ключове речення в абзаці може бути початком нового аргументу або розвитком конкретного аспекту ширшої аргументації.

### Типові прийоми для встановлення послідовних зв'язків

–повторення ключових слів;  
 –використання паралельних структур, тобто схожих конструкцій фраз і речень;  
 –використання сполучних слів і фраз, як-то: потім, далі, наприклад, крім цього, також, однак

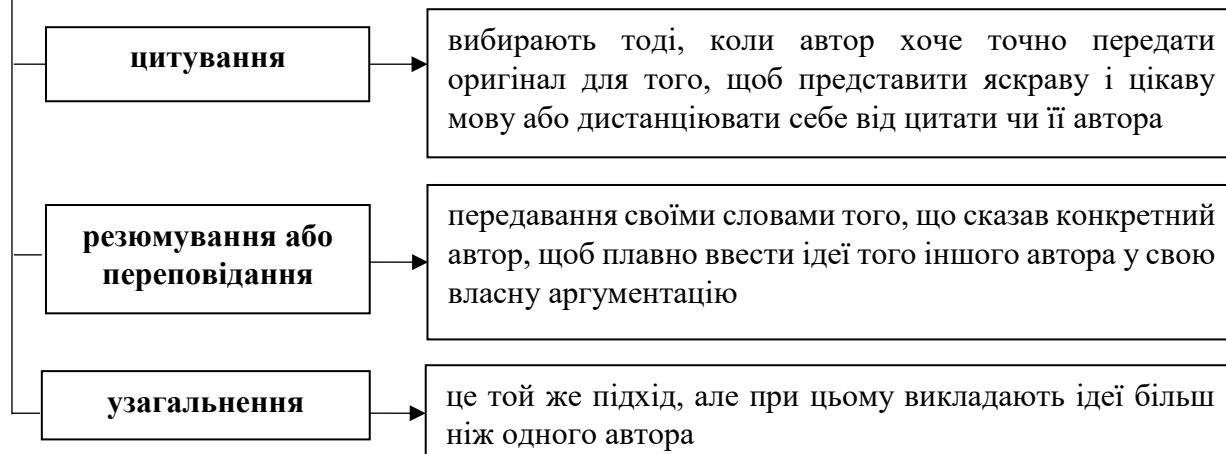
### Використання первинних і вторинних джерел

–щоб переконати читача в тому, що аргументація є достовірною, необхідно представити доводи з багатьох первинних і вторинних джерел (можна продемонструвати глибину розуміння теми і суті проведеного дослідження);  
 –вибираючи джерела, які варто включати, слід також брати до уваги тему дослідження, географічну спрямованість, види доступних даних та аудиторію

### Типова помилка

- домінування джерел в роботах авторів;
  - може призвести до втрати чіткої спрямованості аргументації.
- Власні позиції в аргументації стають не такими рельєфними, якими мають бути.

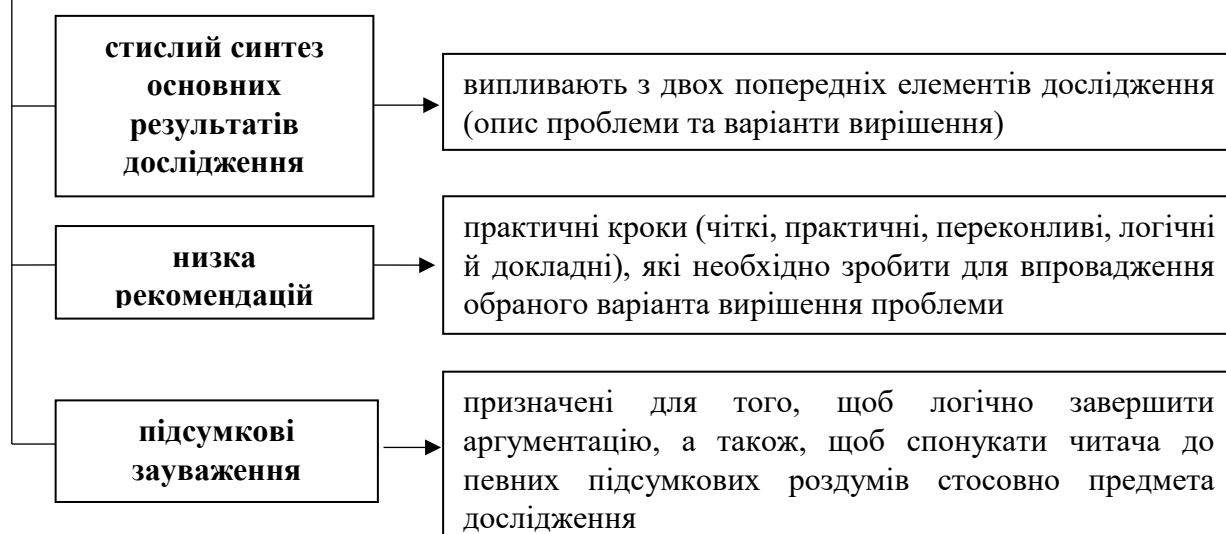
### Основні способи включення вторинних джерел у наукові роботи



### Висновки та рекомендації

- останній елемент наукового тексту;
- синтезує основні результати дослідження, окреслює запропонований автором курс дій в напрямку розв'язання аналізованої в роботі проблеми і в такий спосіб завершує наукову роботу;
- допомагає читачам одержати чітке загальне уявлення про дослідження в цілому;
- від них залежить стійке враження читача про весь документ

### Структурні компоненти елемента «висновки та рекомендації»



### Бібліографія, або список використаних джерел

–є ключовим елементом наукового тексту, оскільки полегшує читачам доступ до засад авторської аргументації;  
–міститься наприкінці роботи, але готується на самому початку її написання

### Види робіт у списку джерел

- 1) основні державні документи, Конституція України, закони України, укази Президента України, постанови Верховної Ради України, постанови і розпорядження Кабінету Міністрів України, доповіді і виступи державних діячів України;
- 2) наукові монографії, присвячені об'єкту дослідження і деяким аспектам предмета, що вивчається;
- 3) наукові монографії, що розглядають ті чи інші аспекти предмета дослідження;
- 4) наукові статті в журналах, що висвітлюють ті або інші аспекти предмета дослідження;
- 5) літературні джерела, що дають характеристику тим методам дослідження, що застосовуються при проведенні дослідження;
- 6) документи державної статистики, архівів, звіти соціологічних та інших досліджень, документи і звіти місцевих органів державної влади і місцевого самоврядування, що містять аналізовану інформацію;
- 7) публікації в засобах масової інформації (газетах, журналах, Інтернеті), що акцентують проблему або вказують на способи її вирішення;
- 8) зарубіжні публікації на іноземних мовах з тих або інших аспектів наукової праці;
- 9) власні публікації автора роботи

### Додатки

–підкріплюють і доповнюють основну аргументацію наукового дослідження;  
–автор має робити посилання на кожен додаток у відповідних місцях тексту документа;  
–не є обов'язковим елементом, їх не варто включати без потреби

## 4. Загальні вимоги до оформлення наукового тексту

1. Текст роботи має бути чітко структурованим, поділятися на розділи і підрозділи. Кожен розділ роботи -самостійне наукове дослідження з деякої складової загальної проблеми.  
Кожна складова повинна бути викладена в тексті.  
Одночасно текст повинен бути цілісним, а не фрагментарним.

2. Текст має більш деталізований розподіл на значеннєві частини, абзаци і речення, що вимагають спеціального пророблення.  
Всі абзаци мають бути обґрунтованими і зводитися до викладу однієї думки.  
Споріднені думки, присвячені одній темі, можуть утворювати елементарну рубрику тексту.



3. Текст роботи має відрізнятися композиційністю.

Термін «композиція» означає зіставлення, додавання, сполучення, поєднання в єдине ціле у певному порядку, співвідношення сторін, що разом складають (компонують) визначену форму.

Теорія композиції висуває такі вимоги до тексту роботи, як цілісність, закінченість, симетричність, ритмічність.

4. Текст не має бути декларативним.

Щоб зробити висновки про який-небудь процес або явище, обов'язково потрібно застосувати деякі аналітичні процедури: порівняти об'єкти між собою, виявити специфіку, знайти тенденцію (до зростання, стабілізації, зниження) і т.ін.

Текст роботи вимагає логічно-послідовного викладу.

5. Системний підхід забезпечує текст системною логікою.

Важливо шукати особливості складу, структури системи; виділяти її зовнішні і внутрішні функції, шукати системоутворюючі фактори.

6. Написання наукової праці з погляду творчого підходу аналогічне написанню шкільного твору з літератури.

Не потрібно процес створення тексту замінювати процесом інтегрування чужих думок, а також – механічним «склеюванням» шматків чужого тексту.

7. При викладі матеріалу необхідно уникати понять, які не можна однозначно інтерпретувати.

До цих понять варто віднести такі вислови, як «підвищити», «розширити», «поліпшити», «активізувати», «реформувати».

Вживання цих понять обов'язково вимагає конкретизації: як, яким шляхом це можна зробити.

8. Цифри і факти в тексті можуть вигідно вирізняти його серед інших (коли цифри вживаються вдало, всебічно осмислюються), а можуть виступити і його істотним недоліком (коли текст ними переповнений і висновки не випливають із набору фактів).

9. У тексті не має бути повторів. Це особливо стосується заключних висновків і практичних рекомендацій. При написанні висновку автор повинен вийти на новий рівень систематизації й узагальнення пропонованих висновків і рекомендацій.

10. Текст має бути завершеним, являти собою деяку цілісність.

11. Науковий текст, як правило, позбавлений авторського «Я». Найкраще в тексті використовувати безособову форму викладу.

12. Науковий текст має відрізнятися стислістю і ясністю викладу, бути максимально точним і чітким.

13. Автор повинен перечитати текст із погляду стилю викладу, мови, його літературної якості. Для цього необхідно звернути особливу увагу на його редагування, внесення виправлень і змін. При побудові пропозицій потрібно прагнути до їх стислості й узгодження відмінків.



**Ілюстрації**

- необхідно застосовувати тільки тоді, коли вони дають змогу краще подати і зрозуміти науковий матеріал;
- повинні обов'язково бути з відповідними вербальними поясненнями;
- повинні мати цілком визначене місце в тексті, бути «прив'язаними» до тексту;
- мають бути чіткими та оригінальними;
- при ілюструванні великих наукових робіт найбільш складні ілюстрації найкраще поміщати в додаток;
- стиль оформлення ілюстрацій має бути єдиним і відповідати встановленим до них вимогам

**Таблиця**

- заголовки граф повинні бути короткими і починатися з великих літер;
- рекомендується уникати повторів тематичного заголовка в заголовках граф, виносити в загальний заголовок слова, що повторюються;
- одиниці виміру позначаються в тематичному заголовку;
- підзаголовки граф повинні починатися з малих літер, якщо вони складають одне речення із заголовком, і з великих, якщо вони є самостійними

**Посилання в тексті**

- подавати тільки у квадратних дужках: [1], [1; 6], [1-6];
- посилання на конкретні сторінки: [1, с. 5];
- посилання на кілька праць: [1, с. 5; 6, с. 25-33];
- посилання на багатотомний документ в цілому: [3, т. 2, с. 170];
- посилання у тексті зазвичай робиться в кінці речення;
- неприпустимо подавати посилання на неопубліковані та незавершені праці;
- слід давати посилання на джерело при непрямому цитуванні

**Цитата**

береться в лапки і обов'язково має посилання на джерело із зазначеним номером сторінки.

Цитати зазвичай наводять:

- для підтвердження власних аргументів;
- як посилання на авторитетне джерело;
- для критичного аналізу того чи іншого твердження.

В інших випадках краще робити непряме цитування.

Відомі тези і твердження авторитетних дослідників подаються на початку статті, а основний обсяг статті присвячується викладу власних думок.

Для підтвердження достовірності своїх висновків і рекомендацій не слід наводити висловлювання інших учених, оскільки це свідчить, що ідея дослідника не нова, була відома раніше і не підлягає сумніву.

## Тема 5. Підготовка кваліфікаційної роботи магістранта

1. Кваліфікаційна робота та її структура. Етапи виконання кваліфікаційної роботи.

2. Основні вимоги до вступу.

3. Зміст основної частини кваліфікаційної роботи.

4. Вимоги до оформлення кваліфікаційної роботи.

### 1. Кваліфікаційна робота та її структура. Етапи виконання кваліфікаційної роботи

#### Кваліфікаційна робота

підсумкова індивідуальна письмова робота, яка дає змогу отримати комплексне уявлення про рівень засвоєння теоретичних знань та практичної підготовки, здатність до самостійної роботи за обраною спеціальністю

#### Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеню «магістр» з маркетингу

повинна

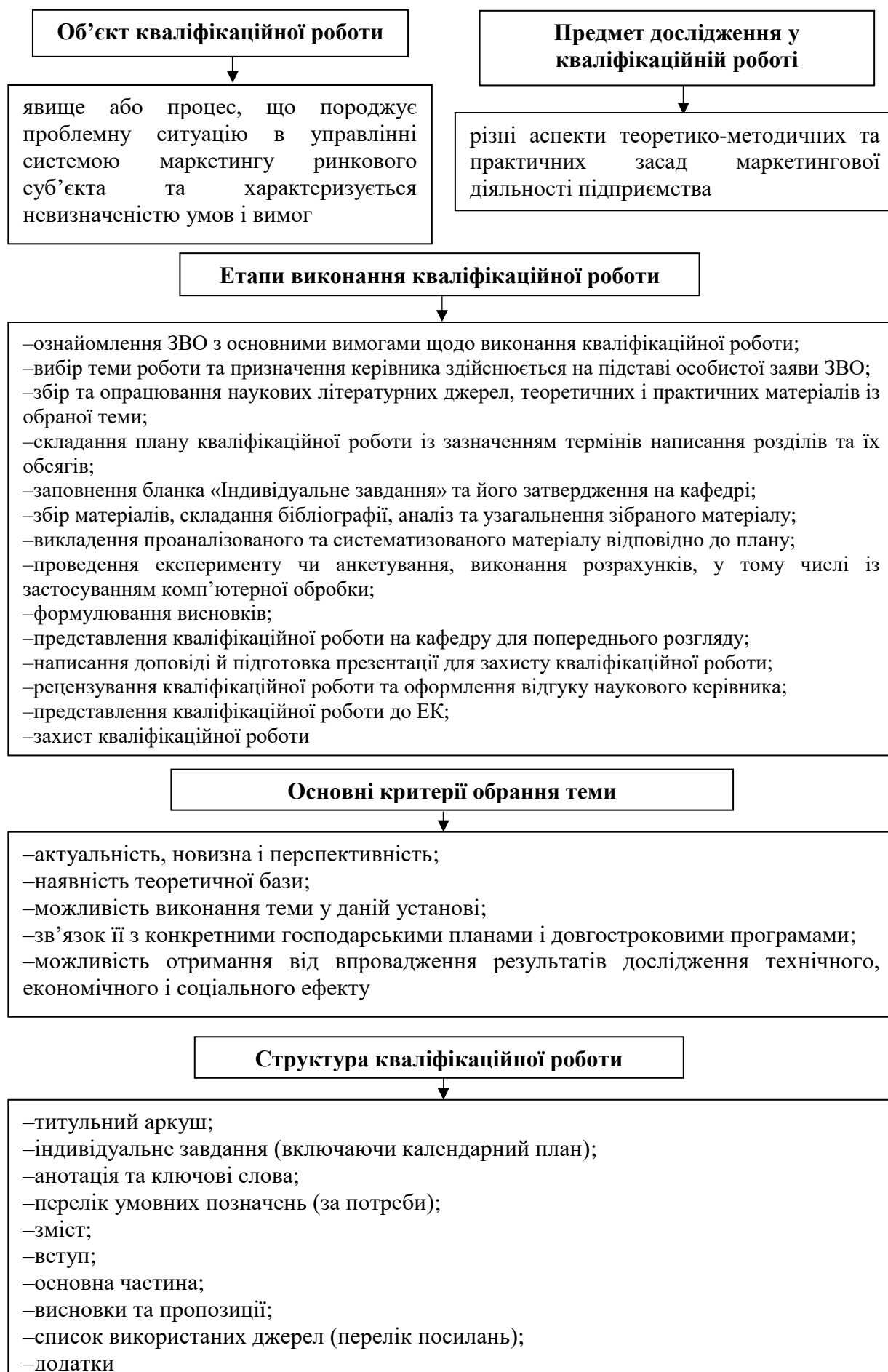
- передбачати розв’язання спеціалізованої проблеми у сфері сучасного маркетингу, пов’язаної з вирішенням конкретних прикладних задач;
- мати внутрішню єдність;
- містити сукупність результатів наукових досліджень, здобутих автором самостійно в результаті їх проведення на підставі отриманих знань, умінь і досвіду

#### Основна мета кваліфікаційної роботи

остаточне формування у здобувача вищої освіти **інтегральної компетентності** – здатності розв’язувати складні задачі і проблеми у галузі управління системою маркетингу або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог

#### Основні завдання кваліфікаційної роботи

- систематизація, закріплення та поглиблення набутих знань з теорії маркетингу, а також формування умінь застосування цих знань для вирішення конкретних практичних завдань;
- систематизація та творчий, критичний аналіз найновіших теорій і їх інтерпретацій, методів і практичних прийомів маркетингу в сучасній вітчизняній і світовій науковій літературі за темою дослідження з метою розробки на цій основі власних рекомендацій щодо розв’язання маркетингових проблем конкретних підприємств;
- розвиток компетенцій самостійної науково-дослідної роботи та оволодіння методикою теоретичних і науково-практичних досліджень для вирішення проблем, визначених у кваліфікаційній роботі;
- набуття компетенцій систематизації отриманих результатів досліджень, формулювання нових висновків і положень, обґрунтування власних пропозицій;
- набуття досвіду наукового спілкування та дискусії під час презентації та публічного захисту кваліфікаційної роботи



### Календарний план написання кваліфікаційної роботи

№	Назва етапів роботи	Термін виконання	Примітки
1	Вибір теми кваліфікаційної роботи		
2	Підбір і опрацювання літератури		
3	Написання кваліфікаційної роботи		
3.1	Робота над 1-м розділом		
3.2	Збір матеріалу для 2-го розділу роботи, написання 2-го розділу		
3.3	Формування пропозицій та проведення розрахунків для 3-го розділу		
3.4	Кінцеве оформлення кваліфікаційної роботи		
4	Попередній захист кваліфікаційної роботи		
5	Перевірка на плагіат		
6	Рецензування кваліфікаційної роботи		
7	Захист кваліфікаційної роботи		

#### Анотація

- написана українською та однією з іноземних мов (переважно – англійською);
- розміщується на окремому аркуші разом з ключовими словами;
- передуює змісту

Зазначаються:

- прізвище та ініціали ЗВО,
- тема кваліфікаційної роботи;
- основний зміст та результати.

Обсяг анотації:

800-1000 знаків.

Викладення матеріалу в анотації повинно бути стислим і точним.

Необхідно використовувати стандартизовану термінологію, уникати складних граматичних зворотів, маловідомих термінів і символів.

#### Ключові слова

- слова специфічної термінології за темою, які найчастіше зустрічаються в роботі;
- наводяться після анотації в називному відмінку відповідною мовою;
- кількість – 5-7

#### Перелік умовних позначень

- (за необхідності) подається з нового аркуша і має включати пояснення всіх застосовуваних у роботі непоширених специфічних та маловідомих скорочень, нових символів, термінів тощо;
- розміщують перед змістом, після анотації та списку ключових слів;
- слід друкувати в дві колонки: у лівій за абеткою наводяться скорочення, а в правій – їх детальне розшифрування.

Якщо в роботі спеціальні терміни, скорочення, символи, позначення повторюються менше трьох разів, перелік не складають, їхнє розшифрування наводиться в тексті при першому згадуванні.

### Зміст кваліфікаційної роботи



–має включати:

- вступ,
- найменування всіх розділів, підрозділів,
- висновки,
- список використаних джерел,
- додатки

Навпроти кожної позиції проставляються номери сторінок, які вказують на початок викладення матеріалу.

–повинен:

- відповідати темі дослідження,
- відображати суть проблеми,
- мати чітку логіку поєднання теоретико-методичної, аналітичної та практичної частин

## 2. Основні вимоги до написання вступу

### Структура вступу



- актуальність теми;
- зв'язок з науковою темою кафедри;
- ступінь дослідження проблеми;
- мета і завдання дослідження;
- об'єкт і предмет досліджень;
- методи дослідження;
- наукова новизна одержаних результатів;
- практична значущість отриманих результатів;
- апробація результатів досліджень;
- структура роботи

Обсяг вступу, зазвичай, не повинен перевищувати 2,5–3 сторінки.

### Актуальність теми роботи



–подається у вигляді критичного аналізу та шляхів розв'язання проблеми, обґрунтування необхідності досліджень для підприємств та організацій;

–має містити:

- обґрунтування маркетингової проблеми, яка спонукала до проведення даного наукового дослідження, оцінку її сучасного стану та важливості для підприємств України;
- зазначення провідних вчених, які досліджують дану сферу;
- виділення питань, які потребують вирішення

### Зв'язок роботи з науковою темою кафедри

Кваліфікаційна робота є складовою частиною наукових досліджень кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики Національного університету «Чернігівська політехніка», відповідає напрямку її наукового дослідження та виконана в межах наукової теми.

### Приклад

Кваліфікаційна робота виконана відповідно до тематики науково-дослідних робіт кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики Національного технічного університету «Чернігівська політехніка» в межах виконання наукової теми: НДР № \_\_\_\_\_ «\_\_\_\_\_», де особисто автором узагальнено теоретико-методичні засади маркетингової товарної політики та обґрунтовано практичні рекомендації щодо вдосконалення стратегії реалізації маркетингової товарної політики на ПрАТ ЧВФ «Берегиня».

### Мета дослідження

–тісно переплітається із сформульованою темою дослідження і повинна чітко вказувати, що саме досягається даним дослідженням;  
–це запланований конструктивний результат, тому вона обов'язково повинна бути досягнута.  
Досягнення мети має чітко визначатись у висновках кваліфікаційної роботи.

### Завдання дослідження

повинні бути чітко і ретельно сформульованими та відображати тематику дослідження. Заголовки підрозділів визначаються саме з формулювання завдань дослідження, а описання їх вирішення становить зміст підрозділів роботи. Завдання визначаються у формі перерахунку (обґрунтувати..., описати..., встановити..., визначити..., виявити... і т.д.). Загалом кількість завдань у кваліфікаційній роботі становить 5-8.

### Приклад мети дослідження

удосконалити теоретико-методичні та практичні аспекти вирішення обраної для розгляду проблеми.

**Метою кваліфікаційної роботи** є обґрунтування теоретичних засад та практичних рекомендацій щодо покращення використання маркетингових інструментів відділом міжнародних зв'язків НУ «Чернігівська політехніка».



### Приклад завдань дослідження

Для досягнення даної мети в роботі поставлено та вирішено наступні **завдання**:

- розкрити сутність та особливості освітніх послуг;
- охарактеризувати маркетингові інструменти у сфері освітніх послуг та визначити напрями їх використання;
- дослідити місце НУ «Чернігівська політехніка» на ринку освітніх послуг;
- проаналізувати маркетингове середовище НУ «Чернігівська політехніка» та його структурного підрозділу відділу міжнародних зв'язків;
- оцінити використання маркетингових інструментів у діяльності відділу міжнародних зв'язків НУ «Чернігівська політехніка»;
- запропонувати шляхи вдосконалення використання маркетингових інструментів для надання освітніх послуг відділом міжнародних зв'язків НУ «Чернігівська політехніка»;
- сформувані маркетингові заходи щодо активізації навчання іноземних студентів у НУ «Чернігівська політехніка».

### Об'єкт дослідження

є однією із сторін діяльності господарюючого суб'єкта (процес чи явище, що породжує проблемну ситуацію й обране для вивчення), визначається з вибором теми. Визначення об'єкта пов'язано з відповіддю на питання: що розглядається?

### Предмет дослідження

–міститься в межах проблемного об'єкта, який потребує вирішення (позначає аспект розгляду об'єкта). Визначення предмета пов'язано з відповіддю на питання: як розглядається об'єкт дослідження?  
–визначає тему наукових досліджень. Предметом дослідження є різні аспекти теоретико-методичних засад маркетингової діяльності підприємства

### Приклад

Об'єктом даного дослідження є процес маркетингової діяльності у сфері освітніх послуг.

Предмет дослідження – теоретико-практичні засади використання маркетингових інструментів у освітній діяльності відділу міжнародних зв'язків НУ «Чернігівська політехніка».

Об'єктом дослідження є впровадження нового товару на ринок.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні засади формування маркетингової стратегії виведення нового товару на ринок.

### Методи дослідження

- подають перелік використаних методів дослідження для досягнення поставленої в роботі мети;
- змістовно відзначається, що саме досліджувалось кожним методом

### Викладення методики дослідження або його інформаційного чи методичного забезпечення

Методика – розглядається як інструкція діяльності з реалізації методів дослідження. Наводиться інформаційна база дослідження та пакети прикладних програм (MS Excel, SPSS, Statistica, MathCad тощо ), за допомогою яких здійснювалось дослідження.

#### Приклад

Інформаційною базою для дослідження стали наукові праці вітчизняних та іноземних вчених з теорії економіки та маркетингу, матеріали періодичних галузевих видань, матеріали по огляду ринку освітніх послуг України, Інтернет-сайти основних конкурентів та джерела первинної інформації, а саме опитування експертів та споживачів. Для обробки даних була використана програма для роботи з електронними таблицями Microsoft Excel.

### Наукова новизна дослідження

- повинна містити результати самостійного аналітичного та експериментального характеру;
- подають коротку анотацію нових наукових положень (рішень), запропонованих здобувачем особисто;
- необхідно показати відмінність одержаних результатів від відомих раніше, описати ступінь новизни (вперше одержано, удосконалено, дістало подальший розвиток)

#### Приклади

1. Наукова новизна одержаних результатів полягає в наступному: розроблено концептуальну модель маркетингової діяльності відділу міжнародних зв'язків; запропоновано заходи щодо реалізації маркетингової стратегії позиціонування відділу міжнародних зв'язків, комерціалізації певних послуг відділу МЗ, привернення уваги потенційних іноземних здобувачів вищої освіти до НУ «Чернігівська політехніка».

2. Основні положення кваліфікаційної роботи, які мають наукову новизну та виносяться на захист, полягають у такому:

набуло подальшого розвитку:

- термінологічний апарат в частині уточнення поняття «асортиментна політика» в основі якого, на відміну від інших, покладено маркетинговий підхід;
- процес управління асортиментною політикою підприємства, який, на відміну від існуючих процесів управління, розглядається на трьох рівнях: стратегічному, тактичному та оперативному.

удосконалено:

- композицію показників, яка складається з базових показників (ширина, глибина, гармонійність, насиченість, стійкість) та доповнена показниками рентабельності товару й етапу ЖЦТ;

- процес управління асортиментною політикою підприємства, в якому, на відміну від інших, виокремлено такі етапи як «розроблення плану внесення корективів в асортимент», «розрахунок очікуваної ефективності та аналіз ризиків», «впровадження змін в асортиментну політику» та «оцінка отриманих результатів»;

- процес управління асортиментною політикою підприємства, який доповнено таким етапом як «контроль асортименту».

### Практична значущість роботи

– залежить від характеру конкретного наукового дослідження;  
 – наводиться практичне значення отриманих результатів, їх упровадження в діяльність підприємства, організації чи установи

може полягати у:

– наявності актів про впровадження результатів дослідження на практиці (в діяльність підприємств, установ);  
 – використанні наукових результатів у навчальному процесі закладів освіти

#### Приклад

Практичне значення кваліфікаційної роботи полягає в обґрунтуванні рекомендацій щодо використання маркетингових інструментів у діяльності відділу міжнародних зв'язків НУ «Чернігівська політехніка». Одержані результати дослідження використовуються при викладанні навчальних дисциплін «Маркетинг» та «Маркетинг послуг» (довідка №\_\_ від \_\_\_\_), а також запропоновані відділу міжнародних зв'язків НУ «Чернігівська політехніка (довідка №\_\_ від \_\_\_\_).

### Апробація роботи

повинна містити назви статей, тез доповідей, підготовлених за матеріалами роботи, виступи на науково-практичних конференціях, інших наукових заходах.

Вказується, на яких науково-практичних конференціях пройшло обговорення результатів дослідження.

Наводяться основні публікації за темою дослідження у наукових журналах і збірниках (статті, тези доповідей на конференціях).

#### Приклад

Апробація роботи. Основні результати дослідження доповідались на міжнародних науково-практичних конференціях, зокрема ІХ Міжнародній науково-практичній конференції студентів, аспірантів та молодих учених «Інноваційний розвиток інформаційного суспільства: економіко-управлінські, правові та соціокультурні аспекти» (м. Чернігів, 22 грудня 2020 р.); Міжнародній науково-практичній конференції здобувачів освіти та молодих вчених «Науковий простір: актуальні питання, досягнення та інновації» (Вінниця, 23-24 листопада 2021 р.) та відображені у збірниках тез, а також висвітлені у науковій статті фахового видання.

Публікації результатів дослідження. За результатами кваліфікаційної роботи автором опубліковано \_\_ наукових праць загальним обсягом \_\_ друк. арк., у тому числі \_\_ статті у фахових та наукометричних виданнях загальним обсягом \_\_ друк. арк., \_\_ – в інших виданнях обсягом \_\_ друк. арк. Особисто автору належить \_\_ друк. арк.

### Структура та обсяг кваліфікаційної роботи

анонсується структура кваліфікаційної роботи, зазначається її загальний обсяг

### Приклад

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань, додатків. Загальний обсяг роботи становить \_\_ сторінок. Обсяг основного тексту викладено на \_\_ сторінках. Робота містить \_\_ таблиці і \_\_ рисунки. Перелік посилань включає \_\_ найменувань.

## 3. Зміст основної частини кваліфікаційної роботи

### Основна частина

повинна

- згідно з планом глибоко і всебічно розкривати ключові аспекти теми;
- демонструвати вміння ЗВО ставити наукові проблеми і грамотно їх розв'язувати на основі узагальнення літературного й емпіричного матеріалу, а також на основі власної інтуїції автора роботи;

–містити:

- оцінку сучасного стану обраної маркетингової проблеми на основі аналізу вітчизняної та зарубіжної наукової літератури;
- вибір і обґрунтування теоретичних та емпіричних методів дослідження для вирішення поставлених завдань;
- формування основних результатів дослідження та їх аналіз з точки зору наукової та практичної значущості.

Кваліфікаційна робота, як правило, складається з трьох розділів (у необхідних випадках число розділів можна збільшити), які починаються постановкою завдання, що розглядається в кожному розділі, та розкривають його основні положення.

Розділи поділяються на підрозділи.

Текст роботи повинен чітко відповідати назві певного розділу.

### Перший розділ кваліфікаційної роботи

- розглядаються теоретичні аспекти досліджуваної проблеми;

–за своїм змістом повинен включати:

- виклад основних теоретичних положень, що визначають сутність та зміст досліджуваної проблеми, виходячи з мети і завдань кваліфікаційної роботи;
  - розгляд та порівняння різних точок зору провідних фахівців з досліджуваної проблематики на основі аналізу матеріалів вітчизняних і зарубіжних публікацій;
  - огляд теоретичних положень дискусійного характеру та формулювання власної авторської позиції, самостійної точки зору на проблему;
  - визначення пріоритетних аспектів проблеми, які підлягають першочерговому розв'язанню;
  - аналіз світового досвіду за темою дослідження;
  - викладення методики аналізу досліджуваної проблеми, яка буде використовуватись у наступних розділах роботи;
- складається з трьох підрозділів, які мають бути логічно пов'язані між собою;
- завершується стислими висновками

### Підрозділ 1.1

–дослідження основних категорій, які є предметом дослідження;  
 –систематизація та критичне осмислення основних маркетингових явищ та процесів, їх визначень, змісту, форм та видів, узагальнення;  
 –основні положення подаються з відповідними посиланнями на першоджерела, які наведені у переліку посилань

### Підрозділ 1.2

присвячується дослідженню та систематизації існуючих моделей, імператив, детермінант, етапів тощо, пов'язаних із розв'язанням окресленої в темі роботи проблеми

### Підрозділ 1.3

можуть бути проаналізовані методичні аспекти дослідження та аналізу ринку, удосконалення маркетингової діяльності підприємства, методики та методи, які служать вирішенню конкретних прикладних завдань за темою дослідження

#### Приклади

#### 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

- 1.1. Сутність товарного асортименту як економічної категорії
- 1.2 Класифікація товарного асортименту та його показники
- 1.3 Методика формування товарного асортименту підприємства

#### 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ У СФЕРІ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

- 1.1 Освітні послуги як об'єкт наукового дослідження
- 1.2 Роль застосування маркетингового підходу у сфері освітніх послуг
- 1.3 Загальна характеристика маркетингових інструментів та напрями їх використання у сфері освітніх послуг

#### 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ СПОРТУ

- 1.1 Сутність та особливості спортивного маркетингу
- 1.2 Загальна характеристика комплексу маркетингу в футболі
- 1.3 Особливості стратегії спортивного маркетингу у футбольному клубі

## Приклад

Таблиця 1.1 – Глумачення поняття «освітня послуга»

Автор	Визначення
Г. Беккер	Прибічник теорії людського капіталу розглядав освітянські послуги як змішані блага та виокремлював спеціальне й загальне інвестування в освіту. Автор був першим, хто розрахував економічну ефективність освіти. Він враховував доходи, які були отримані завдяки вищій освіті, гроші, витрачені під час навчання, та у результаті визначив віддачу від вкладень в освіту, що становило 12-14 % річного прибутку [1].
С.Ніколаєнко	Освітні послуги не матеріальні, а соціальні блага, до яких входять: система знань, умінь і практичних навичок задоволення різноманітних освітніх потреб і реалізації особистих здібностей їх споживача [2].
Г.Чекаловська	Освітня послуга характеризується з економічного, юридичного, нормативно-політичного боку. Тож, вища школа носить змішаний характер і виконує такі функції: викладання, дослідницька функція, надання послуг суспільству [3].
М.Матвій	визначити кінцевий результат діяльності вищих навчальних закладів досить важко, що обумовлюється специфікою вищої школи, кінцеві результати якої втілюються в зміну якісних властивостей індивіда, носять комплексний характер і відображають тісний взаємозв'язок результатів роботи працівників навчального закладу з впливом інших чинників, які не пов'язані з ефективністю функціонування вищих навчальних закладів [4].
В.Александров	Освітня послуга – це організований процес навчання для одержання необхідних знань, навичок і вмінь, що ототожнюється зі специфічним товаром, який існує у формі інтелектуальної власності, у свою чергу, він надається стороною, яка організує і здійснює процес навчання, та утримується іншою стороною, яка може бути одночасно і учнем, і контролером якості послуги, і платником за неї [5].

Джерело: узагальнено автором

**Другий розділ кваліфікаційної роботи**



на матеріалах конкретних суб'єктів господарювання проводиться аналіз стану проблеми, що досліджується. Мета такого аналізу – отримання обґрунтованих даних, що дозволяють з'ясувати «вузькі місця» та можливі варіанти їх розширення.

Структура та зміст другого розділу носять аналітичний характер і залежать від специфіки кваліфікаційної роботи магістранта.

У розділі має бути широко представлений самостійно зібраний і опрацьований фактичний матеріал, його аналіз і узагальнення.

містить:

–аналіз стану та тенденцій розвитку галузевого ринку, місце конкретного підприємства на ньому;

–загальний опис суб'єкта господарювання, на прикладі якого досліджується визначена в темі роботи проблема;

–аналіз маркетингової діяльності підприємства за останні три-п'ять років (фактична інформація – таблиці, графіки, діаграми, схеми);

–виконання економічних розрахунків;

–проведення маркетингового дослідження з метою виявлення управлінської проблеми;

–оцінку одержаних результатів конкретної маркетингової ситуації для обґрунтування в наступному розділі відповідних пропозицій та рекомендацій

### Підрозділ 2.1

важливо:

- а) дати характеристику стану ринку, його структури та динаміки. У зв'язку з цим необхідно проаналізувати: фундаментальні особливості ринку (тип конкуренції, показники монополізації, особливості формування кон'юнктури ринку, регуляторні обмеження тощо); динаміку ринку (ключових гравців ринку, їх ринкових часток тощо); визначальні фактори маркетингового середовища;
- б) проаналізувати ринковий попит з точки зору: особливостей формування та трансформації попиту на ринку; особливостей моделей поведінки споживачів; структурного аналізу споживачів (зокрема, сегментації ринку); динаміки змін у ринкових сегментах тощо;
- в) проаналізувати ринкову пропозицію з точки зору: особливостей її формування; структури ринкової конкуренції (у т.ч. карт стратегічних груп); поведінкового підходу до аналізу конкуренції (моделі п'яти сил М. Портера, цілей та методів конкурентної боротьби, конкретних стратегій тощо);
- г) визначити особливості маркетингової діяльності на товарному ринку тощо

### Підрозділ 2.2

- передбачає проведення якісного та кількісного аналізу маркетингової діяльності підприємства в контексті обраної теми;
- має обов'язково вміщувати кількісні індикатори та показники, що характеризують маркетингову діяльність підприємства з урахуванням кросфункціональних зв'язків

Основні елементи, які мають бути висвітлені із урахуванням специфіки обраної теми роботи:

- аналіз внутрішнього середовища підприємства;
- місце маркетингу в діяльності підприємства, участь маркетологів у розробці та реалізації стратегічних рішень;
- характеристика основних елементів системи продуктово-ринкових стратегій підприємства;
- управління маркетингом на підприємстві, зокрема: а) структура управління підприємства з обов'язковим відображенням підрозділів маркетингу та збуту (якщо він становить окремий підрозділ); б) розподіл маркетингових функцій між підрозділами підприємства; в) права та обов'язки відділу маркетингу;
- PEST-аналіз та SWOT-аналіз для підприємства тощо

### Підрозділ 2.3

мають бути отримані емпіричні дані щодо проблематики, пов'язаної із темою дослідження, та проведено оцінювання ефективності аспектів маркетингової діяльності, означеної в предметі дослідження

Результати дослідження можуть бути представлені у формі відповідей на пошукові запитання з наведенням точкових та інтервальних оцінок показників, що досліджуються. Для скорочення тексту викладу матеріалу другого розділу ЗВО повинен широко використовувати фактичний матеріал у вигляді таблиць, рисунків, схем та графіків. При цьому важливо здійснювати їх аналіз і робити відповідні висновки. Щоб уникнути поверхневого викладу матеріалу в цьому розділі, ЗВО з фактичного матеріалу повинен відібрати найбільш суттєвий.

Результати аналізу є основою для розробки практичної частини кваліфікаційної роботи. Розділ повинен закінчуватись стислими висновками щодо переліку основних проблем об'єкта дослідження з метою визначення можливих шляхів їх розв'язання (які необхідно представити у третьому розділі).

#### Приклад

- 2.1 Аналіз ринку [...], його стану та основних тенденцій
- 2.2 Дослідження маркетингової діяльності підприємства
- 2.3 Оцінка ефективності маркетингової діяльності підприємства на ринку

#### Приклади

##### 2 АНАЛІЗ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ВО «КИЇВПРИЛАД»

- 2.1 Ринок електролічильників України та його тенденції
- 2.2 Аналіз маркетингової діяльності підприємства ВО «Київприлад»
- 2.3 Оцінка асортименту електролічильників ВО «Київприлад» та його показників

##### 2 СУЧАСНИЙ СТАН ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ У НУ «ЧЕРНІГІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

- 2.1 Місце НУ «Чернігівська політехніка» на ринку освітніх послуг
- 2.2 Аналіз маркетингового середовища НУ «Чернігівська політехніка»
- 2.3 Оцінка використання маркетингових інструментів у діяльності міжнародного відділу НУ «Чернігівська політехніка»

##### 2 СУЧАСНИЙ СТАН МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФК «ДЕСНА»

- 2.1 Діагностика внутрішнього середовища ФК «Десна»
- 2.2 Аналіз зовнішнього середовища футбольного клубу «Десна»
- 2.3 Оцінка реалізації компонентів маркетинг-міксу футбольного клубу «Десна»

#### Третій розділ кваліфікаційної роботи

носить прикладний характер – обґрунтовуються напрями і заходи з удосконалення предмета дослідження

- обґрунтувати практичні пропозиції, спрямовані на досягнення мети, поставленої у вступі;
- власні пропозиції автора щодо вирішення проблемних питань у обраній для дослідження сфері на підставі критичної переробки вітчизняного та світового досвіду, адаптації його до умов, у яких працює обране підприємство;
- рекомендації щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства у відповідності з темою кваліфікаційної роботи на основі сформованих теоретико-методичних положень та отриманих емпіричних даних;
- аргументувати пропозиції щодо використання результатів дослідження;
- розрахунок економічної ефективності запропонованих рекомендацій



Для кожного заходу необхідно дати його обґрунтування, короткий зміст, характеристику об'єкта до і після запровадження, а також прогнозу оцінку його ефективності.

### Підрозділ 3.1

–передбачає обґрунтування власних пропозицій та рекомендацій щодо удосконалення маркетингової стратегії підприємства, інструментів та механізмів її реалізації відповідно до досліджуваної проблеми;  
 –може бути присвячений, наприклад, визначенню оптимального товарного асортименту, медіа-плануванню, оптимізації збутових мереж тощо;  
 –можна представити концептуальну схему або модель вирішення визначених проблем

### Підрозділ 3.2

включає пропозиції і обґрунтування змін до маркетингової діяльності підприємства, а також механізм їх імплементації (економічний (в т. ч. маркетинговий), організаційний, правовий, інформаційний, технологічний тощо)

Наприклад, напрямками удосконалення служби маркетингу на підприємстві можуть бути:

–формування маркетингового світогляду на підприємстві;  
 –визначення належного місця маркетингу в структурі управління підприємством, перерозподіл маркетингових функцій на підприємстві;  
 –зміни в структурі відділу маркетингу (структура, розподіл повноважень, новий персонал тощо).

Важливо визначити, як запропоновані зміни вплинуть на діяльність підприємства в майбутньому.

### Підрозділ 3.3

передбачає економічне обґрунтування заходів з удосконалення маркетингової діяльності підприємства

–оцінка значень необхідних витрат на проведення викладених у роботі маркетингових досліджень та заходів з удосконалення маркетингової діяльності підприємства;  
 –визначення передбачених економічних результатів;  
 –визначення показників ефективності використання грошових коштів;  
 –фінансові можливості та економічна доцільність реалізації запропонованих заходів

Таблиця 3.1 – Кошторис витрат підприємства

№	Складові витрат	Фактичні витрати (без пропозицій)	Запропоновано витратити
1			
..			
Загалом		Сума	Сума

Джерело: складено автором

Таблиця 3.2 – Прогноз продажів на планований період

	Показники	Базовий період	Плановий період				Сума, грн
1	Надходження						
2	Витрати						
3	Валовий прибуток						
4	Податок з прибутку (18%), грн						
5	Чистий прибуток						

Джерело: складено автором

**Приклад**



- 3.1 Формування стратегії, визначеної темою та метою роботи  
 3.2 Розробка рекомендацій щодо вдосконалення маркетингової діяльності підприємства  
 3.3 Економічне обґрунтування заходів з удосконалення маркетингової діяльності підприємства

**Приклади**

**3 СТРАТЕГІЯ ВПРОВАДЖЕННЯ НОВОГО ТОВАРУ НА РИНОК**

- 3.1 Стратегія інтенсивного проникнення нового товару на ринок.  
 3.2 Технологія виведення товару на ринок  
 3.3 Економічне обґрунтування стратегії виведення нового товару на ринок.

**3 РОЗРОБЛЕННЯ МОДЕЛІ ОПТИМАЛЬНОГО АСОРТИМЕНТУ ФІРМИ «НОВИЙ ПРОЕКТ»**

- 3.1 Формування асортиментної політики підприємства.  
 3.2 Модель оптимального асортименту торгового підприємства.  
 3.3 Економічне обґрунтування оптимального асортименту фірми «Новий проект».

**3 УДОСКОНАЛЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ У НУ «ЧЕРНІГІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»**

- 3.1 Розробка моделі маркетингової діяльності відділу міжнародних зв'язків НУ «Чернігівська політехніка»  
 3.2 Формування маркетингових заходів щодо активізації навчання іноземних студентів у НУ «Чернігівська політехніка»

**3 ОСНОВНІ НАПРЯМКИ АКТИВІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФК «ДЕСНА»**

- 3.1 Обґрунтування рекомендацій щодо вдосконалення стратегії спортивного маркетингу ФК «Десна» та її реалізації  
 3.2 Шляхи формування лояльності споживачів до продуктів футбольного клубу «Десна»  
 3.3 Обґрунтування пропозицій щодо впровадження системи динамічного ціноутворення на квитки ФК «Десна»

### Висновки до розділів

повинні містити:

- коротку суть результату з цифрами і фактами;
- формулювання новизни отриманого результату;
- обґрунтування достовірності результату;
- пояснення практичної цінності результату

### Висновки

повинні

- відображати основний зміст роботи;
- відповідати реалізації поставлених завдань;
- містити ті положення, які були отримані автором на основі опрацювання наукового та практичного матеріалу, і не торкались тих аспектів, які не розкривались автором

- формулюються відповідно до поставлених завдань і містять підсумки проведеного дослідження;
- викладаються найбільш важливі теоретичні та практичні результати кваліфікаційної роботи;
- відображається авторське розуміння основних проблем;
- вказуються проблеми, для розв'язання яких можуть бути застосовані результати дослідження, можливі напрями продовження досліджень за тематикою кваліфікаційної роботи

- мають починатись словами: «визначено», «узагальнено», «встановлено», «показано», «доведено» тощо;
  - кількість дорівнює кількості сформульованих у вступі завдань із додаванням загального висновку;
  - повинні містити якісні та кількісні показники;
  - перелік заходів, направлених на розв'язання проблеми, підвищення ефективності об'єкта досліджень;
  - економічний ефект, отриманий при можливій реалізації запропонованих у кваліфікаційній роботі заходів.
- Обсяг висновків складає орієнтовно 2-4 сторінки машинописного тексту. Висновки нумерують.

### Приклад

7. Класичним інструментом аналізу асортименту є ABC-аналіз. На основі проведеного аналізу маємо дані, що найбільший дохід підприємство отримує від реалізації моделей дитячого та малодитячого взуття, від спеціального робочого взуття та домашнього жіночого взуття, а найнижчий дохід приносять деякі не популярні, застарілі моделі дитячого взуття та домашнє чоловіче взуття. На основі ABC – аналізу та стратегії диверсифікації пропонується створення нового товару – це буде спецвзуття – літні туфлі різних яскравих кольорів для працівників розважальних дитячих центрів. Розрахована собівартість та плановий дохід. Для успішної реалізації маркетингової товарної політики запропоновані заходи рекламної діяльності – вдосконалити користування сайтом «Берегиня», створити зовнішню рекламу, друковану та рекламу в ЗМІ.

### Перелік посилань

–включати джерела, на які в тексті є посилання;  
 –складається з нормативних актів, нормативних документів, вітчизняної та зарубіжної наукової та спеціальної літератури, фахових видань, електронних ресурсів;  
 –ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання» установлює види посилань, правила та особливості їхнього складання і розміщування у документах;  
 –доцільно розмішувати в порядку згадування їх у тексті за наскрізною нумерацією.  
 При написанні кваліфікаційної роботи обов'язково потрібно використовувати іноземні джерела.

### Додатки

–фінансова та статистична звітність, установчі документи суб'єктів господарювання, на матеріалах яких виконувалася КР;  
 –копії документів, витяги із нормативних актів і документів, звіти, окремі інструкції/положення/правила;  
 –результати опитувань, заповнені під час проведення маркетингового дослідження анкети;  
 –ілюстрації або таблиці з великим обсягом (сторінка і більше), узагальнений аналіз яких приведений в основній частині;  
 –проміжні математичні докази, формули, розрахунки; методика, опис комп'ютерних програм, розроблених у процесі виконання роботи, та ін.);  
 –додатковий перелік джерел, на які не було посилань у роботі, але які можуть викликати інтерес;  
 –акти впровадження тощо

## 4. Вимоги до оформлення кваліфікаційної роботи

Державний стандарт України (ДСТУ 3008:2015 «Інформація та документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура та правила оформлювання»)  
 Допускається відхилення в межах  $\pm 10\%$ .  
 Огляд літератури не повинен перевищувати 25 % від загального обсягу роботи.

–формат паперу А-4 ,  
 –1,5 міжрядкових інтервали,  
 –шрифт Times New Roman, 14;  
 –береги: лівий – 25 мм, правий – 10 мм, верхній і нижній – 20 мм.  
 –абзацний відступ – 1,25 мм

Заголовки структурних частин: «ЗМІСТ», «ВСТУП», «РОЗДІЛ», «ВИСНОВКИ», «ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ», «ДОДАТКИ» друкують великими літерами симетрично до тексту.  
 Заголовки підрозділів друкують маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу.  
 Крапку в кінці заголовка не ставлять.

Якщо заголовок складається з двох чи більше речень, їх розділяють крапкою.  
Відстань між заголовком і текстом повинна дорівнювати 1-2 інтервалам.

Кожен **розділ** слід починати з нової сторінки.  
Підрозділ з нової сторінки не починається (якщо сторінка попереднього підрозділу не заповнена повністю).  
Але не допускається писати назву підрозділу в кінці сторінки, а його зміст переносити на наступну сторінку; необхідно, щоб під заголовком розмістилось не менше двох рядків тексту.

Кваліфікаційна робота виконується державною мовою.

### Нумерація

Нумерацію сторінок, розділів, підрозділів, рисунків, таблиць, формул подають арабськими цифрами без знака № .  
Першою сторінкою є титульний аркуш, який включають до загальної нумерації сторінок. На титульному аркуші номер сторінки не проставляють, на наступних сторінках номер проставляють у правому верхньому куті без крапки в кінці.  
Підписи розділів «ЗМІСТ», «ВСТУП», «ВИСНОВКИ», «ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ», «ДОДАТКИ» подаються в тексті без додавання порядкового номера.  
Заголовки розділів нумеруються та друкуються з нового рядка.  
Підрозділи нумерують у межах кожного розділу.  
Номер підрозділу складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, між якими ставлять крапку, наприклад: «2.3» – третій підрозділ другого розділу. Потім у тому ж рядку йде заголовок підрозділу.

### Ілюстрації (схеми, графіки, діаграми)

- необхідно подавати безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше, або на наступній сторінці;
- позначають словом «Рисунок» і нумерують послідовно в межах розділу, за винятком тих, що подані в додатках;
- номер ілюстрації складається з номера розділу і порядкового номера ілюстрації, між якими ставиться крапка. Наприклад: «Рисунок 1.2» – другий рисунок першого розділу;
- номер ілюстрації, її назву та пояснювальні підписи розміщують послідовно під ілюстрацією в центрі;
- за необхідності під ілюстрацією розміщують пояснювальні дані (підрисунковий текст). Позначення «Рисунок» разом з назвою ілюстрації розміщують після пояснювальних даних.

Посилання в тексті мають бути на всі рисунки.

## Приклад

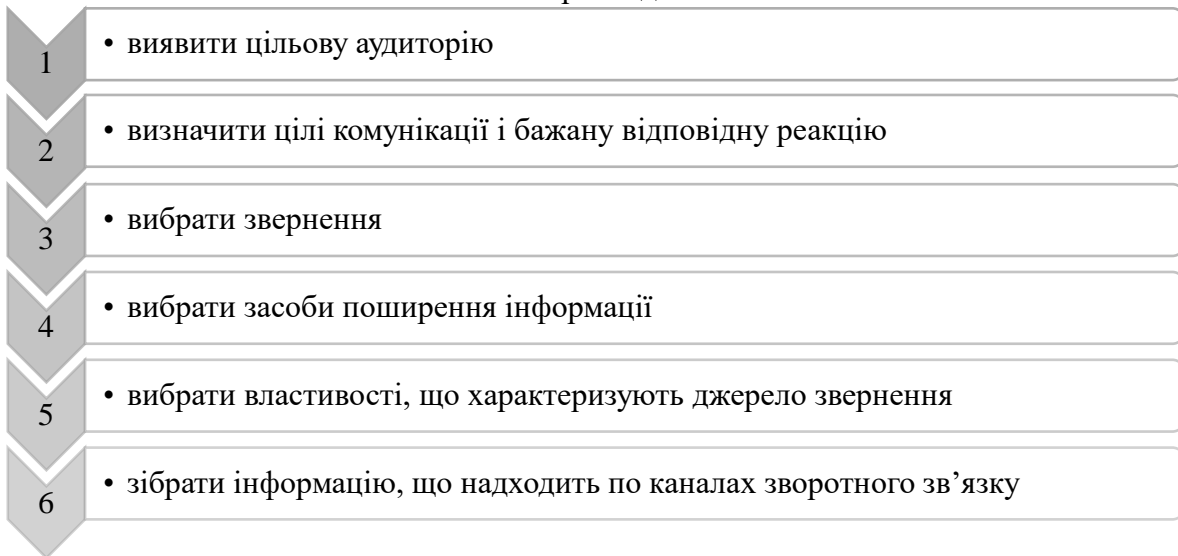


Рисунок 1.2 – Планування комплексу комунікацій

Джерело: побудовано автором за [31]

## Таблиці

Нумерують послідовно (за винятком таблиць, поданих у додатках) у межах розділу. По центру перед відповідним заголовком таблиці розміщують напис «Таблиця» із зазначенням її номера.

Номер таблиці складається з номера розділу і порядкового номера таблиці, між якими ставиться крапка, наприклад: «Таблиця 1.2» – друга таблиця першого розділу.

Далі ставлять тире і розміщують назву таблиці, яку друкують малими літерами (крім першої великої).

Назва має бути стислою і відображати зміст таблиці.

У заголовках таблиць, підзаголовках граф і рядків таблиць крапка не ставиться.

При переносі частини таблиці на інший аркуш слово «Таблиця» і номер її вказують один раз над першою частиною таблиці, над іншими частинами праворуч над таблицею пишуть слова «Продовження таблиці» і вказують номер, наприклад: «Продовження таблиці 1.2».

Якщо цифрові або інші дані в якому-небудь рядку таблиці не подають, то в ньому ставлять прочерк.

Таблиці, що мають великий обсяг, не рекомендується вміщувати в текст основної частини, доцільніше винести їх у додатки, але з обов'язковими посиланнями на них у тексті.

Якщо таблиці та ілюстрації розміщують в альбомній орієнтації, то вони мають бути зорієнтованими по її лівому полю.

Посилання в тексті мають бути на всі таблиці.

Таблиця 1.2 – Структура товарного асортименту

	Широта		
	Чоловіче взуття	Жіноче взуття	Дитяче взуття
Глибина	Кросівки	Туфлі	Мокасини
	Туфлі	Черевики	Туфлі
	Мокасини	Чобітки	Кросівки
	Сандали	Кеди	Черевики
	Чоботи	Мокасини	
	Черевики	Ботильйони	
	Кеди	Лофери	

Джерело: сформовано автором

### Формули

Нумерують у межах розділу.

Номер формули складається з номера розділу і порядкового номера формули в розділі, між якими ставлять крапку.

Номери формул пишуть біля правого берега в крайньому правому положенні на рядку аркуша на рівні відповідної формули в круглих дужках арабськими цифрами, наприклад: (3.1) – перша формула третього розділу.

Пояснення значень символів і числових коефіцієнтів треба подавати безпосередньо під формулою і в тій послідовності, в якій вони подані у формулі.

Значення кожного символу і числового коефіцієнта треба подавати з нового рядка.

Перший рядок пояснення починають зі слова «де» без двокрапки.

Рівняння і формули треба виділяти з тексту окремими рядками. Якщо рівняння не вміщується в один рядок, його слід перенести після знака рівності (=) або після знаків плюс (+), мінус (-), множення (×) і ділення (:)

Приклад:  

$$d_m = P - AVC, \quad (3.1)$$

де  $d_m$  – маржинальний дохід (прибуток) на одиницю товару;

$P$  – ціна одиниці продукції, грош. од./од.;

$AVC$  – змінні витрати на одиницю продукції, грош. од./ од.

### Посилання на джерела

–в тексті слід зазначати в квадратних дужках порядковим номером за переліком посилань. Наприклад: «... у роботах [2; 8...], [4], [11, с. 35], де цифрами позначають порядковий номер джерела у списку та номери сторінок. Крапка ставиться після дужок: [4];

–при посиланнях на розділи, підрозділи, пункти, підпункти, ілюстрації, таблиці, формули, рівняння, додатки зазначають їх номери. При посиланнях слід писати: «... у розділі 3 ...», «... дивись 2.1 ...», «... за 3.3 ...», «... відповідно до 2.3 ...», «... на рис. 1.3 ...» або «... на рисунку 1.3 ...», «... у таблиці 3.2 ...», «... (див. 3.2) ...», «... за формулою (3.1) ...», «... у рівняннях (1.23) – (1.25) ...», «... у додатку Б ...»

### Перелік посилань

будують у порядку появи посилань у тексті або в алфавітному порядку.

Вимоги до оформлення посилань:

*а) посилання на книгу (монографію):*

Вербицька А. В. Інтеграція вищої освіти України в європейський освітньо-науковий простір: монографія. Чернігів: Брагинець О.В., 2017. 210 с.

*Без автора*

Реалізація економічного потенціалу України: теоретичні та практичні аспекти: монографія / за заг.ред. М. М. Забаштанського. Чернігів: ЧНТУ, 2020. 464 с.

Системний маркетинг: сучасні аспекти: колективна монографія / під заг. ред. В.В.Жидок. Чернігів: ЧНТУ, 2016. 375 с.

б) посилання на статтю у друкованому фаховому виданні:

Бабаченко Л.В., Москаленко В.А., Марченко А.О. Сучасні тенденції застосування інструментів digital-marketing в діяльності підприємства. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2019. Вип. 4. С. 20-29.

Забаштанська Т.В., Роговий А.В., Ребенок А.В. Дискримінаційна реклама: досвід регулювання країн Європейського союзу та України. *Проблеми і перспективи економіки та управління: науковий журнал*. 2019. № 3 (19). С.41- 47.

Verbytska A.V. Assessment of impact of “university-business” cooperation on youth competitiveness. *Підприємництво та інновації*. 2020. № 12. С. 158-162.

в) посилання на статтю в електронному фаховому виданні:

Москаленко В. А., Рябченко І. С. Інновації як об'єкт маркетингу. *Ефективна економіка*. 2021. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9163> (дата звернення: 10.10.2021).

г) посилання на розділ у монографії:

Бабаченко Л.В., Забаштанська Т.В. Сучасні особливості організації рекламної діяльності. *Реалізація економічного потенціалу України: теоретичні та практичні аспекти*: монографія / за заг.ред. М.М.Забаштанського. Чернігів: ЧНТУ, 2020. 464 с. С.188-206.

Вербицька А.В., Спода Ю.Г. Інноваційні маркетингові рішення для підприємств лісового господарства. *Реалізація економічного потенціалу України: теоретичні та практичні аспекти*: монографія / за заг.ред. М.М.Забаштанського. Чернігів : ЧНТУ, 2020. 464 с. С.256-265.

д) посилання на тези доповідей:

Васюта Я.О., Бабаченко Л.В. Сучасні тенденції розвитку цифрового маркетингу в Україні. *Юність науки – 2021: соціально-економічні та гуманітарні аспекти розвитку суспільства*: збірник тез Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти, аспірантів і молодих вчених м. Чернігів, 25-26 березня 2021 р.): у 2-х ч. Ч.1 / НУ «Чернігівська політехніка». Чернігів, 2021. 434 с. С. 194-195.

е) посилання на електронні джерела інформації:

Дубровик-Рохова А. Українське взуття завойовує Канаду. *День*. URL: <https://m.day.kyiv.ua/uk/article/ekonomika/ukrayinske-vzuttya-zavoyovuye-kanadu> (дата звернення: 22.10.2019 р.)

Недитяче завдання. Чи можуть українські компанії вийти на європейський ринок товарів для дітей. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2016/10/19/7056046/> (дата звернення: 02.12.2019 р.).

Офіційний сайт ПрАТ «ЧВФ Берегиня». URL: <http://beregunya.com.ua/ua/> (дата звернення: 01.11.2019 р.).

є) посилання на нормативні документи:

Закон України «Про захист прав споживачів». Редакція від 19.11.2022, підстава – 2529-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text> (дата звернення: 06.08.2023).

ж) посилання на іноземне джерело:

Cardell C., Jay J., Yates M. & Danbury J. (2014). 1001 Ways to Get More Customers: 1001 Proven, Practical Tips to Generate Customers for Your Business. Digital Lighthouse, 290 p. URL: <https://www.twirpx.com/file/3442245/> (дата звернення: 10.10.2021 р.).

Chaffey D., Smith P.R. (2017). *Emarketing excellence: planning and optimizing your digital marketing*. London, New York: Routledge, 691 p. URL: <https://www.twirpx.com/file/3351960/> (дата звернення: 10.10.2021 р.).



**Додатки**

розміщують у порядку появи посилань у тексті.  
Кожен додаток повинен починатися з нової сторінки і мати заголовок.  
Над заголовком симетрично відносно тексту сторінки малими літерами з першої великої друкується слово «Додаток» і велика літера на позначення послідовності (Додаток А).  
Додатки слід позначати послідовно великими літерами української абетки (наприклад: Додаток А, Додаток Б), за винятком літер Г, Є, З, І, Ї, Й, О, Ч, Ь.

**Кваліфікаційна робота не може бути допущена до захисту  
при наступних обставинах**

- вона являє собою плагіат або компіляцію;
- виконана тільки на основі підручників, однієї монографії або одного навчального посібника без використання іншої спеціальної літератури;
- її зміст не відповідає темі, або тема в основному не розкрита;
- вона містить безліч помилок, в тому числі граматичних помилок,
- посилання на джерела та список використаної літератури оформлені неправильно.

## Тема 6. Оприлюднення результатів наукового дослідження

### 1. Наукова публікація: поняття, функції, основні види.

#### 1.1 Наукова монографія: види та композиційна структура.

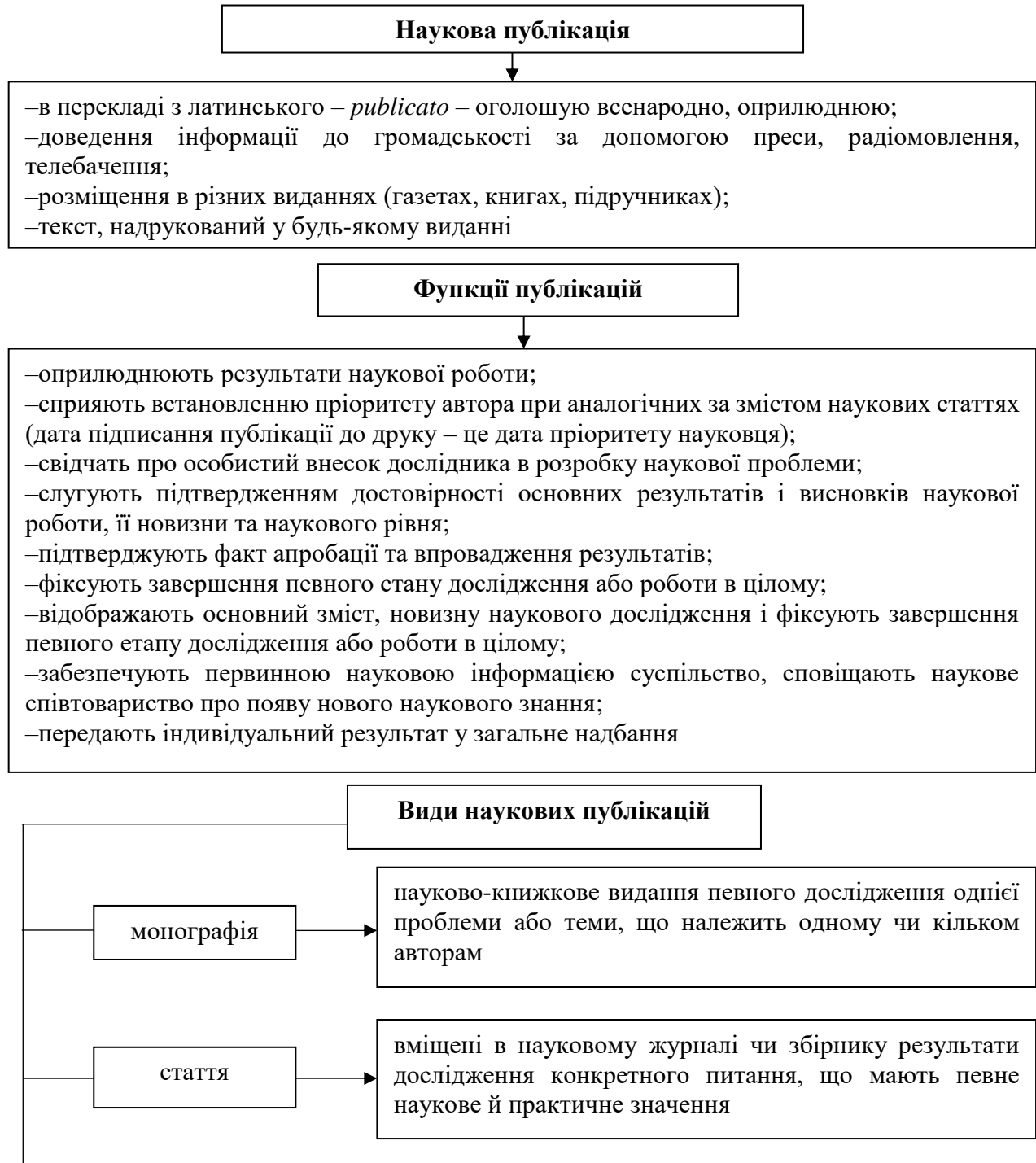
#### 1.2 Наукова стаття, її структура та підготовка.

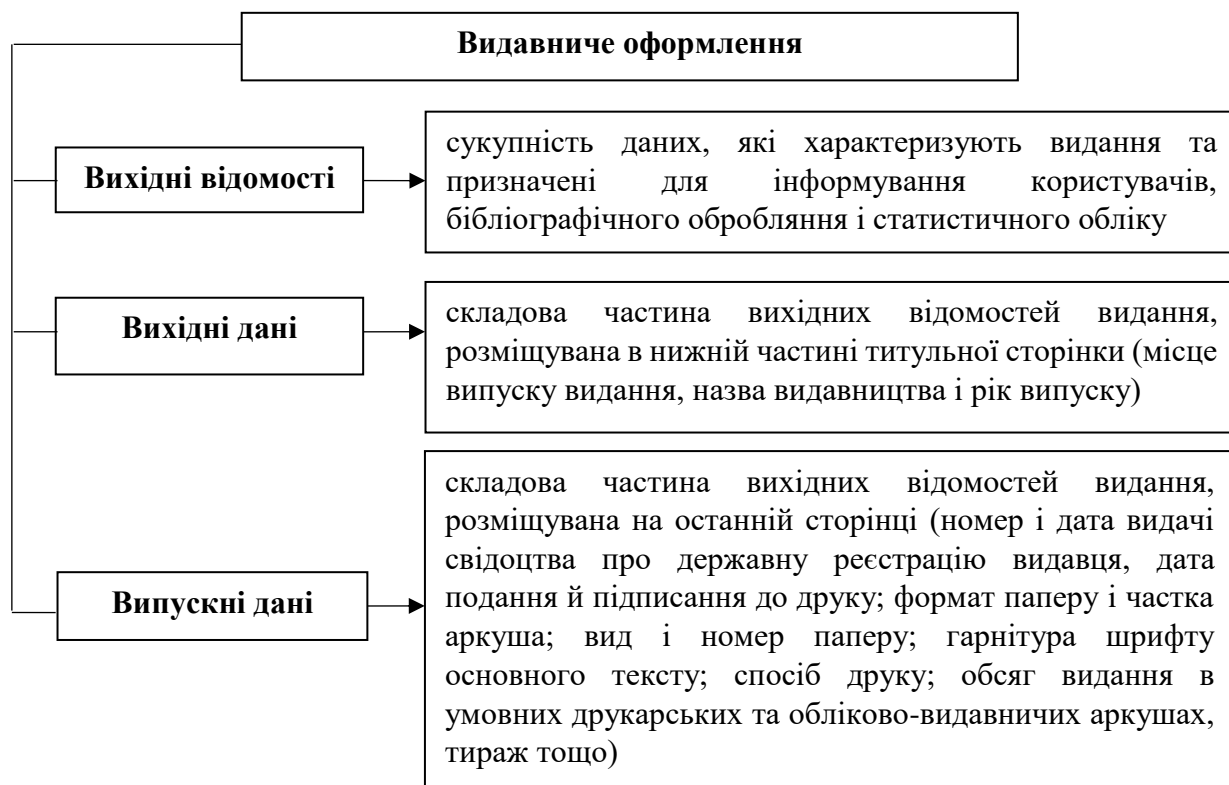
#### 1.3 Тези наукової доповіді.

### 2. Правила оформлення публікацій.

### 3. Наукові періодичні видання. Журнали для публікації маркетингових досліджень.

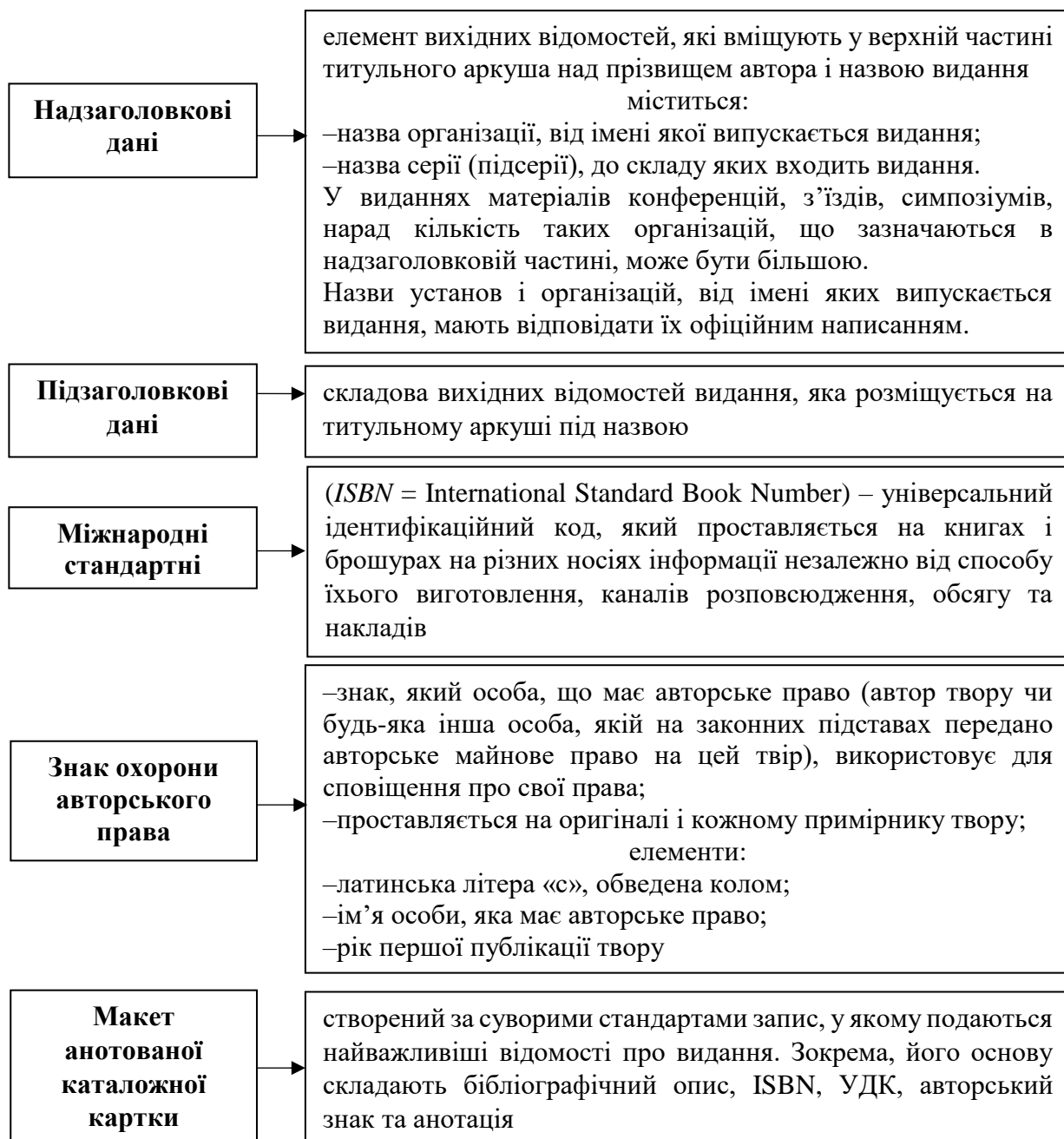
## 1. Наукова публікація: поняття, функції, основні види



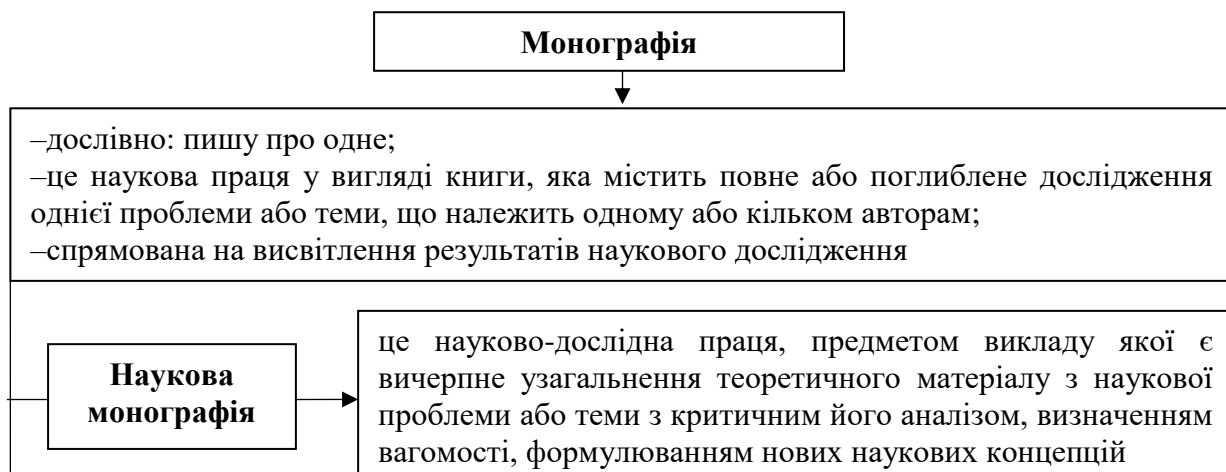


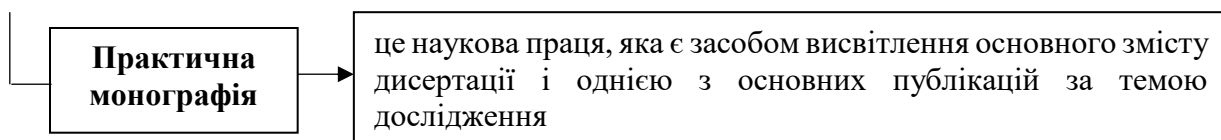
#### Елементи вихідних відомостей

- відомості про авторів та інших осіб, які брали участь у створенні видання;
- назва (основна, паралельна, ключова, альтернативна) видання;
- надзаголовкові дані;
- підзаголовкові дані;
- класифікаційні індекси (УДК або ББК);
- міжнародні стандартні номери;
- знак охорони авторського права;
- анотація;
- макет анотованої каталожної картки



### 1.1 Наукова монографія: види та композиційна структура





### Відмінності між дисертацією та монографією

Дисертація	Монографія
передбачається виклад наукових результатів і висновків, отриманих особисто автором	це виклад результатів, ідей, які належать як здобувачеві, так й іншим авторам
містить нові наукові результати, висновки, факти	може викладати як нові результати, так і методичні, технологічні рішення, факти, які вже відомі
має визначену структуру і правила оформлення, яких необхідно обов'язково дотримуватися	таких чітких вимог не ставлять
це рукопис, який зберігається в обмеженій кількості примірників у певних бібліотечних установах	це видання, яке пройшло відповідне редакційно-видавниче опрацювання, виготовлене друкарським або іншим способом, видане у фаховому видавництві України

### Основні елементи монографії

- анотація;
- зміст;
- перелік умовних скорочень (за необхідності);
- вступ або передмова;
- основна частина;
- висновки або післямова;
- література;
- допоміжні покажчики;
- додатки

### Титульний аркуш

містить повну назву установи (закладу), де виконано роботу, прізвище, ім'я, по батькові автора, назву роботи, місто і рік

### Назва монографії

- має бути інформативною (розкривати зміст книги, основні ідеї, новизну);
- чіткою (відображати предмет і об'єкт дослідження, відмінність даної роботи від аналогічних);
- стислою (до семи-восьми слів)

За назвою монографії здійснюється її класифікація за УДК і ББК та відображення в систематичному або предметному каталогах.

### На звороті титульного аркуша монографії

- відомості щодо рекомендації вченою радою до опублікування;
- прізвища, вчені ступені, звання і посади рецензентів;
- бібліографічний опис;
- анотація** – стисла характеристика змісту видання, призначення, його форми та інші особливості, її обсяг становить приблизно 500 знаків (70 слів). Текст анотації має бути лаконічним, доступним і правильно сприйматися читачами

### Зміст

- розміщують на початку або в кінці монографії;
- наводяться найменування розділів і підрозділів та номери їхніх початкових сторінок

### Умовні скорочення

подаються перед вступом тоді, коли автор вживає маловідомі скорочення, що повторюються в тексті

### У вступі або передмові

- розкривається значення проблеми, її актуальність;
- мета і завдання, які поставлені автором при написанні роботи;
- огляд основних публікацій з теми;
- перелік використаних джерел, організацій та осіб, що сприяли виконанню роботи тощо

### Основна частина монографії

- залежить від змісту й структури наукової роботи;
- складається з розділів, підрозділів, пунктів, підпунктів

У логічній послідовності викладаються основні наукові дослідження, ідеї, концепції, експериментальні дані, наукові факти та висновки.  
Вимоги до посилань, ілюстрацій, таблиць у цілому збігаються з відповідними вимогами до наукових робіт.

### У висновках або післямові

- узагальнюються найсуттєвіші положення наукового дослідження;
- підводяться основні підсумки;
- доводиться достовірність та обґрунтованість нових наукових положень;
- визначаються проблеми, які потребують подальшого дослідження

### Література (список використаних джерел)

може бути алфавітним (прізвища авторів або назв робіт наводять за алфавітом); хронологічним (за роками публікацій, у межах кожного року за алфавітом); тематичним (за розділами, підрозділами роботи); у порядку згадування джерел у тексті може включати

- всі джерела з теми;
- ті, що було використано автором;
- ті, на які в роботі є посилання;
- найцінніші праці з теми та ін.

### Допоміжні покажчики наукових монографій

#### іменні

- включають імена осіб, про яких йдеться в тексті;
- імена авторів, співавторів, укладачів, редакторів, художників та інших осіб, які були безпосередніми учасниками створення відповідного видання

#### географічні

включають назви географічних об'єктів, які зафіксовано у виданні або виокремлено з тексту внаслідок його вивчення

#### предметні

подають інформацію, закладену в бібліографічних записах в іншій послідовності, збираючи разом однорідні об'єкти (предмети) з усього видання, або ж навпаки – виокремлюючи поняття, логічно пов'язані між собою

### Додатки

розміщують матеріали, які доповнюють та ілюструють основний текст: копії документів, таблиці, математичні розрахунки, формули, графіки, глосарій тощо

### Позитивні характеристики монографії

- найбільш статусний, значущий вид наукової продукції (найбільш глибоко, всебічно і детально дається огляд літератури з теми дослідження);
- найбільш повне, послідовне й обґрунтоване дослідження проблеми, що робить роль монографії винятково важливою в науці

### Специфічні недоліки монографії зумовлені особливостями монографічного жанру:

- недостатній зв'язок питань, що вирішуються, із загальним об'єктом дослідження, що перетворює монографію у збірник розширених статей за темами, які погано узгоджуються;
- відсутність концепції, описовість, мінімальність реального дослідження і його результатів, перетворення монографії в якийсь монографічний огляд літератури

## 1.2 Наукова стаття, її структура та підготовка

### Наукова стаття

- один з основних видів публікацій, у якій подані отримані автором наукові результати;
- містить виклад проміжних або кінцевих результатів наукового дослідження;
- висвітлює конкретне окреме питання з теми;
- фіксує науковий пріоритет автора;
- робить матеріал надбанням фахівців

- спеціальна публікація невеликого обсягу, в якій відображуються погляди автора з визначених вузьких питань або результати обмежених досліджень;
- являє собою найбільш оперативну інформацію про рух науки, виступає своєрідним репортажем «з переднього краю» науки

### Функції наукової статті

Назва функції	Характеристика
дослідницька	виступає формою представлення наукових результатів, методології і методів їх одержання
презентаційна	є способом презентації пріоритету дослідника і його досліджень у науковому співтоваристві
оцінна	дає оцінку станові наукових досліджень в аспекті проблеми статті
комунікаційна	являє собою засіб спілкування дослідників даної проблеми
атестаційна	забезпечує атестацію автора під час захисту дисертацій, виступаючи як спеціальна стаття



### Основні етапи роботи над статтею

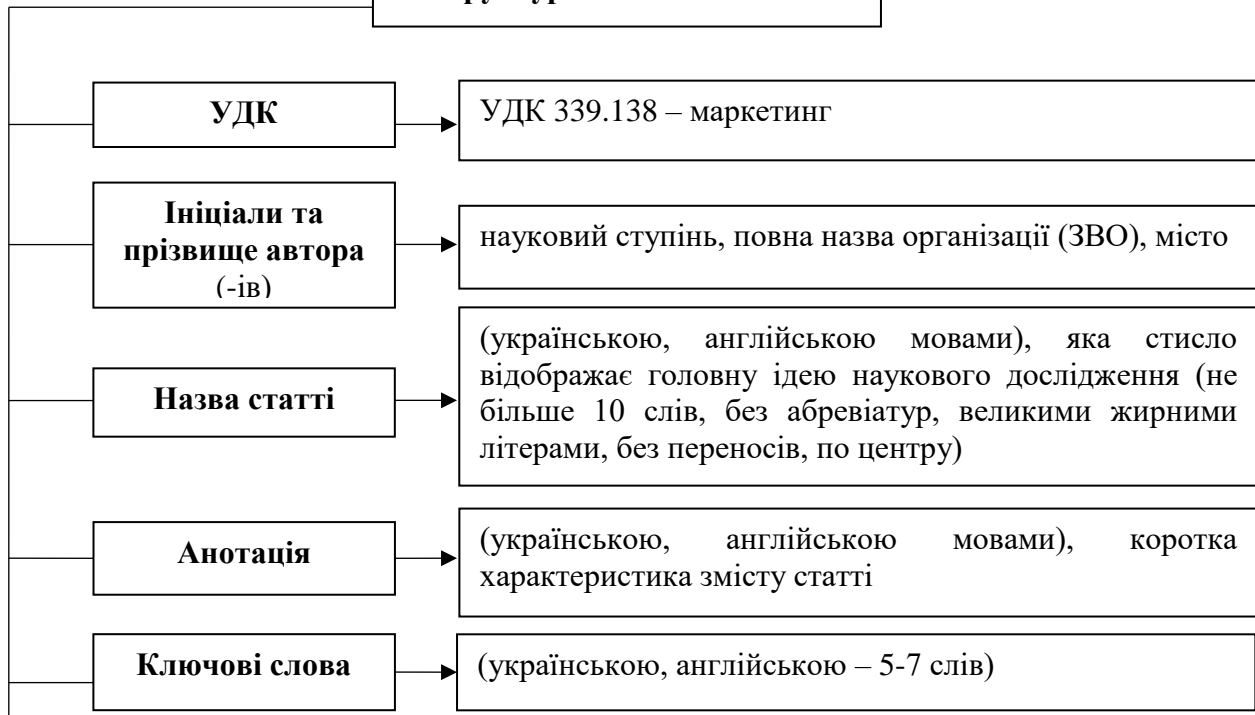
1. Визначення теми, її аналіз, складання плану (тез).
2. Робота на першим варіантом статті на основі плану (тез).
3. Завершення роботи, аналіз тексту, удосконалення його, виправлення.
4. Роздуми, обмірковування, вирішення проблеми.
5. Послідовний виклад думки, доказове розміркування, точний вибір слів і правильна побудова речень.
6. Критична оцінка результатів своєї роботи, пошук слабких місць, помилок та їх виправлення.

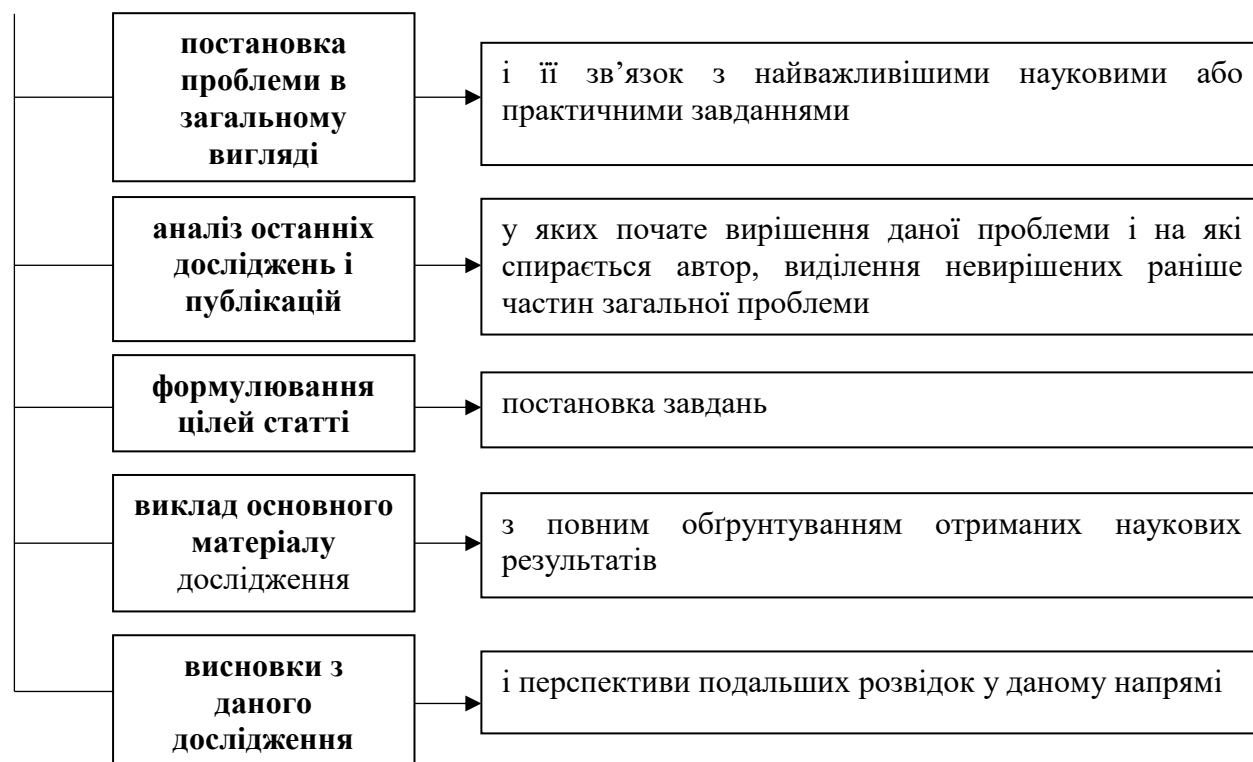
Оптимальний обсяг наукової статті – 0,5 авторського аркуша (до 12 сторінок друкованого на комп'ютері тексту через 1,5 інтервали, шрифт 14).  
 Кожне наукове фахове видання може мати свої вимоги до оформлення статей.  
 Вимоги до наукової статті досить чітко сформульовані в постанові Президії ВАК України від 15 січня 2003 р. №705/1

### ORCID

–(англ. Open Researcher and Contributor ID) – некомерційний проект, мета якого – створення єдиного, міжнародного реєстру вчених ORCID;  
 –незапатентований буквено-цифровий код, який однозначно ідентифікує авторів-науковців.

### Структурні елементи статті





#### Рекомендації щодо формулювання назви статті

- визначати основну проблему дослідження;
- знайомити читача з предметом дослідження;
- бути конкретною, зрозумілою, точною і повною;
- не містити скорочень;
- становити інтерес для читачів

#### Анотація

- додається до статті українською та англійською мовами;
- слід лаконічно, чітко та зрозуміло розкрити суть статті та її цінність

#### Розширена анотація

анотація англійською мовою – це один з видів скороченої форми представлення наукового тексту, який служить для іноземних учених основним і, як правило, єдиним джерелом інформації про зміст публікації та дозволяє визначити необхідність звернення до повного тексту статті. Зарубіжні фахівці за анотацією матимуть змогу оцінити глибину проведеного дослідження, його новизну та актуальність.

### 1. Вступ

**постановка наукової проблеми**, аргументація її актуальності, зв'язку з найважливішими завданнями науки й економіки країни, значення для розвитку певної галузі науки або практичної діяльності (один абзац або 5–10 рядків). Метою вступу є доведення до читача основних завдань, які ставив перед собою автор статті

#### Структура вступу:

- визначення наукової гіпотези;
- докладне пояснення причин, за якими було почато дослідження;
- розкриття рівня актуальності даної теми

### 2. Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми та на яке спирається автор

- існуючі погляди на проблему;
- труднощі при розробці даного питання;
- виділення невирішених питань** у межах загальної проблеми, котрим присвячена стаття (0,5–2 сторінки друкованого тексту через півтора інтервали)

### 3. Формулювання мети статті

- (постановка завдання) передбачає виголошення головної ідеї даної публікації, яка суттєво відрізняється від існуючих, доповнює або поглиблює вже відомі підходи;
- введення до наукового обігу нових фактів, висновків, рекомендацій, закономірностей або уточнення відомих раніше, але недостатньо вивчених

### 4. Виклад змісту власного дослідження

- основна частина статті;
- висвітлюються основні положення й результати наукового дослідження, особисті ідеї, думки, отримані наукові факти, виявлені закономірності, зв'язки, тенденції, програма експерименту, методика отримання та аналіз фактичного матеріалу;
- особистий внесок автора в досягнення й реалізацію основних висновків тощо (п'ять-вісім сторінок)

### 5. Висновок

- формулюється основний умовивід автора, зміст висновків і рекомендацій, їхнє значення для теорії й практики, суспільна значущість, коротко накреслюються перспективи подальших досліджень з теми (третина сторінки);
- необхідно зробити короткий висновок чи підтвердилась гіпотеза, що була висловлена у передмові, чи ні;
- робляться альтернативні висновки, у випадку, коли результати дослідження дозволяють розуміти його подвійно

## 6. Бібліографічний список цитованої літератури

- вміщені бібліографічні описи тих джерел і літератури, на які є посилання у тексті статті;
- небажаним є посилання на навчальну літературу (підручники, навчальні посібники тощо);
- посилання на ненадруковані праці не допускаються;
- іншомовні джерела подаються мовою оригіналу

### References – Транслітерація

<http://ukrlit.org/transliteratsiia>

### Вимоги до статті

1. Стаття – це не науковий звіт, її призначення в забезпеченні наукової комунікації, тому автор повинен уникати стилю наукового звіту чи науково-популярної статті.
2. Усі спеціальні терміни мають бути обов'язково розкриті, щоб термінологічна позиція автора була однозначною.
3. Цитати і посилання мають використовуватися доречно.
4. Мова статті має бути науковою, а не публіцистичною.
5. Стаття не повинна бути занадто загальною і надмірно детальною.

### Практичні поради

1. Розпочинайте формулювання мети дослідження чи твердження, в якому було б окреслено сутність роботи.
2. Переходьте до визначення дослідницької ніші в наявних роботах, що обумовлює потребу нових наукових пошуків.
3. Переходьте до концептуалізації загального проблемного поля з врахуванням актуальності дослідження та аудиторії, до якої звертається автор.
4. Переходьте до загального огляду літературних джерел, які пов'язані з темою дослідження.
5. Поєднайте усі стадії в єдиний цілісний блок, слідкуючи за загальним логічним розвитком тексту від абзацу до абзацу.

### Класифікація наукових статей

Підстава класифікації	Види статей
1	2
Відношення до проблеми	<p><b>Стаття оглядова</b> – дає характеристику стану і перспектив наукових досліджень у тій чи іншій предметній області з метою виявлення проблемного поля і перспективних напрямів досліджень.</p> <p><b>Стаття проблемна, постановочна</b> – дає всебічну характеристику проблеми, якої або не було в науці, або вона не одержала всебічного осмислення.</p>

1	2
Відношення до проблеми	<b>Стаття методологічна</b> – дає обґрунтування методології вирішення проблеми. <b>Стаття, що вирішує проблему</b> , – дає авторський варіант вирішення сформульованої проблеми.
Структура	<b>Неструктурована стаття</b> – у ній не виділяються окремі підзаголовки. <b>Структурована стаття</b> – виділяються окремі підзаголовки найчастіше відповідно до логіки наукового дослідження або презентації найбільш важливих складових дослідження.
Новизна	<b>Новаторська стаття</b> – презентує принципово нові наукові результати. <b>Розвиваюча стаття</b> – дає нові варіанти вирішення окремих складових проблеми.
Роль в атестації автора	<b>Спеціальна стаття</b> – задовольняє цілком визначеним вимогам, друкується в спеціальному виданні і враховується при захисті дисертації. <b>Звичайна стаття</b> – виступає тільки засобом просування автора в науковому співтоваристві.

### Правила написання наукової статті

–у статті розміщуються прізвище та ініціали автора (ініціали ставлять перед прізвищем); за необхідності вказуються відомості, що доповнюють дані про автора;

–назва статті стисло відбиває її головну ідею, думку (п'ять-сім слів);

–недоцільно ставити риторичні запитання; мають переважати розповідні речення;

–не слід постійно виділяти текст цифрами 1, 2 і т.д., ті чи інші думки, положення; слід починати перелік елементів, позицій з нового рядка, відокремлюючи їх один від одного крапкою з комою;

–у тексті прийнятним є використання різних видів переліку: спочатку, на початку, спершу, потім, далі, нарешті; по-перше, по-друге, по-третє; на першому етапі, на другому етапі тощо;

–цитати у статті мають містити точні бібліографічні посилання;

–усі посилання на авторитети подаються на початку статті, основний же її обсяг присвячують викладу власних думок; не слід наводити для підтвердження достовірності своїх висновків і рекомендацій висловлювання інших учених, оскільки це свідчить, що ідея дослідника не нова, була відома раніше і не підлягає сумніву;

–стаття має завершуватися конкретними висновками і рекомендаціями.

Для основного тексту статті використовується шрифт *Times New Roman* 14pt, для анотацій і списку літератури використовується 12pt.

Основний текст статті набирається у 1,5 інтервали, реферати, анотації і список літератури – в один.

Кожна ілюстрація, діаграма, схема повинні бути підписані, таблиця – мати назву. Ілюстрації й таблиці нумеруються арабськими цифрами наскрізною нумерацією. Якщо в статті один рисунок чи одна таблиця, то вони не нумеруються.

Таблиці та ілюстрації розміщуються під текстом, у якому вперше подано посилання на них або на наступній сторінці.

Ілюстрації повинні бути чорно-білими, чіткими та контрастними, без фону. Кольорові графіки робити не можна.

Назву рисунка та пояснювальні дані розміщують під ілюстрацією та відцентровують.

### Публікаційний процес

- оцінка відповідності темі журналу;
- вибір рецензентів;
- рецензування;
- допрацювання статті;
- повторна рецензія;
- затвердження номеру редколегією;
- додрукарська обробка;
- друк;
- розповсюдження

### Що оцінюють рецензенти

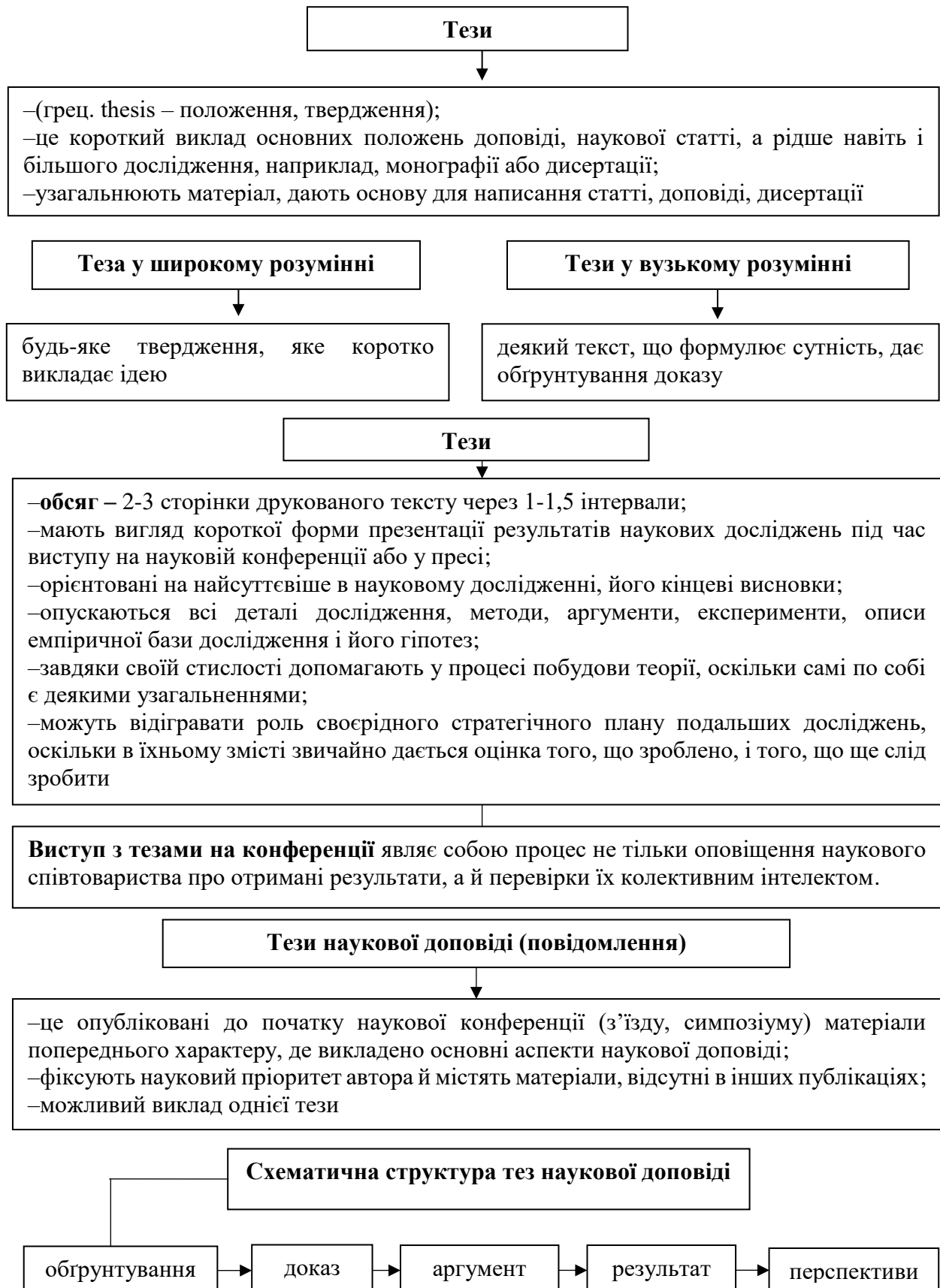
- відповідність профілю видання;
- чи цікаво аудиторії журналу;
- новизну, актуальність;
- використання сучасних методів;
- логічність викладення, обговорення, висновків;
- статистична обробка;
- оформлення наочних матеріалів;
- мова;
- література;
- грантову підтримку

Автор не знає, хто рецензує його роботу.  
 Автор не знає рецензента і рецензент не знає, хто автор статті.

### Найбільш поширені недоліки наукових статей

- назва статті не відображає основну ідею її змісту, є дуже громіздкою (перевищує 5-7 слів);
- відсутність у тексті статті якого-небудь наукового дослідження, зведення її у кращому випадку до опису ситуації;
- вона не відповідає прийнятій структурі або спостерігається неструктурованість тексту, що являє собою нескінченний потік слів;
- відсутність у статті конкретних результатів викладу, теоретичних і практичних висновків;
- зловживання термінами без їхньої розшифровки або взагалі невикористання термінів

### 1.3 Тези наукової доповіді



### Загальний алгоритм написання тез як самостійного виду наукової продукції

- усвідомити для себе, що будуть презентувати тези: теорію, методи, результати або методика дослідження;
- сформулювати мету підготовки тез;
- назва тез повинна відображати основну ідею, думку, положення;
- аналізується той текст, що має бути представлений у тезах

### Текст тез

- виділяються ключові значеннєві позиції, що і будуть виступати у вигляді окремих тезових положень;
- усі тезові положення групуються в єдиний текст;
- іноді їх так і залишають у вигляді окремих пунктів, але найчастіше редагують і надають їм цілісності

### Послідовність викладу суті доповіді

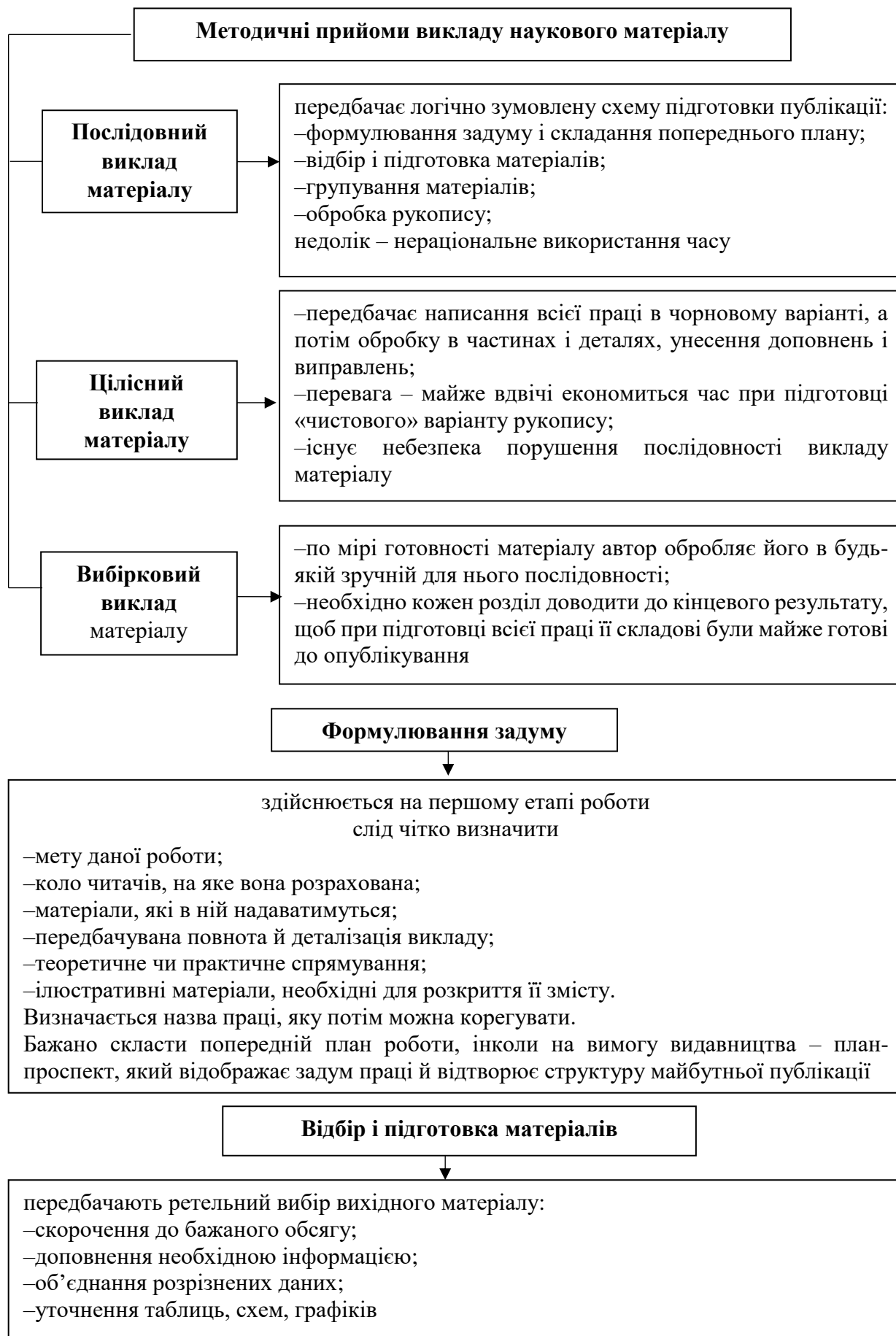
- актуальність проблеми;
- наявність проблемної ситуації між необхідністю її вивчення, удосконалення та сучасним станом її розробки та втілення;
- основна ідея, положення, висновки дослідження, якими методами це досягнуто;
- основні результати дослідження, їхнє значення для розвитку теорії та/або практики

Виклад кожної тези починається з нового рядка і займає від одного до кількох абзаців. Кожна теза містить самостійну думку, що висловлюється в одному або кількох реченнях. Виклад суті ідеї чи положення здійснюється без наведення конкретних прикладів. У процесі викладу тез звертається увага на актуальність проблеми, якій вони присвячені, стан її розробки в науці, основну ідею, положення, висновки дослідження, основні результати та їх практичне значення. Тези мають бути чітко сформульовані, не повинні повторювати одна одну, а мають підводити до певного результуючого висновку, що визначає новизну і значущість висунутих положень для науки і практики. Дозволяється включати цифровий, фактичний матеріал.

Тези засвідчують апробацію результатів наукового дослідження.



## 2. Правила оформлення публікацій



Підготовка матеріалів може здійснюватися в будь-якій послідовності, окремими частинами, без попередньої детальної обробки.  
Головне – підготувати матеріали в повному обсязі для подальших етапів роботи над рукописом.

### Групування матеріалу

- передбачає вибір варіанта його послідовного розміщення згідно з планом роботи;
- набраний у текстовому редакторі твір можна необхідним чином структурувати;
- з’являється можливість побачити кожен із частин роботи та її всю в цілому;
- простежити розвиток основних положень;
- домогтися правильної послідовності викладу;
- визначити, які частини роботи потребують доповнення або скорочення;
- всі матеріали поступово розміщують у належному порядку відповідно до задуму

Паралельно з групуванням матеріалу визначається рубрикація праці, тобто поділ її на логічно підпорядковані елементи – частини, розділи, підрозділи, пункти.  
Результатом цього етапу є логічне поєднання складових рукопису, створення його чорнового макету, який потребує подальшої обробки.

### Обробка рукопису

- (робота над чистовим рукописом) складається з уточнення його змісту, оформлення й літературної правки;
- шліфування тексту рукопису починається з уточнення його змісту й структури;
- перевіряється й критично оцінюється кожен висновок, кожне речення, кожне окреме слово, а крім того, відповідність назви роботи й назв розділів і підрозділів їхньому змісту, логічність і послідовність викладу матеріалу;
- доцільно ще раз проаналізувати аргументованість основних положень, наукову новизну, теоретичну й практичну значущість роботи, її висновки і рекомендації;
- недоречними є надмірний лаконізм і надлишкова деталізація у викладі матеріалу;
- допомагають сприйняттю змісту роботи таблиці, схеми, графіки тощо

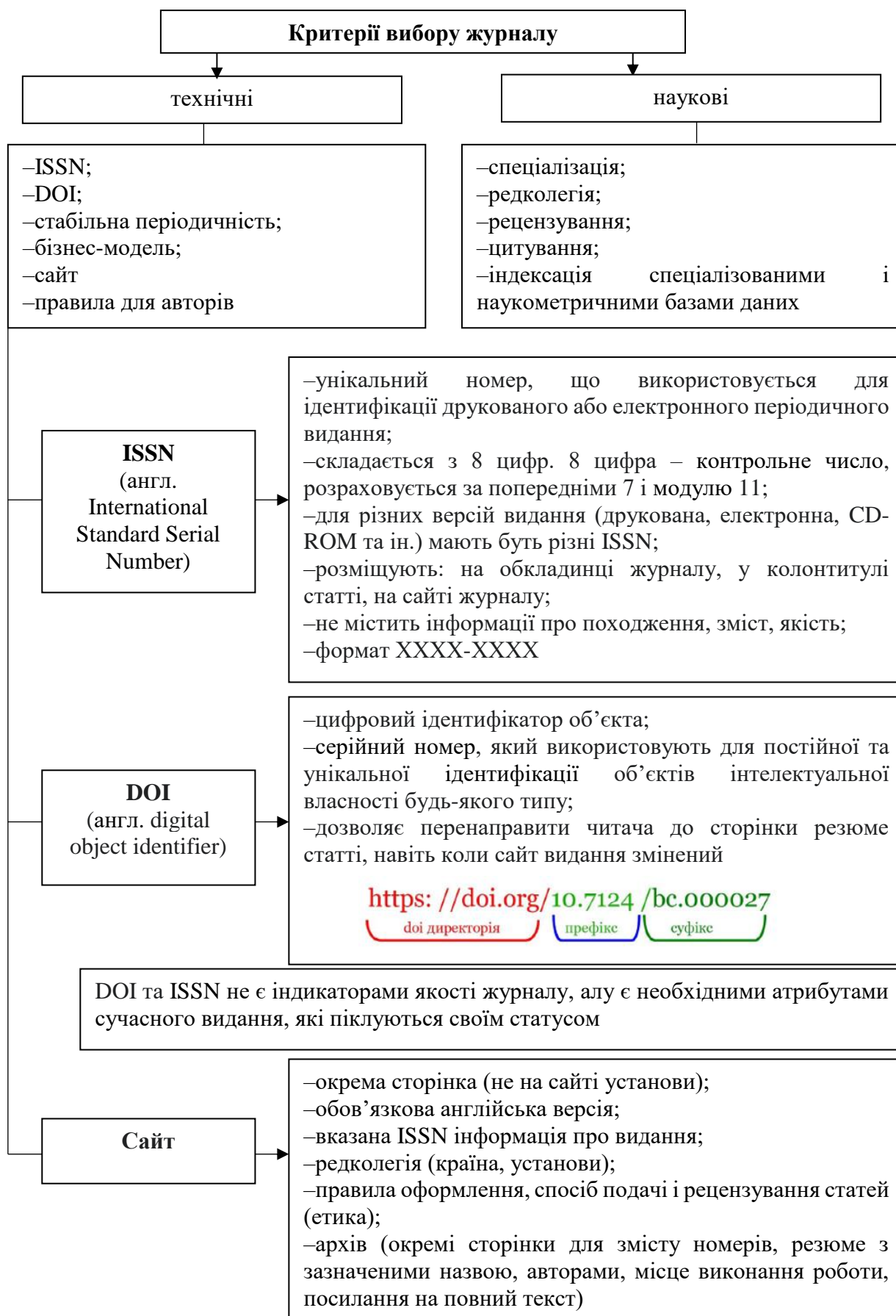
#### Перевірка правильності оформлення рукопису

стосується рубрикації посилань на літературні джерела, цитування, написання чисел, знаків, фізичних і математичних величин, формул, побудови таблиць, підготовки ілюстративного матеріалу, створення бібліографічного опису, бібліографічних покажчиків тощо

#### Літературна правка

це заключний етап.  
Перед тим, як редагувати текст, слід відкласти роботу на деякий час, щоб «відпочити» від неї.  
Бажано, щоб її хтось прочитав.  
Редагувати слід лише тоді, коли роботу над текстом закінчено повністю.

### 3. Наукові періодичні видання. Журнали для публікації маркетингових досліджень



### Web of Science (WoS)

- платформа, на якій розміщено бази наукової літератури і патентів;
- 15 баз даних наукової літератури;
- більше 34 тис. рецензованих журналів; 134 тис. книг, 2,5 млн препринтів і 109 млн патентів;
- проіндексовано більше 170 млн документів, написаних 130 мовами; понад 1,8 млрд документів – у пристатейних списках літератури;
- більше 150 млн записів;
- більше 1,7 млрд посилань;
- різні ресурси;
- якісна література;
- повна індексація;
- точна оцінка,
- найнадійніше джерело даних у відкритому доступі

### Scopus

- найбільша бібліографічна база рецензованої літератури з набором інтелектуальних інструментів, які дозволяють відстежувати, аналізувати та візуалізувати наукові дослідження;
- інструмент для відстеження цитованості статей, опублікованих у наукових виданнях;
- індексує наукові журнали, матеріали конференцій та серіальні книжкові видання;
- біля 50 мов;
- містить понад 50 млн реферативних записів;
- має 27 базових тематичних розділів, поділених на 335 підрозділів, політематичні статті індексуються одразу в кількох розділах;
- індексує більше 23000 назв наукових видань від 5000 видавців;
- більше 36 тис. журналів; 160 тис. книг;
- 1,4 млрд цитувань;
- 78 млн записів;
- 16 млн профілів авторів;
- приблизно 70 тис. інституційних профілів

### Критерії відбору та оцінки журналів

1 етап

#### Мінімальні критерії

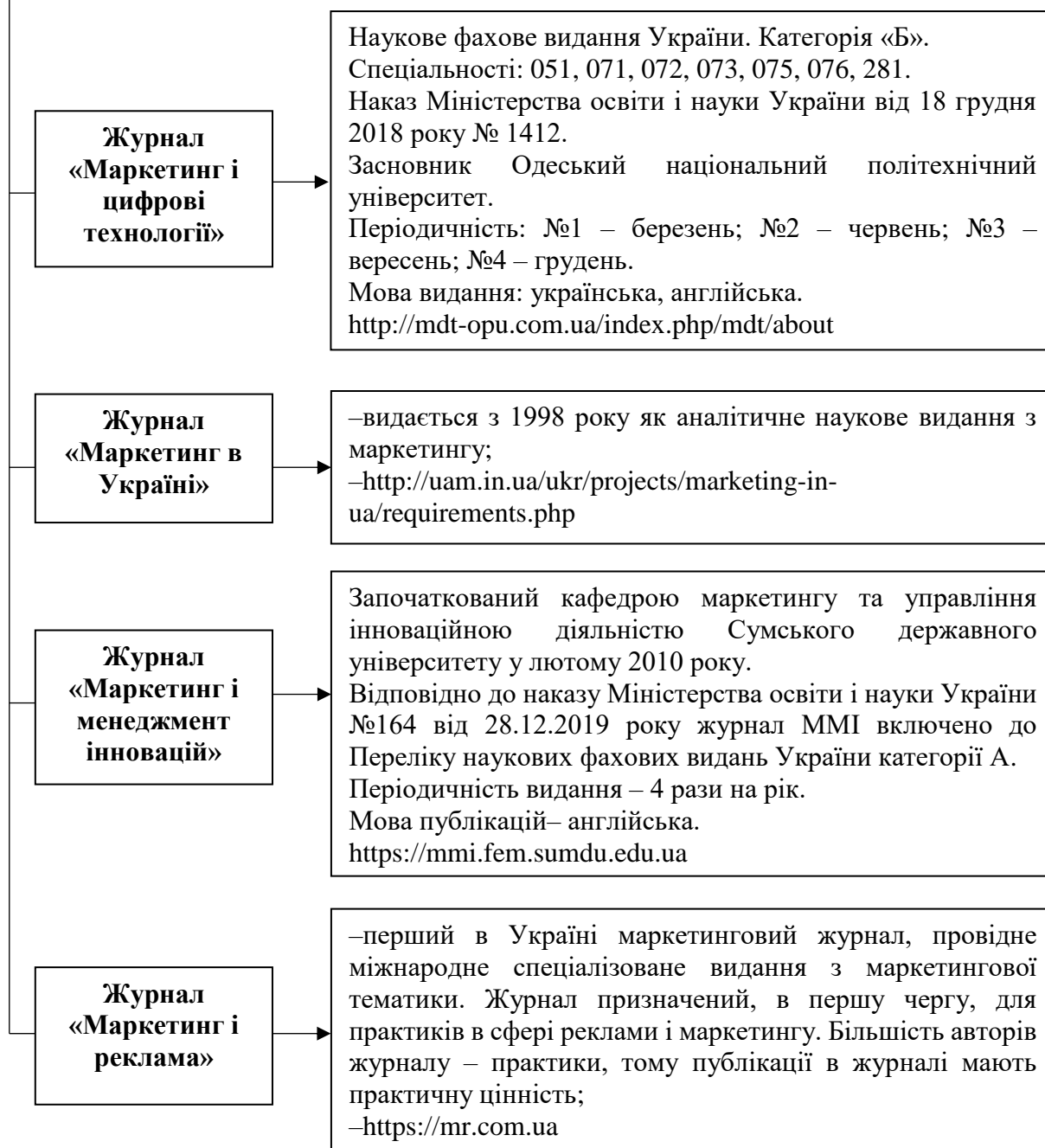
- прозора процедура рецензування;
- понад два роки видання;
- зарєєстрований ISSN;
- англомовні: назви, анотації, ключові слова та сайт журналу;
- транслітеровані списки літератури;
- онлайн лрступ до контенту;
- публікаційна етика

2 етап

14 критеріїв у 5 категоріях:

- політика журналу;
- якість опублікованого контенту;
- репутація журналу;
- дотримання графіку видання;
- доступність журналу

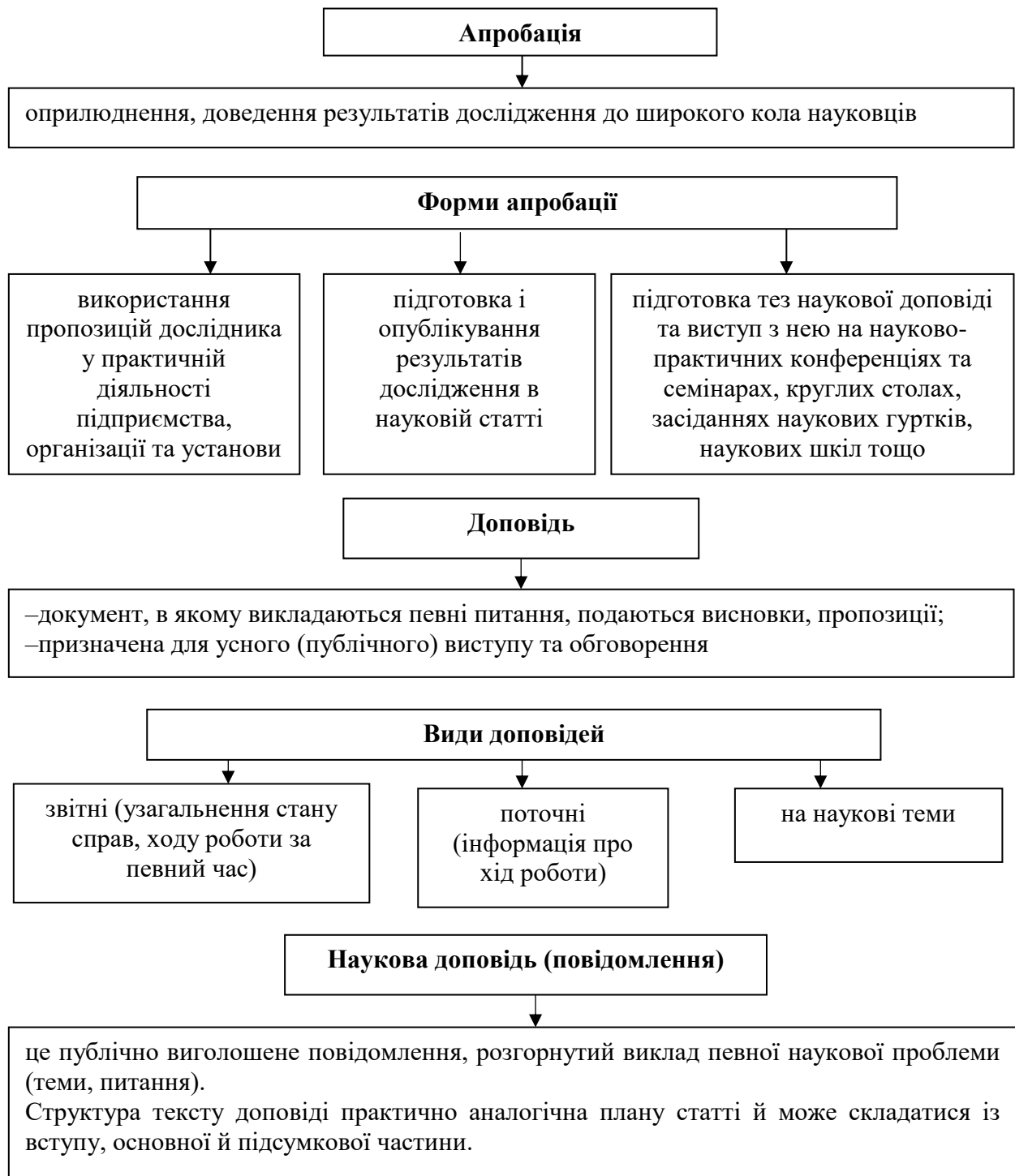
**Журнали для публікації маркетингових досліджень**



## Тема 7. Апробація, візуалізація, презентація та впровадження результатів наукового дослідження

1. Апробація та її форми.
2. Поняття та типи візуалізації.
3. Використання графіків для візуалізації різних типів зв'язків.
4. Структура та мета презентації наукового дослідження.
5. Впровадження результатів наукових досліджень.
6. Підготовка до захисту кваліфікаційної роботи.

### 1. Апробація та її форми



### Методи написання доповіді

1) полягає в тому, що дослідник спочатку готує тези свого виступу, на основі тез пише доповідь на семінар або конференцію, редагує її й готує до опублікування в науковому збірнику у вигляді доповіді чи статті

2) передбачає спочатку повне написання доповіді, а потім у скороченому вигляді ознайомлення з нею аудиторії

Вибір способу підготовки доповіді залежить від змісту матеріалу та індивідуальних особливостей науковця.

Доповідь повинна містити коментарі до ілюстративного матеріалу, а не його повторення.

Доповідач має реагувати на попередні виступи з теми своєї доповіді.

Доцільним є полемічний її характер: це викликає інтерес слухачів.

Доповідь або повідомлення про проведену наукову роботу містить стисле викладення основних наукових положень автора, їх практичне значення, висновки та пропозиції.

При написанні доповіді слід зважати, що суттєва частина матеріалу опублікована в її тезах, частина матеріалу подається на плакатах (слайдах, моніторі комп'ютера, схемах, діаграмах, таблицях та ін.).

Можна зупинитися лише на одній (найсуттєвішій, дискусійній) тезі доповіді, зробивши посилання на інші, вже опубліковані. Це дозволить на 20-40% скоротити доповідь.

### Послідовність у науковій доповіді

- коротка оглядова частина та визначення мети дослідження;
- метод вирішення або нове положення, яке пропонує доповідач;
- основні результати, їх пояснення та висновки

Час доповіді визначається регламентом семінару, наукової конференції, представлення основних результатів кваліфікаційної роботи на засіданні ДЕК (5-7 хвилин).

Аргументація повинна бути короткою та чіткою.

Важливо уникати складних речень.

Необхідно виділити основну ідею доповіді, не потрібно деталізувати окремі положення.

Якщо доповідь була виголошена, проте з певних об'єктивних причин не опублікована, доповідачу має бути надано свідоцтво, акт, сертифікат про участь та публічне оприлюднення окремих наукових результатів проведеного дослідження (НДР).

### Доповідь для захисту КР

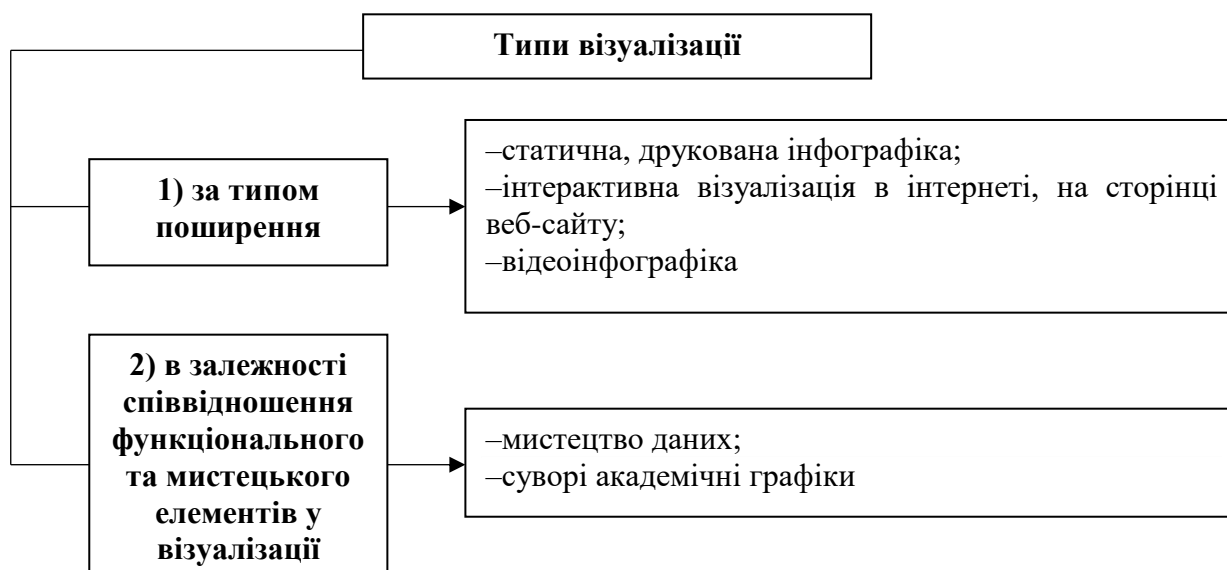
–обґрунтування актуальності теми дослідження, мета, завдання, об'єкт;  
 –предмет дослідження, які методи використані;  
 –основні теоретичні положення та їх підтвердження в процесі експериментального дослідження тощо з використанням необхідного ілюстративного матеріалу

## 2. Поняття та типи візуалізації

### Візуалізація

–це представлення інформації, даних, фактів у візуальній формі, тобто їх кодування;  
 –це інструмент для вирішення конкретних задач, висвітлення тієї чи іншої теми, якогось складного питання, донесення певної інформації, знаходження закономірностей серед великої кількості даних

**Призначення візуалізації** – не заважати мозку сприймати потрібну інформацію.



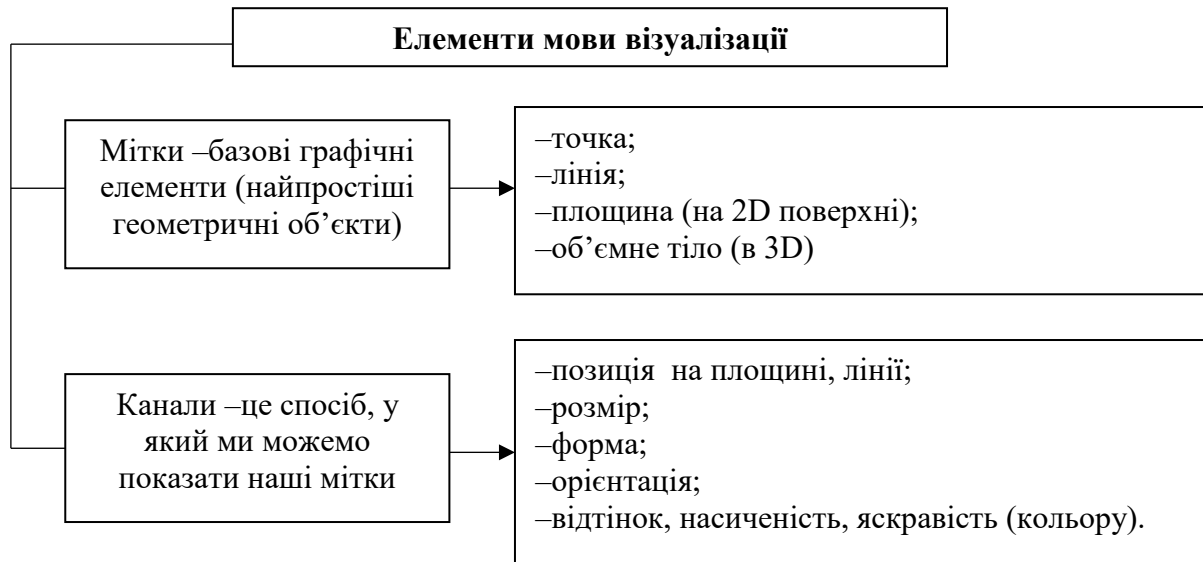
Візуалізація є мовою, в якій використовуються геометричні об'єкти – точка, лінія, частина поверхні, а також візуальні канали – тобто вид, який ми можемо надати елементарним геометричним об'єктам, наприклад, колір, довжина, орієнтація, розмір

Базові елементи мови візуалізації можна комбінувати багатьма способами

Вибір способу залежить від типу даних:

- 1) кількісні – все, що можна порахувати та записати у числовій формі;
- 2) впорядковані – якісні дані, те, що можна розташувати у якомусь порядку – дні тижня, градації шкали оцінювання (наприклад, від «дуже погано» до «дуже добре»);
- 3) категорійні – невпорядковані якісні дані (назви країн, назви з будь яких наборів, різноманітні типи тощо).





Для візуалізації даних необхідно:

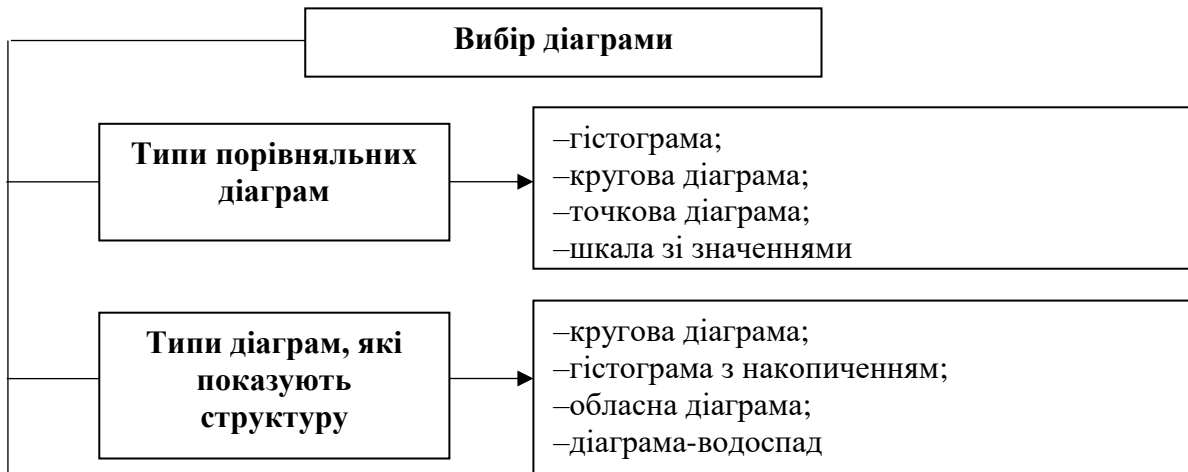
- порахувати кількість змінних (наприклад, скільки колонок є в таблиці з даними);
- визначити для кожної із змінних, до якого типу даних вона відноситься (кількісних, впорядкованих чи категорійних);
- для кожної змінної вибрати мітку та візуальний канал, який найкраще для неї підійде.

### 3. Використання графіків для візуалізації різних типів зв'язків

#### Графіки

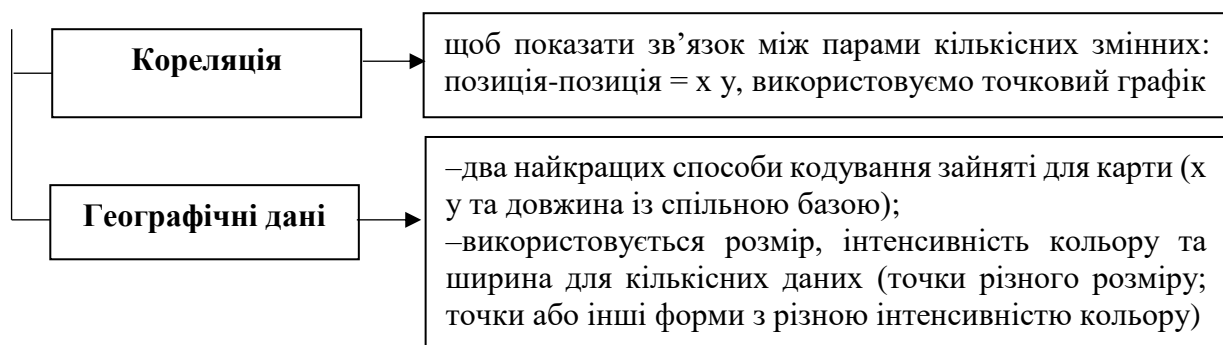
- є одним із головних компонентів візуалізації;
- дозволяють ефективно показувати різноманітні зв'язки, відношення між різними атрибутами (змінними) у даних;
- надають характерну візуальну форму для кожного типу зв'язку

#### Вибір діаграми

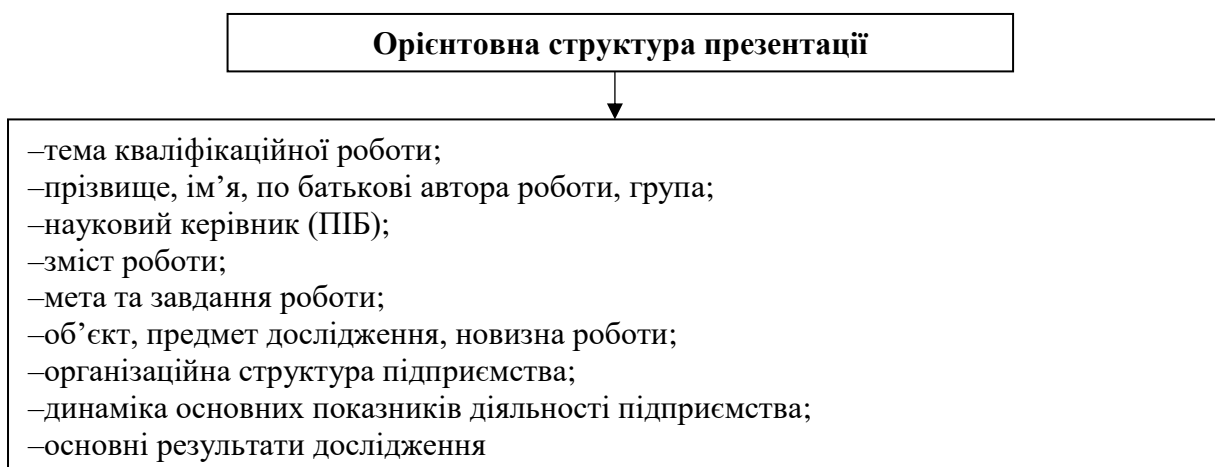








#### 4. Структура та мета презентації наукового дослідження



#### Приклади

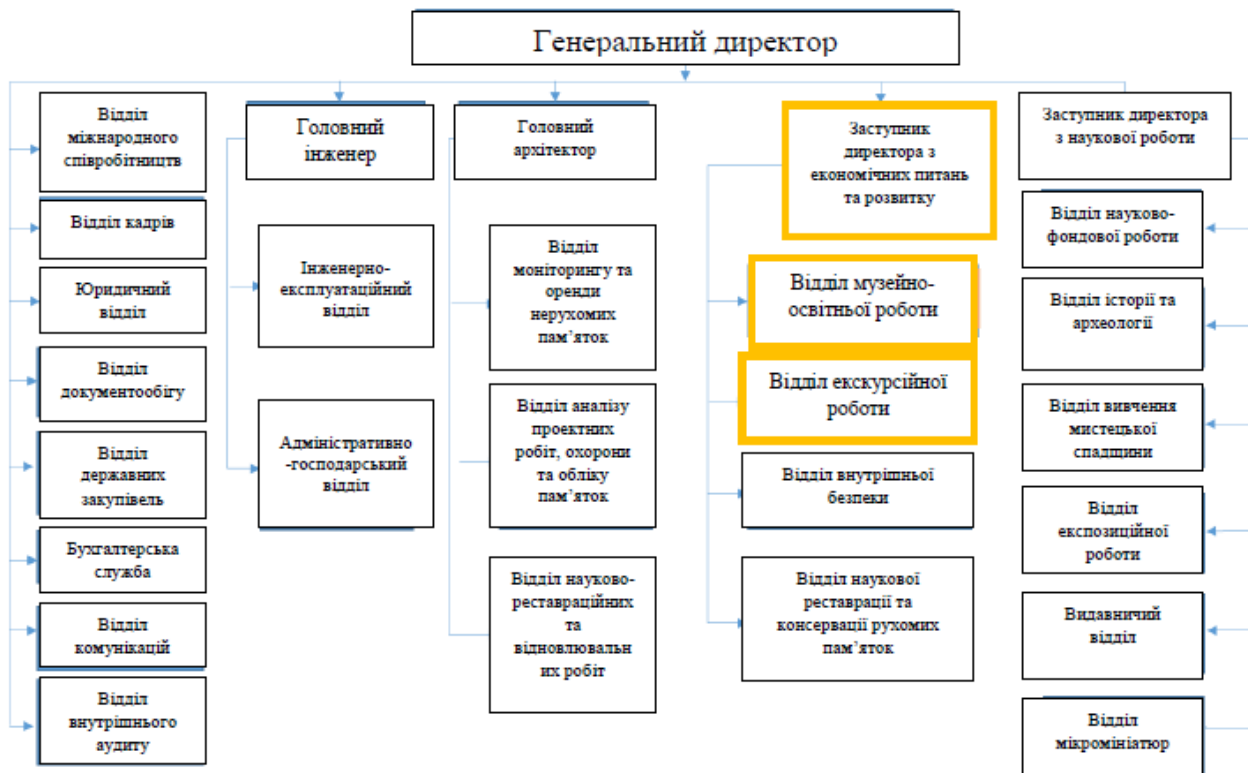


Рисунок 2.1 – Організаційна структура Національного заповідника «Кисво-Печерська лавра»

Джерело: складено автором на основі штатного розпису Заповідника

Таблиця 2.1 – Динаміка основних господарських показників мережі магазинів «Сільпо», млн грн

Показники	Період				
	2018	2019	2020	Відхилення 2019/2018, %	Відхилення 2019/2018, %
Чистий дохід від продажу товарів	51842,5	62446,7	64402,6	+20,5	+3,1
Собівартість реалізованих товарів	39797,9	47340,6	47249,9	+19,0	-0,2
Валовий прибуток	12044,6	15106,1	17152,7	+25,4	+13,5
Інші операційні доходи	410,6	295,5	323,5	-28,0	+9,5
Адміністративні витрати	738,6	814,4	1685,1	+10,3	+106,9
Витрати на збут	10164,4	12940,2	15581,5	+27,3	+20,4
Інші операційні витрати	141,5	79,8	56,2	-43,6	-29,6
Фінансовий результат від операційної діяльності	1410,8	1638,3	153,5	+16,1	-90,6
Фінансові витрати (участь в капіталі, інші витрати)	2600,6	2518,1	4090,8	-3,2	+62,5
Чистий прибуток (збиток)	-943,5	289,6	-3114,2	-130,7	-1175,3

Джерело: сформовано автором за даними фінансової звітності

## 5. Впровадження результатів наукових досліджень





## 6. Підготовка до захисту кваліфікаційної роботи



### Рецензенти

- можуть бути фахівці-практики, науковці, викладачі іншої кафедри ВНЗ, які працюють у галузі за відповідної проблематики, що розробляється магістрантом;
- характеризують позитивні сторони роботи та її недоліки

### Вимоги до рецензії

- новизна постановки і розробки питання;
  - теоретичне і практичне значення роботи;
  - використання сучасних методів дослідження;
  - аргументованість висновків та обґрунтованість сформульованих практичних рекомендацій/пропозицій;
  - особиста участь магістранта в наведених експериментальних дослідженнях, теоретичній обробці отриманих результатів, формулюванні наукового положення/ідеї/методики;
  - уміння чітко, грамотно й аргументовано викладати матеріал, правильно оформляти його;
  - відсутність ознак плагіату.
- Рецензія надається письмово і повинна містити загальний висновок щодо рекомендації до захисту.

### Процедура захисту кваліфікаційної роботи

- доповідь ЗВО про зміст роботи;
- запитання до автора;
- оголошення відгуку наукового керівника або його виступ та рецензента;
- відповіді ЗВО на запитання членів ДЕК;
- заключне слово ЗВО;
- рішення комісії про оцінку роботи

### Захист кваліфікаційної роботи

- має продемонструвати такі вміння:
- логічно та аргументовано викладати матеріал;
  - коректно використовувати статистичні та математичні методи для аналізу проблем;
  - володіти сучасними методами наукового дослідження та проведення експериментів;
  - навички робити власні узагальнення і висновки;
  - працювати з джерелами інформації

### Критерії оцінювання

- чіткість, повнота та послідовність розкриття кожного питання плану;
- науковість стилю викладення;
- відсутність орфографічних і синтаксичних помилок;
- правильне оформлення роботи відповідно до чинних державних стандартів

### Доповідь для захисту

Починається зі звернення: «Шановний пане голову! Шановні члени державної екзаменаційної комісії!».

Далі ЗВО коротко викладає суть наукової проблеми (задачі) і стан питання, обґрунтовує її актуальність та мету наукових досліджень.

Особливу увагу слід приділити результатам, отриманим особисто автором (що саме запропоновано, узагальнено, рекомендовано та інше), обґрунтуванню їх достовірності, новизни, значущість для розвитку теорії та практики.

У ході викладення запропонованих методів вирішення наукової проблеми (задачі) і наявних результатів слід зробити акцент на порівнянні їх з уже відомими науковими підходами.

У прикінцевій частині доповіді викладаються основні результати та висновки, їх реалізація, можливі шляхи подальшого використання.

Під час виступу необхідно звертати увагу членів комісії на демонстраційні матеріали, коротко пояснюючи їх призначення і зміст.

### Правила публічного виступу

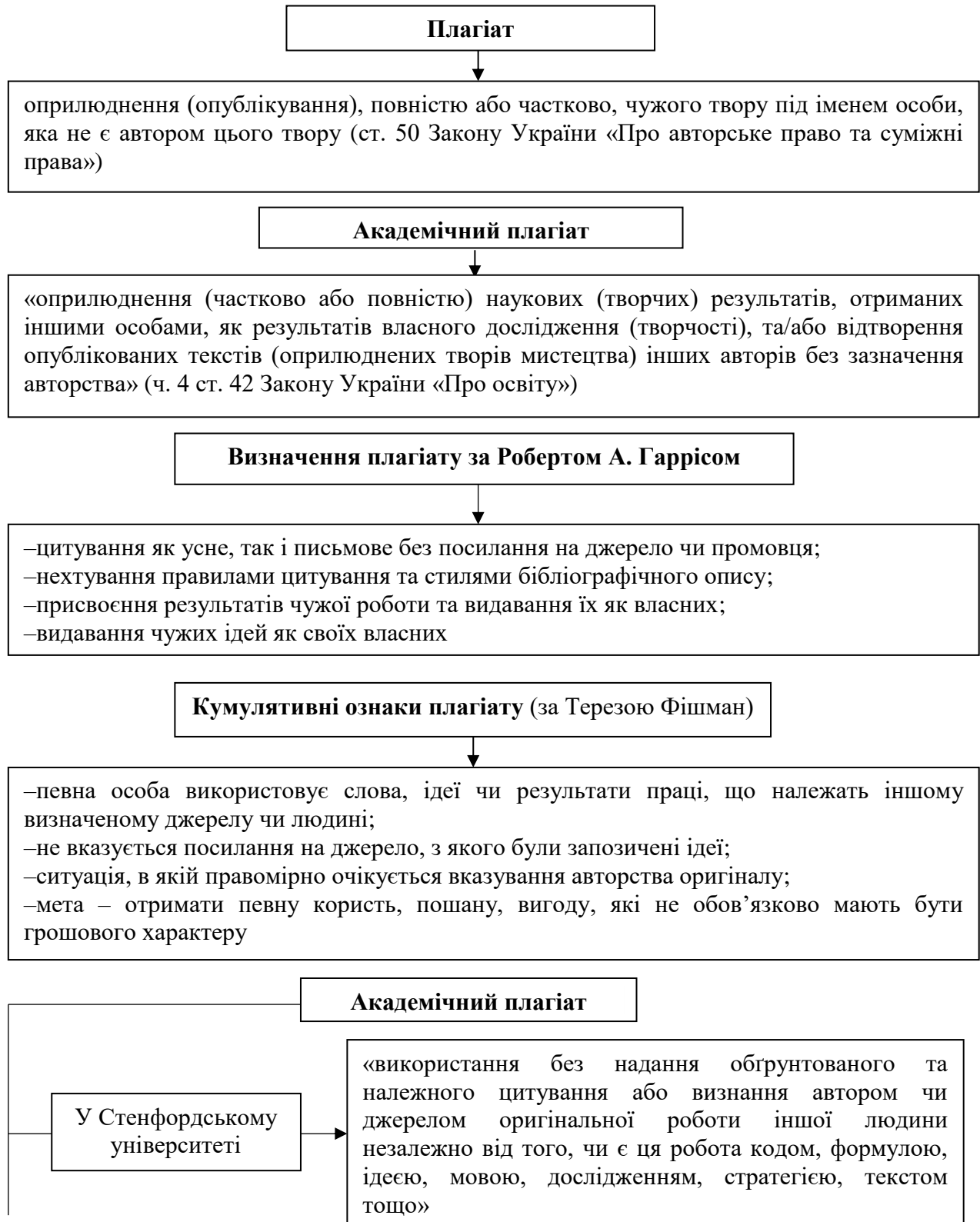
- доповідь має бути науковою, добре аргументованою;
- мовлення – зрозуміле, чітке, граматично правильне, упевнене, що робить його переконливим;
- Не можна! доповідати поспіхом, ковтаючи закінчення слів, або дуже тихо і невиразно, використовувати неправильні наголоси у словах.
- Спокійна, некваплива манера викладу завжди імпонує слухачам.
- Відповідати на запитання членів ДЕК слід тільки по суті справи, чітко й аргументовано.
- Перед тим як відповідати на запитання, необхідно уважно його вислухати до кінця.

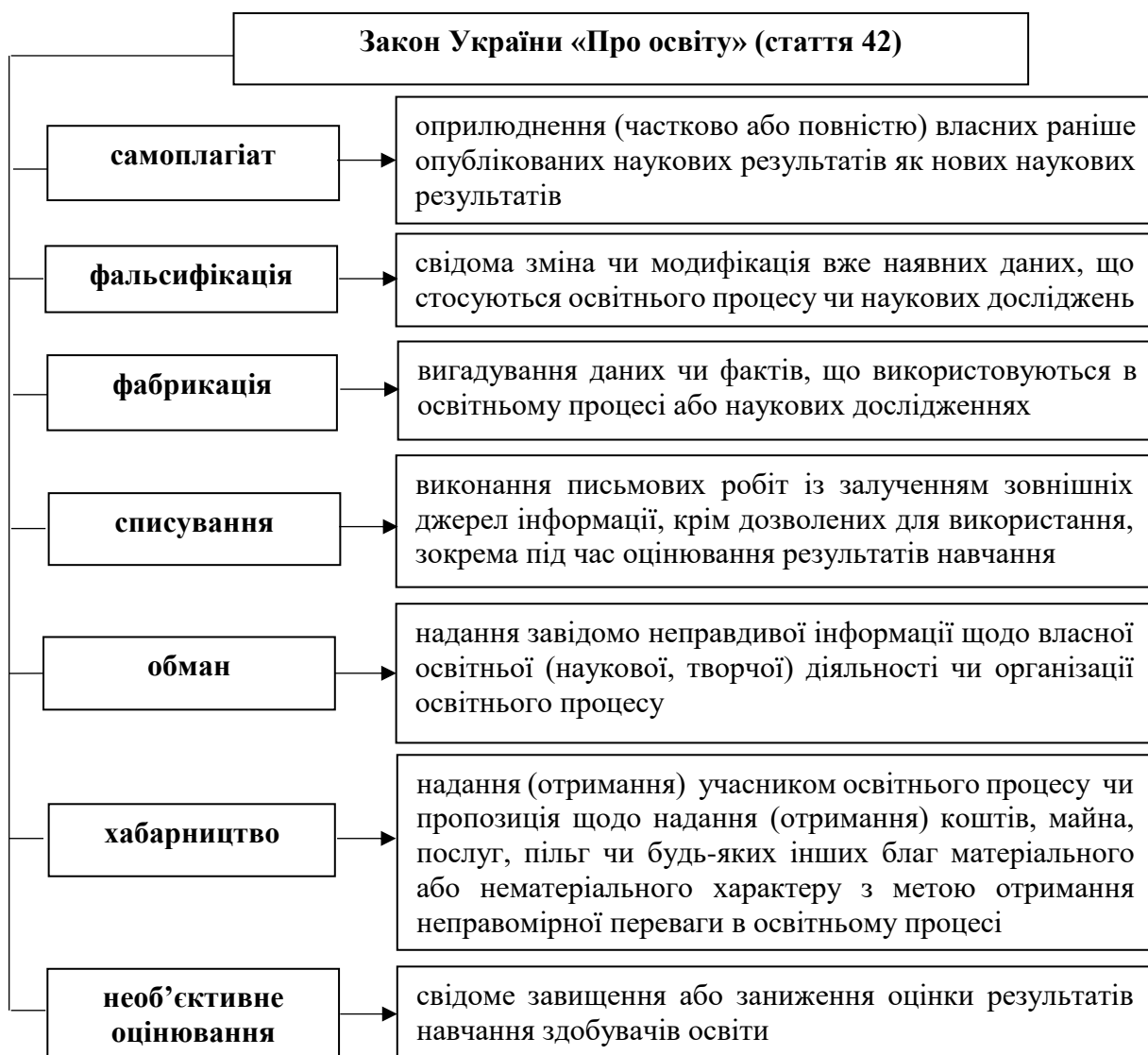
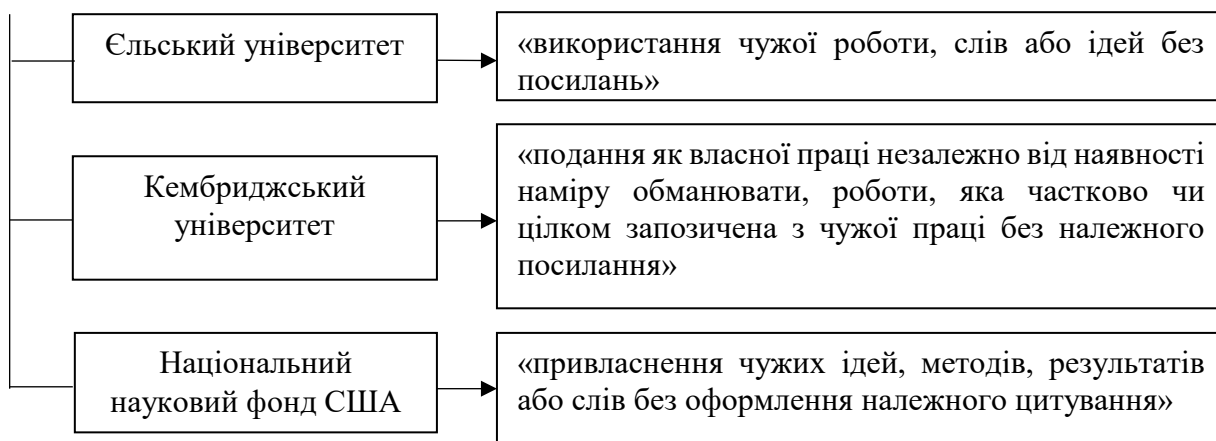


## Тема 8. Плагіат у наукових роботах та академічна доброчесність

1. Поняття плагіату і його види.
2. Сутність академічної доброчесності.
3. Запобігання плагіату в академічному середовищі.

### 1. Поняття плагіату і його види





#### Основні різновиди академічного плагіату

- дослівне запозичення текстових фрагментів без оформлення їх як цитат з посиланням на джерело;
- перефразування тексту джерела у формі, що є близькою до оригінального тексту;
- використання інформації з джерела без посилання на це джерело;
- подання як власних робіт, виконаних на замовлення іншими особами, у тому числі робіт, стосовно яких справжні автори надали згоду на таке використання

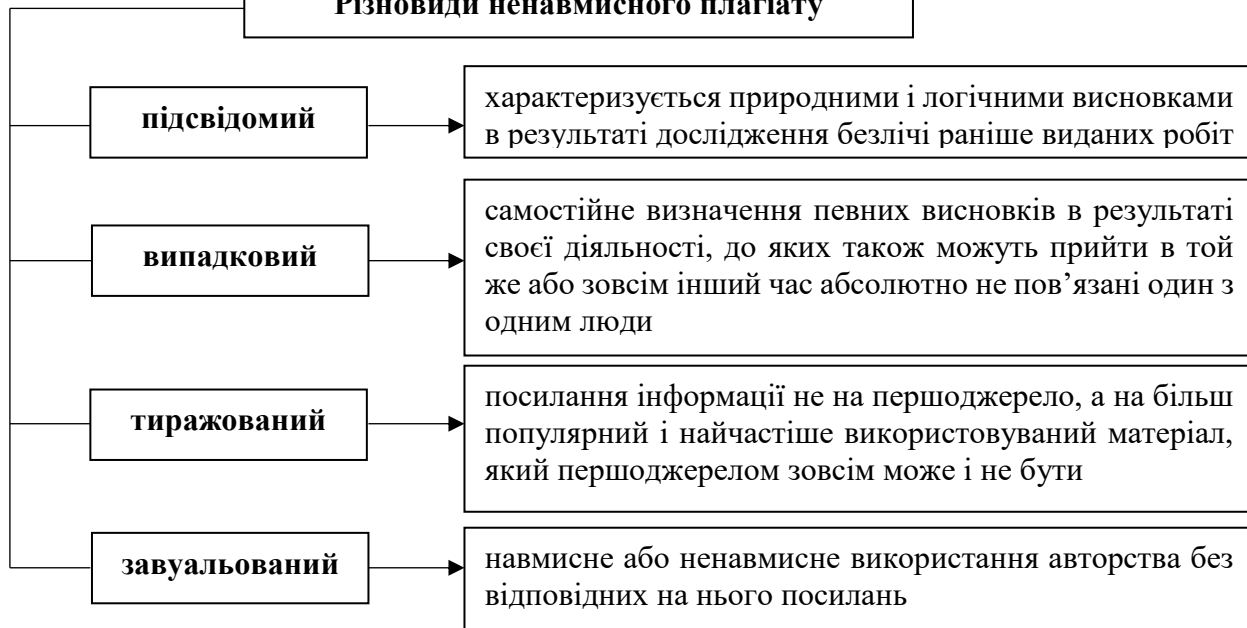
## Розподіл на навмисний та ненавмисний плагіат за Баррі Гілмором

Навмисний	Ненавмисний
Списування одне в одного	Копіювання речення чи двох
Копіювання цілого есе	Надто тісна співпраця зі співавтором
Завантаження цілої роботи з Інтернету	Погані вміння перефразування
Компіляція тексту з різних джерел	Брати матеріал дослівно з підручника, щоб відповісти на запитання домашнього завдання
Заміна слів у реченні	Включення джерел у список бібліографії, але без цитування їх у тексті роботи.

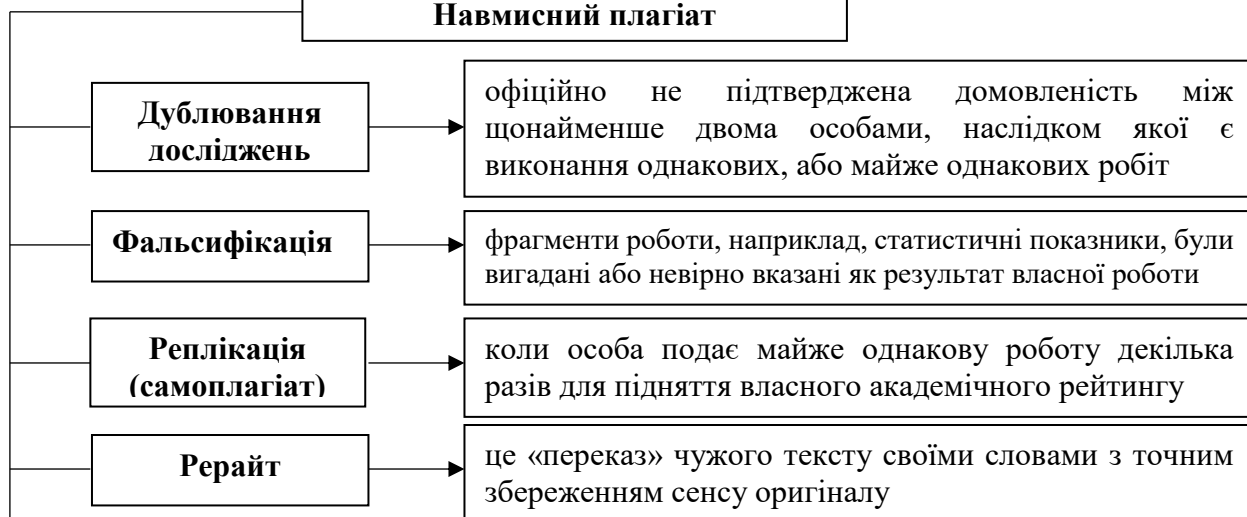
**Ненавмисний плагіат**

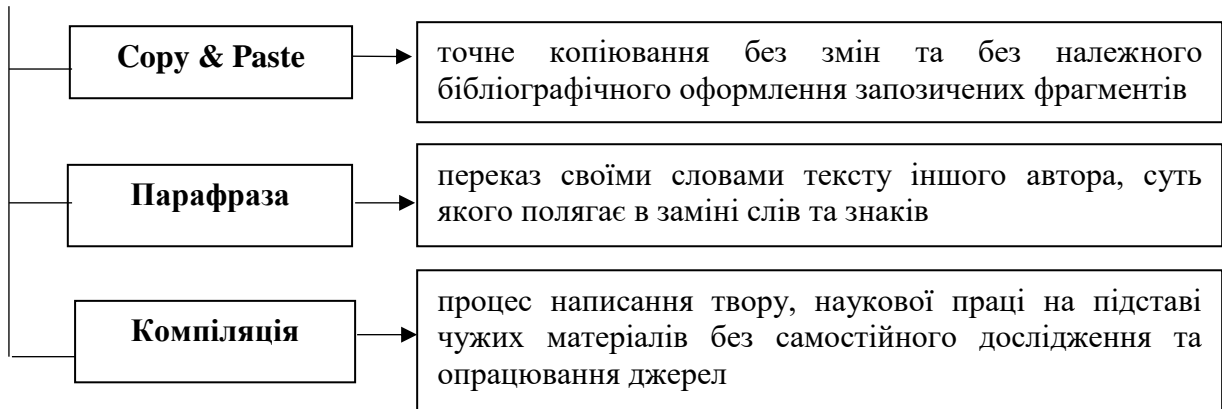
заснований на випадковому наслідуванні або збігу ідеї чи відкриття, уникнути якого практично неможливо, оскільки кожен новий винахід з'являється за допомогою використання попереднього досвіду

**Різновиди ненавмисного плагіату**



**Навмисний плагіат**





**Самоплагіат**

- повторна публікація автором значних за обсягом та ідентичних за формою і змістом своїх же наукових текстів без зазначення факту їх попередньої або одночасної публікації;
- може бути реалізований як у формі повторної публікації однієї і тієї ж статті із незначними змінами у назві і змісті («подвійна» або «багаторазова публікація»), так і у вигляді статті, що містить значні за обсягом фрагменти раніше опублікованих наукових робіт без зазначення посилань на останні («нарізка»);
- з правової точки зору є актом обману, а не злочину щодо інтелектуальної власності

**Види плагіату**  
(доктор Кен К. Вонг)

- неправильне цитування у тексті та оформлення бібліографії (невірний рік видання та помилки у прізвищі автора);
- неповні цитування та бібліографічний опис (якщо думку висловило кілька авторів);
- брак бібліографічних посилань (забуваєте поставити посилання після цитування у тексті);
- мозаїчний плагіат (багато цитуєте різних авторів, дотримуючись усіх правил, проте даєте дуже мало власних пояснень);
- самоплагіат (використовуєте свої тексти з попередніх робіт)

**Професійний  
плагіат**

→ присвоєння інтелектуальних, творчих, професійних здобутків інших у професійних цілях (підвищення авторитету, заробітку, отримання нагороди, визнання, тощо)

**Освітньо-  
науковий плагіат**

→ присвоєння чужої інтелектуальної власності виключно у процесі здобуття наукового ступеню або освітньої кваліфікації

### Винятки, які не є плагіатом

- загально відомі знання;
- загально відомі факти;
- ідіоми;
- ідеї або визначення, що широко розповсюдженні та відомі;
- перефразування своїми словами фрази при перекладі з діалекту чи іншої мови, якщо не існує широко відомої фрази чи прийнятого офіційного перекладу;
- повідомлення про новини дня або поточні події, що мають характер звичайної прес-інформації;
- твори народної творчості (фольклору);
- видані органами державної влади у межах їх повноважень офіційні документи політичного, законодавчого, адміністративного характеру;
- державні символи України, державні нагороди, символи та знаки органів державної влади, Збройних Сил України та інших військових формувань тощо;
- грошові знаки;
- розклади руху транспортних засобів, розклади телерадіопередач, телефонних довідників та інших аналогічних баз даних;
- не є плагіатом опублікування анонімного твору під власним іменем, так як у цьому випадку на анонімний твір авторське право не поширюється

### Цитування, оформлення посилань

#### Цитата

фрагмент (уривок) з правомірно оприлюдненого твору, записаного виконання, правомірно оприлюдненої фонограми або відеограми, який використовується, з обов'язковим посиланням на його автора та/або виконавця, виробника фонограми, виробника відеограми і джерела цитування, іншою особою з метою зробити зрозумілішими власні твердження або для посилання на вираження іншої особи в незмінному (автентичному) вигляді або в перекладі такого фрагмента (уривка) (ст. 1 Закону України «Про авторське право та суміжні права»)

#### Бібліографічне посилання

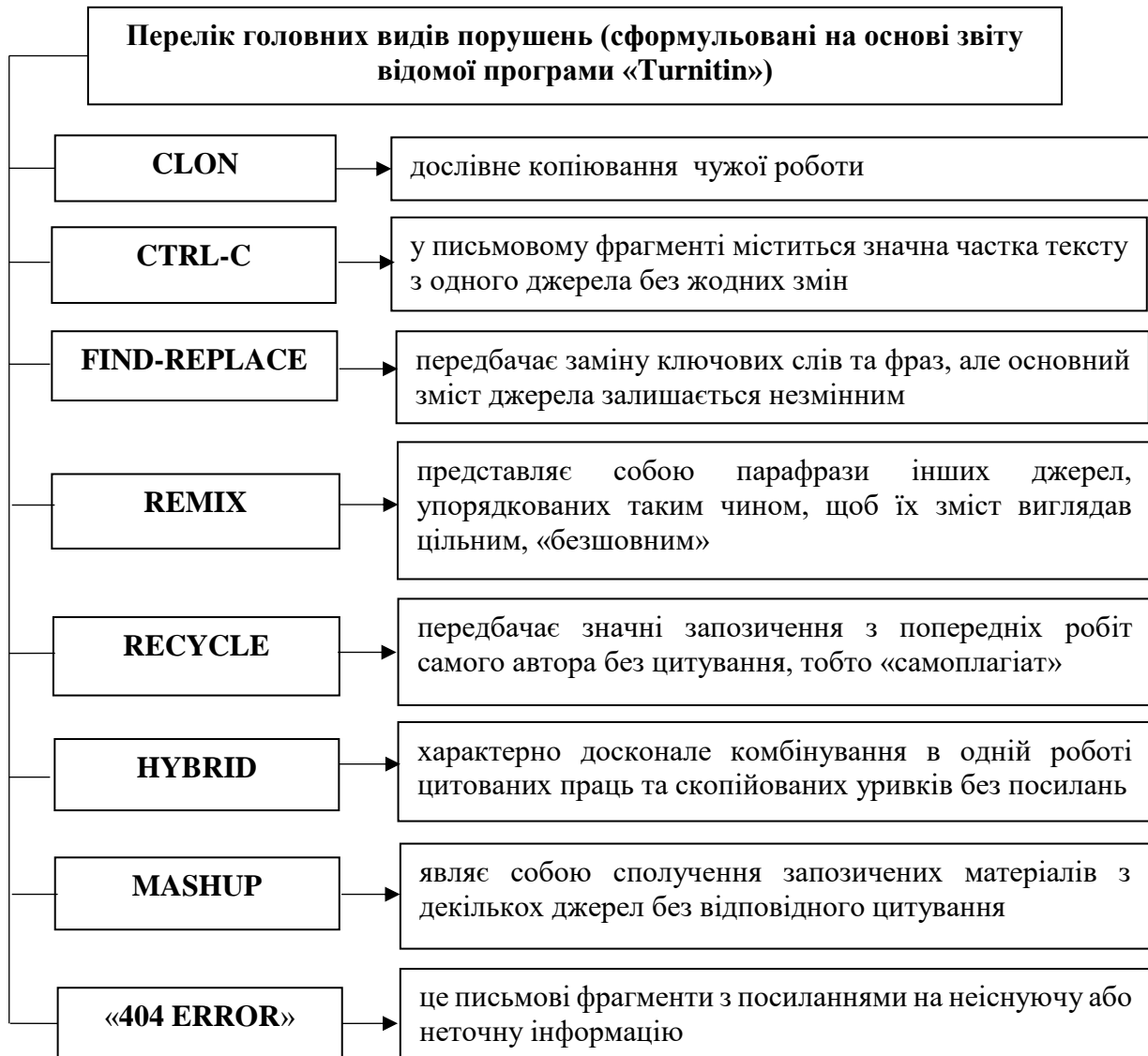
сукупність бібліографічних відомостей про цитований, розглядуваний або згадуваний в тексті документа інший документ, необхідних і достатніх для його загальної характеристики, ідентифікації та пошуку (<http://uk.wikipedia.org/wiki>)

### Правила цитування

- якщо думка автора наводиться дослівно, то її слід взяти в лапки;
- якщо цитується великий уривок тексту, то він може не братися в лапки, натомість виділяється або відбивається від решти тексту певним способом (набирається іншим кеглем, шрифтом, накресленням, відбивається від основного тексту більшими абзацними відступами тощо);
- допускається скорочення цитати, яке не веде до викривлення думки автора. Місце скорочення має бути відзначене в цитаті квадратними дужками з трикрапкою всередині

–допускається перефразування цитати, зміна словоформ чи відмінків певних слів. В такому разі, цитата в лапки не береться, але в квадратних дужках обов'язково ставиться посилання на джерело (його порядковий номер зі списку використаної літератури, який додається до роботи);

–у списку використаної літератури завжди слід вказувати навіть ті джерела, які використовувалися під час підготовки роботи і вивчення теми, навіть якщо прямих посилань чи цитувань цих джерел в роботі нема

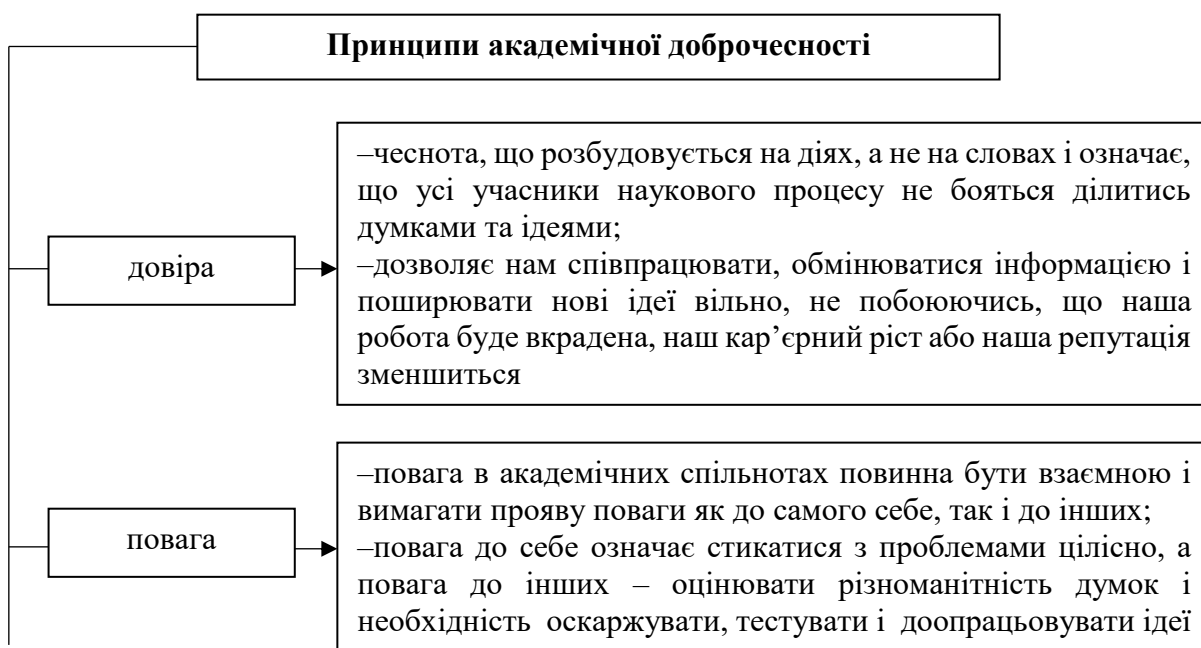
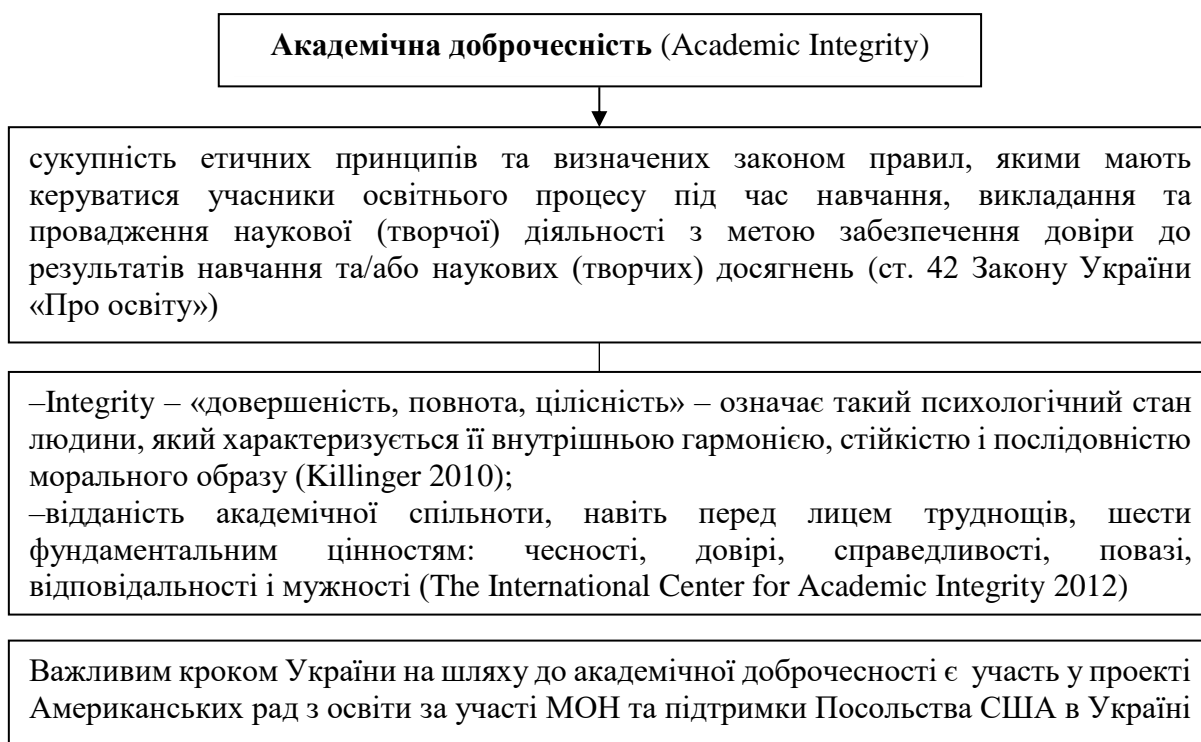


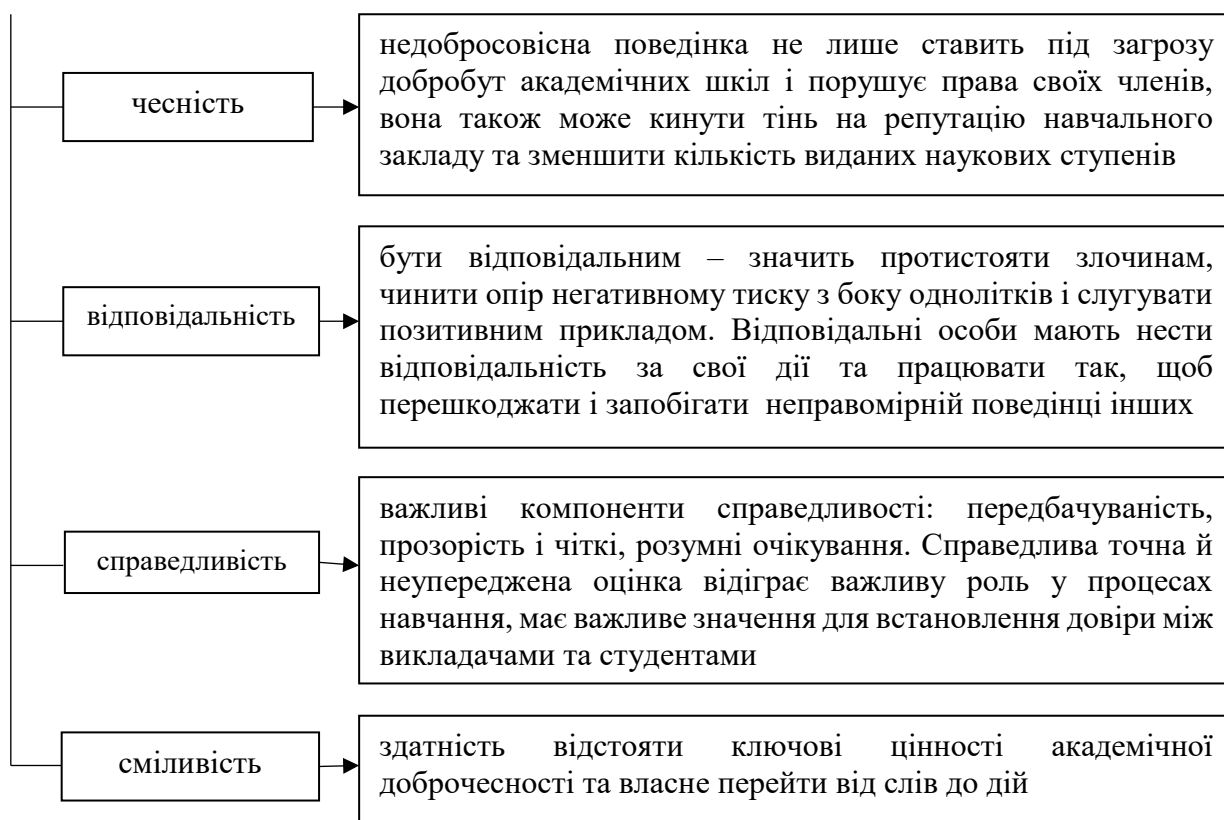
**Проблеми наукових досліджень**

- підтасовування даних;
- дослідження у межах однієї наукової групи;
- запозичення результатів інших наукових груп



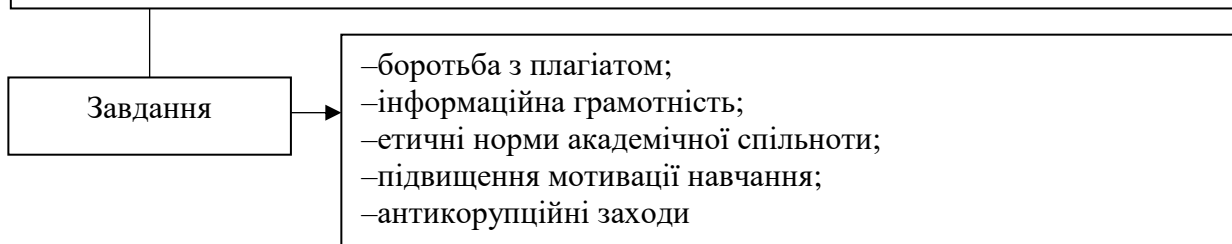
## 2. Сутність академічної добросесності





### Складові академічної доброчесності

–кодекс честі навчального закладу;  
 –етичні норми економічного середовища;  
 –боротьба з плагіатом;  
 –антикорупційні заходи



### Етичні принципи у вищій освіті

–integrity;  
 –чесність;  
 –правда;  
 –прозорість;  
 –повага до інших;  
 –довіра;  
 –підзвітність;  
 –міжнародна співпраця;

–справедливість;  
 –рівність;  
 –демократичне управління;  
 –якісна освіта;  
 –самовдосконалення та вдосконалення системи;  
 –інституційна автономія



### Академічна доброчесність в університеті



дотримання академічної доброчесності **науково-педагогічними працівниками** передбачає:

- посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
- надання достовірної інформації про методики і результати досліджень, джерела використаної інформації та власну педагогічну (науково-педагогічну, творчу) діяльність;
- контроль за дотриманням академічної доброчесності здобувачами освіти;
- об'єктивне оцінювання результатів навчання (ст. 42 Закону України «Про освіту»)

дотримання академічної доброчесності **здобувачами освіти** передбачає:

- самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей);
- посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації (ст. 42 Закону України «Про освіту»)

### Основні форми проявів академічної недоброчесності



- плагіат (у тому числі самоплагіат);
- списування під час контрольних заходів;
- придбання з наступним поданням як власних результатів навчальної та наукової діяльності;
- академічне шахрайство;
- фабрикація/фальсифікація;
- надання відгуків/рецензій без належної експертизи;
- псування/саботаж навчальної або наукової роботи інших осіб;
- несправедливе співавторство;
- пропонування/прийняття несправедливої винагороди;
- конфлікт інтересів тощо

### 3. Запобігання плагіату в академічному середовищі

#### Напрями сприяння академічній доброчесності в Україні

- інформаційний (передбачає зустрічі зі студентами, професорсько-викладацьким складом та адміністрацією);
- створення навчальних програм (розроблено курс «Основи академічного письма» для 1-2 курсів);
- створення кодексів честі в університетах

#### Заходи запобігання плагіату в академічному середовищі

- інформування здобувачів вищої освіти та працівників про необхідність дотримання Кодексу честі Університету, академічної етики та підвищення відповідальності за дотриманням правил цитування та посилання;
- викладання курсу з академічного письма для здобувачів вищої освіти;
- формування викладачами завдань в межах освітнього процесу з використанням інновацій, що сприяють розвитку творчого підходу здобувачів вищої освіти до їх виконання;
- організація заходів з популяризації основ інформаційної культури та академічної доброчесності;
- створення та розповсюдження рекомендацій щодо належного оформлення посилань на використані джерела;
- перевірка академічних текстів на плагіат

#### Нормативно-правове забезпечення впровадження принципів академічної доброчесності в Україні

- Закон України «Про освіту»;
- спеціальні закони України «Про вищу освіту», «Про професійну (професійно-технічну) освіту», «Про фахову передвищу освіту», «Про повну загальну середню освіту», «Про дошкільну освіту», «Про позашкільну освіту»;
- Закон України «Про наукову та науково-технічну діяльність»;
- нормативні акти Кабінету Міністрів України, центральних органів виконавчої влади, що мають у сфері свого підпорядкування заклади освіти та/або наукові установи;
- статути та інші внутрішні нормативні документи (кодекси честі, правила внутрішнього розпорядку, процедури прийняття рішень з питань імовірних порушень академічної доброчесності тощо) закладів освіти та наукових установ.

- Бухарестська Декларація з етичних цінностей та принципів вищої освіти в Європейському регіоні (2004);
- «Етичний кодекс ученого України» (2009);
- «Проект сприяння академічній доброчесності» (2016)

**За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності**

- повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит, залік тощо);
- повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми;
- відрахування із закладу освіти (крім осіб, що здобувають загальну середню освіту)

**За порушення академічної доброчесності педагогічні, науково-педагогічні та наукові працівники закладів освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності**

- відмова у присудженні наукового ступеня чи присвоєнні вченого звання;
- позбавлення присудженого наукового ступеня чи присвоєного вченого звання;
- позбавлення права брати участь у роботі визначених законом органів чи займати визначені законом посади (Закон України «Про освіту»)

**Стратегії уникнення плагіату**

**цитування**

- застосовується для передачі думки автора;
- застосовується тоді, коли ідея настільки оригінальна, що її важко передати своїми словами;
- потрібно поставити лапки, передати текст дослівно, і проставити джерело

**перепразування**

переказ цитати невеликого фрагмента своїми словами з обов'язковим посиланням на джерело цитування

**узагальнення**

- викладення основних положень або ідей оригінального твору власними словами;
- застосовується, коли потрібно опрацювати дуже значний обсяг авторського тексту

**Інструменти для перевірки тексту на унікальність**

Поширені програми для антиплагіатної експертизи	Онлайн-ресурси
Anti-Plagiarism	Plagscan
AntiPlagiarism.NET	Plagiarism Detector (підтримує укр. мову)
Etxt antiplagiat	PlagTracker
StrikePlagiarism	Plagramme (підтримує укр. мову)
text.ru (підтримує укр. мову)	EduBirdie (підтримує укр. мову)
Advego Plagiatius (підтримує укр. мову)	Copyleaks
Plagiarism checker (підтримує укр. мову)	DupliChecker
Unicheck (платний ресурс)	SeeSources

## Список посилань та рекомендованої літератури

1. Данильян О. Г., Дзьобань О. П. *Методологія наукових досліджень*: підручник. Харків: Право, 2019. 368 с. URL: [https://library.nlu.edu.ua/POLN\\_TEXT/SENMK/OMND.pdf](https://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/SENMK/OMND.pdf)
2. До питання уникнення проблем і помилок у практиках забезпечення академічної доброчесності. URL: <https://mon.gov.ua/ua/npa/do-pitannya-uniknennya-problem-i-pomilok-u-praktikah-zabezpechennya-akademichnoyi-dobrochesnosti>
3. Добронравова І.С., Руденко О.В., Сидоренко Л.І. та ін. *Методологія та організація наукових досліджень: навчальний посібник*. К.: ВПЦ «Київський університет», 2018. 607 с. URL: <http://www.philsci.univ.kiev.ua/biblio/Methodol.pdf>
4. ДСТУ 8302:2015. Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання. Київ: ДП «УкрНДНЦ, 2017. 26 с. URL: <http://pdf.lib.vntu.edu.ua/books/2018/ДСТУ%208302%20повний.pdf>
5. Кодекс академічної доброчесності Національного університету «Чернігівська політехніка». URL: <https://stu.cn.ua/wp-content/uploads/2021/06/kodeks-akademichnoyi-dobrochesnosti-nova-redakciya.pdf>
6. Медвідь В. Ю., Данько Ю. І., Коблянська І. І. *Методологія та організація наукових досліджень (у структурно-логічних схемах і таблицях)*: навч. посіб. Суми: СНАУ, 2020. 220 с. URL: [https://agro.snau.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/20201113\\_100711.pdf](https://agro.snau.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/20201113_100711.pdf)
7. Методичні рекомендації щодо виконання та оформлення кваліфікаційних робіт здобувачів вищої освіти освітніх ступенів «бакалавр» і «магістр» Національного університету «Чернігівська політехніка». URL: <https://stu.cn.ua/wp-content/stu-media/normobaza/normdoc/norm-osvitproces/metod-rekom-vukonannya-kvalif-robit.pdf>
8. *Методологія наукових досліджень: тексти лекцій / Уклад.: Ж.В.Дерій, Т.І.Зосименко*. Чернігів: ЧНТУ, 2018. 113 с. URL: <http://ir.stu.cn.ua/bitstream/handle/123456789/17159/Методологія%20наук.%20дослід.%20Тексти%20лекцій.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
9. *Методологія наукових досліджень в маркетингу: навчально-методичний комплекс [Електронний ресурс]: навч. посіб. для здобувачів ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 «Маркетинг» / Денис О.Б., Кубишина Н.С.; КПП ім. Ігоря Сікорського*. Київ: КПП ім. Ігоря Сікорського, 2021. 62 с. URL: [https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/48014/1/Methodolohiia\\_naukovykh\\_doslidzhen\\_n\\_v\\_marketynhu.pdf](https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/48014/1/Methodolohiia_naukovykh_doslidzhen_n_v_marketynhu.pdf)
10. Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи для здобувачів другого (магістр) рівня вищої освіти денної і заочної форм навчання галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг» / Укл. Пінчук О. А., Вербицька А. В., Полковниченко С. О., Забаштанська Т. В., Бабаченко Л. В. Чернігів: НУ «Чернігівська політехніка», 2021. 65 с.

11. Методологія та організація наукових досліджень (галузі знань: 05 – соціальні та поведінкові науки, 07 – управління та адміністрування): навч. посіб. / Л.Г.Ліпич, С.М.Бортнік, І.Г.Волинець та ін.; за заг. ред. Л.Г.Ліпич. Луцьк: Вежа-Друк, 2018. 220 с. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/16477>
12. Про авторське право і суміжні права: Закон України. Документ 2811-IX. Поточна редакція від 15.04.2023, підстава – 2974-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#Text>
13. Про вищу освіту: Закон України. Документ 1556-VII. Поточна редакція від 28.05.2023, підстава – 3062-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>
14. Про освіту: Закон України. Документ 2145-VIII. Поточна редакція від 02.07.2023, підстава – 3143-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>
15. Bairagi V., Munot M. Research Methodology: A Practical and Scientific Approach, 1st edn. CRC Press, New York (2019). 304 p. URL: <https://www.ascdegreecollege.ac.in/wp-content/uploads/2020/12/Research-Methodology-CRC.pdf>
16. Keshab Bhattarai. Research Methods for economics. URL: [https://nanopdf.com/download/workbook-for-research-methods-in-economics\\_pdf](https://nanopdf.com/download/workbook-for-research-methods-in-economics_pdf)