

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЧЕРНІГІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ**

Кафедра маркетингу, PR-технологій та логістики

**МЕТОДОЛОГІЯ І ОРГАНІЗАЦІЯ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У
МАРКЕТИНГУ**

**Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи
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 вересня 2023 р.

Чернігів 2023

Методологія і організація наукових досліджень у маркетингу (видання друге, зі змінами). Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» / Укладачі В.П.Ільчук, С.О.Полковниченко. Чернігів: НУ «Чернігівська політехніка», 2023. 52 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	13
Тема 3. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ З МАРКЕТИНГУ	20
Тема 4. НАУКОВИЙ ТЕКСТ І ВИМОГИ ДО НЬОГО	25
Тема 5. ПІДГОТОВКА КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ МАГІСТРАНТА.....	29
Тема 6. ОПРИЛЮДНЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ.	35
Тема 7. АПРОБАЦІЯ, ВІЗУАЛІЗАЦІЯ, ПРЕЗЕНТАЦІЯ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ	41
8. ПЛАГІАТ У НАУКОВИХ РОБОТАХ ТА АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ТА РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	49
ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ.....	52

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.

Метою викладання навчальної дисципліни «Методологія і організація наукових досліджень у маркетингу» є ознайомлення ЗВО з основами методології та організації наукових досліджень, методами їх проведення з урахуванням особливостей спеціальності, формування умінь та практичних навичок дослідницької діяльності у маркетингу.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Методологія і організація наукових досліджень у маркетингу» є:

- 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 результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

знати:

- 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;

вміти:

– володіти методологією наукових досліджень;

– 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;

– працювати з науковою літературою та іншими джерелами наукової інформації;

– оформлювати результати наукових досліджень;

– готувати наукову доповідь.

Важлива роль у засвоєнні курсу відводиться практичним заняттям. Проте глибоке вивчення дисципліни «Методологія і організація наукових досліджень у маркетингу» досягається, насамперед, самостійною роботою здобувачів вищої освіти. Саме самостійне поглиблене вивчення дисципліни у поєднанні з аудиторними заняттями може забезпечити ґрунтовні й міцні знання, які допоможуть майбутнім фахівцям у підготовці наукових робіт.

Практичні заняття мають на меті закріпити теоретичний матеріал, а також сформувати навички та вміння користуватись інструментарієм підготовки наукових праць.

Під час практичних занять викладач оцінює усні та письмові відповіді здобувачів вищої освіти, підготовлені доповіді, реферати, участь у дискусіях, уміння доводити власні думки, уміння застосувати теоретичні знання для вирішення конкретних практичних ситуацій. Оцінки, отримані на практичних заняттях, враховуються в підсумковій оцінці з дисципліни «Методологія і організація наукових досліджень у маркетингу».

Самостійна робота здобувачів вищої освіти – один із основних засобів оволодіння навчальним матеріалом у час, вільний від аудиторних навчальних занять. Головною метою самостійної роботи є закріплення, розширення та поглиблення набутих у процесі аудиторної роботи знань, вмінь та навичок, а також самостійне вивчення та освоєння нового матеріалу під керівництвом викладача, але без його безпосередньої участі.

Самостійна робота здобувачів вищої освіти за навчальною дисципліною «Методологія і організація наукових досліджень у маркетингу» включає такі форми: підготовка до практичних занять; опрацювання лекційного матеріалу; вивчення питань, що виносяться для самостійної роботи; виконання тестових завдань; виконання індивідуальної контрольної роботи; підготовка до іспиту.

Завершується вивчення дисципліни «Методологія і організація наукових досліджень у маркетингу» складанням іспиту, що передбачено навчальним планом підготовки магістрів.

Тема 1. СУТНІСТЬ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У МАРКЕТИНГУ

План лекційного заняття

1. Наука як особлива форма людської діяльності.
2. Сутність та класифікація наукових досліджень.
3. Основні етапи наукового дослідження.
4. Основні напрямки наукових маркетингових досліджень у сучасних умовах.

Питання для самоперевірки знань

1. Дайте визначення поняття «наука», охарактеризуйте мету, функції, завдання науки.
2. Які основні причини виникнення науки? Проаналізуйте етапи становлення та розвитку науки. Як впливає наука на історію розвитку людини?
3. Що розуміють під «циклічним розвитком науки»?
4. Назвіть складові науки.
5. Які елементи включає система наукових знань?
6. Дайте визначення поняття «наукова теорія» і охарактеризуйте її складові частини.
7. Дайте визначення поняття «категорія», назвіть та охарактеризуйте основні ознаки категоріальності.
8. Поясніть відмінності між «поняттями», «термінами», «категоріями».
9. Дайте визначення поняття «гіпотеза» та охарактеризуйте основні етапи її розвитку.
10. Яка різниця між термінами «гіпотеза», «наукова концепція» та «наукова теорія»?
11. Як формується теорія?
12. У чому полягає різниця між поняттями «закон» і «закономірність»?
13. Розмежуйте поняття «пізнання» і «знання».
14. Чим відрізняються наукові знання від звичайних знань?
15. Що таке «мислення»? Які його види?
16. Назвіть властивості наукового мислення.
17. Що таке наукова діяльність?
18. Назвіть основні ознаки результатів наукової діяльності.
19. Поясніть класифікацію наукової діяльності.
20. У чому полягає різниця між фундаментальними та прикладними науками?
21. Що таке наукознавство?
22. Які основні галузі наукових знань?
23. Яка існує загальна класифікація наук? Які існують класифікації наук відповідно до наукових поглядів різних учених?
24. Якими є критерії відмінностей між природничими та гуманітарними науками?
25. Що таке «диверсифікація» та «інтеграція» наук?
26. Які процеси включає наука як діяльність людей?

27. Хто є суб'єктами науки як діяльності?
28. Які виділяють об'єкти науки як діяльності?
29. Охарактеризуйте особливості наукової діяльності дослідника.
30. Як організована наукова діяльність в Україні?
31. Що розуміють під «науковим дослідженням»? Назвіть основні ознаки наукового дослідження.
32. Із якою метою здійснюються наукові дослідження?
33. Яка існує загальна класифікація наукових досліджень?
34. Дайте характеристику рівнів наукових досліджень.
35. Охарактеризуйте сучасний етап наукового дослідження.
36. Що таке наукова робота? Назвіть вимоги до наукових робіт.
37. Назвіть та охарактеризуйте основні етапи наукового дослідження.
38. Дайте визначення поняття «наукова проблема» та охарактеризуйте передумови її вирішення.
39. Чим обґрунтовується вибір наукової проблеми дослідження?
40. У чому полягає взаємозв'язок проблеми і теми наукового дослідження?
41. Охарактеризуйте різновиди тем за різними критеріями.
42. Проаналізуйте етапи процесу формування теми дослідження.
43. Охарактеризуйте основні прийоми вибору теми наукових досліджень.
44. Якими є критерії обґрунтування (уточнення) і конкретизації теми досліджень?
45. Як співвідносяться об'єкт і предмет дослідження науки?
46. Що слід розуміти під метою і завданнями дослідження?
47. Що таке методика наукового дослідження?
48. Поясніть поняття «робочий план дослідження», «науковий результат дослідження».
49. Розкрийте сутність та охарактеризуйте основні етапи організації сучасних наукових досліджень.
50. Назвіть органи управління наукою в Україні та схарактеризуйте основні напрями державної науково-технічної політики.
51. Назвіть основні види ефективності наукових досліджень та поясніть їх сутність. Які види економічного ефекту від НДР вам відомі?
52. Назвіть та поясніть критерії оцінки ефективності роботи науковця.
53. Визначте основні напрями наукових маркетингових досліджень у сучасних умовах.
54. Які фактори зумовлюють проблеми наукових досліджень з маркетингу?
55. Охарактеризуйте результати наукової діяльності в маркетингу.

Питання для обговорення на практичному занятті

АНАЛІЗ ОСНОВНИХ НАПРЯМКІВ НАУКОВИХ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ЗОВНІШНІХ ВИКЛИКІВ

1. Наука як процес творчої діяльності людини з отримання нового знання у сфері маркетингу.

2. Сучасні пріоритетні напрями наукових досліджень у сфері маркетингу.
3. Завдання науки й наукових маркетингових досліджень у період воєнного стану в Україні.
4. Науково-дослідна діяльність здобувачів вищої освіти спеціальності «Маркетинг».
5. Основні методологічні підходи до вибору теми наукового дослідження.

Теми рефератів

1. Закономірності і тенденції розвитку сучасної маркетингової науки.
2. Актуальні проблеми розвитку маркетингової науки у XXI ст.
3. Організація роботи з емпіричними та науково-теоретичними даними у маркетингу.
4. Специфіка наукової діяльності в маркетингу.
5. Висунення наукової гіпотези у маркетингу та її обґрунтування.
6. Співвідношення науки і практики в розвитку маркетингу в період воєнного стану.

Практичні завдання

1. На основі вивчення історичного розвитку маркетингової науки складіть таблицю під назвою «Основні етапи розвитку маркетингової науки».

2. За допомогою Learningapps (онлайн-сервісу, що дозволяє створювати інтерактивні вправи для перевірки знань) ЗВО пропонуються виконати вправи на поєднання назв термінів, що вивчаються у даній темі, з їх визначеннями. Кількість термінів і визначень не співпадатимуть.

Вихідні терміни: наука; теорія; закон; гіпотеза; категорія; наукова діяльність; наукова проблема; наукове дослідження; теоретичне дослідження; емпіричне дослідження; фундаментальне дослідження; прикладне дослідження; мета дослідження; завдання дослідження; предмет дослідження; об'єкт дослідження; наукові результати.

3. Виявіть та проаналізуйте свої творчі й ділові риси як науковця. Запропонуйте напрями вдосконалення організації роботи науковця.

4. Визначити наукові проблеми у сфері маркетингу та запропонувати ідеї щодо їх усунення.

Завдання для самостійної роботи

Визначте терміни і поняття

Наука, парадигма, теорія, поняття, термін, категорія, принципи, постулат, аксіома, правило, судження, гіпотеза, наукова теорія, наукова концепція, закон, закономірність, мислення, буденне мислення, наукове мислення, наукова діяльність. фундаментальні науки, прикладні науки, наукознавство, диверсифікація наук, інтеграція наук, наукове дослідження, емпіричне дослідження, теоретичне дослідження, описово-узагальнююче дослідження,

фундаментальні дослідження, прикладні дослідження, наукова робота, наукова проблема, тема, теоретична тема, методологічна тема, організаційна тема, ініціативна тема, замовлена тема, колективна тема, актуальність теми, назва теми, об'єкт дослідження, предмет дослідження, мета дослідження, завдання дослідження, методика наукового дослідження, науковий результат.

Визначте правильні і неправильні твердження. Обґрунтуйте свою точку зору

1. Наука – це галузь культури, що існувала за всіх часів та у всіх народів.
2. Наукові знання зародились у середньовіччі в формі натурфілософії.
3. Теорія – це система узагальненого знання, пояснення тих чи інших сторін дійсності.
4. Принципи наукового дослідження як об'єктивно існують у природі, так і визначаються науковцями.
5. Специфічним принципом усіх досліджень є принцип діалектики.
6. Основою для формування наукової гіпотези є факти.
7. Теорія позбавлена тієї цілісності, детальності і широти, які властиві концепції.
8. Закономірність – філософська категорія, яка відображає необхідні, суттєві, стійкі і повторювані зв'язки між об'єктивними явищами у природі, суспільстві і мисленні.
9. Шлях пізнання визначається від живого споглядання до абстрактного мислення і від останнього до практики.
10. Наукове дослідження охоплює всі процеси – від зародження ідеї до її втілення у вигляді нових теоретичних положень, створення нових технологій тощо.

Тести

1. Основними елементами системи наукових знань є:

- а) напрямок у науці, наукова проблема, наукова тема, наукове питання;
- б) фундаментальні, прикладні дослідження, розробки;
- в) поняття, теорія, закони, гіпотези, наукові методи;
- г) немає правильної відповіді.

2. Наука – це:

- а) статична система наукових знань;
- б) форма людської діяльності, яка склалася історично, постійно розвивається й перетворилася в безпосередню продуктивну силу суспільства;
- в) сфера людської діяльності, що спрямована на вироблення нових знань виключно про природу;
- г) всі відповіді правильні;
- д) немає правильної відповіді.

3. Система поглядів, теоретичних положень, основних думок щодо об'єкта дослідження, які об'єднані певною головною ідеєю, – це:

- а) наукова теорія;
- б) наукова концепція;
- в) гіпотеза;
- г) постулат.

4. За цільовим призначенням наукова діяльність поділяється на:

- а) розвиток теорії, розробка нової техніки, удосконалення технології;
- б) фундаментальні, прикладні дослідження, розробки;
- в) напрямок у науці, наукова проблема, наукова тема, наукове питання;
- г) теоретичне, експериментальне, змішане дослідження.

5. Фактологічне дослідження, яке спрямоване, переважно, на виявлення зв'язків у досліджуваному об'єкті і спирається на дані спостережень і експериментів, – це:

- а) прикладне дослідження;
- б) теоретичне дослідження;
- в) емпіричне дослідження;
- г) фундаментальне дослідження;
- д) немає правильної відповіді.

6. Об'єкт та предмет певного явища співвідносяться між собою наступним чином:

- а) це тотожні поняття;
- б) об'єкт є більш ширшим поняттям ніж предмет і включає у себе певну сукупність предметів;
- в) предмет є більш ширшим поняттям ніж об'єкт і включає у себе певну сукупність об'єктів;
- г) об'єкт і предмет є абсолютно рівноправними поняттями і не залежать один від одного;
- д) немає правильної відповіді.

7. Об'єктом наукового дослідження є:

- а) природа;
- б) суспільство;
- в) свідомість;
- г) всі відповіді правильні.

8. Будь-яка наукова робота починається з:

- а) уточнення теми дослідження;
- б) формулювання проблеми, яку необхідно вирішити;
- в) формування гіпотези дослідження;
- г) всі відповіді правильні.

9. За причиною виникнення теми поділяються на:

- а) ініціативні, замовлені, колективні;
- б) теоретичні, методологічні, організаційні;
- в) інформаційні, аналогові, гіпотетичні;
- г) правильна відповідь не названа.

10. Завданням наукового дослідження може бути:

- а) аналіз реального стану предмета дослідження;
- б) виявлення тенденцій і закономірностей процесів;
- в) обґрунтування системи заходів, необхідних для вирішення прикладних завдань;
- г) всі відповіді правильні.

Завдання для самостійної роботи

Проаналізуйте нижченаведені вислови та визначте, які з них відносяться до:

- а) наукових фактів;
- б) наукових положень;
- в) наукових понять;
- г) наукових законів;
- д) наукових концепцій;
- е) наукових парадигм;
- ж) наукових гіпотез;
- з) наукових проблем.

1) При організації виробництва і реалізації продукції використовується такий принцип поведінки споживача: орієнтація на товари, які широко поширені і продаються за доступною ціною. Іншими словами, вимоги до якості досить низькі, але це не означає, що товар може бути не якісним, просто він повинен бути стандартним, уніфікованим і дешевим.

2) Застосування на практиці різних підходів до суті маркетингового менеджменту залежить від набору атрибутів чи властивостей, притаманних конкретним організаціям у той чи інший період часу.

3) Маркетинг – соціальний та управлінський процес, спрямований на задоволення потреб та бажань як індивідів, так і груп, шляхом створення, пропонування та обміну наділених цінністю товарів.

4) При створенні реклами будь-яких наручних годинників стрілки завжди встановлюють на 10 годин 10 хвилин або на 8 годин 20 хвилин. У першу чергу це робиться для того, щоб стрілки не закривали назву бренду. Крім цього, таке розташування стрілок зовні нагадує посмішку, тим самим налаштовуючи людей на позитивний лад.

5) Величина (об'єм) попиту зменшується у міру збільшення ціни товару.

6) Із приходом Інтернету споживачі отримали величезний масив інформації про бренди, ціни, якість товару, характеристики та послуги. У минулому інформація була зосереджена головним чином у руках продавців і

обходилася покупцеві зовсім не дешево. В умовах «ринку як форуму» компанії більше не диктують, як виробляти цінність, і повинні навчитися її створювати разом зі своїм споживачем.

7) Ведення бізнесу, що передбачає створення вдосконаленої або принципово нової продукції – інновації, і використання в процесі її створення та поширення вдосконалених чи принципово нових інструментів, форм і методів маркетингу з метою більш ефективного задоволення потреб споживачів і виробників.

8) На багатьох підприємствах виникла тенденція до «вирощування» кадрів. Багато керівників віддають перевагу людям з досвідом роботи на певному ринку, хоча й без відповідної освіти. Як наслідок, доводиться займатися підвищенням кваліфікації працівників, оплачуючи дорогі тренінги. В результаті можна одержати фахівця, який не вміє орієнтуватися на ринку загалом.

9) Найдавнішу рекламу, висічену на кам'яному стовпі, вдалося знайти на руїнах давньогіпетського міста Мемфіс. «Тут живу я, Мінос з острова Кіпр, по милості богів наділений здатністю тлумачити сни за вельми помірну плату», – так виглядає напис, створений за 500 років до н.е.

10) На основі компаративного аналізу наукових праць А. Чендлера, І. Ансоффа, М. Портера, Дж. Пенроуза, Р. Рамелта, Р. Амита, Р. Гранта, Р. Фатхутдінова встановлено, що стратегічний маркетинг є формою реалізації філософії маркетингу, яка виражається засобами цілеспрямованої діяльності підприємства для досягнення конкурентної переваги.

11) Конкурентоспроможність товару – сукупність якісних і вартісних характеристик товару, що забезпечує задоволення конкретної потреби (здатність товару бути виділеним споживачем з аналогічних товарів, які пропонуються на ринку фірмами-конкурентами).

12) В сучасних ринкових умовах рости менш ризиковано, ніж не рости. Але не кожен ріст є виправданим. Потрібно, щоб він приносив хороші результати, щоб був збалансованим. Баланс має базуватися в зростанні ринкової вартості підприємства, наявності вільних коштів, прийнятному ризику ведення даного бізнесу та ефективному «управлінні маркетингом»

13) Фармацевтичні компанії витрачають на маркетинг і рекламу в 2 рази більше коштів, ніж на проведення досліджень. 24% прибутку від продажів йде на просування товарів і лише 13% – на дослідження.

14) Виражає внутрішню необхідність, сталі і суттєві зв'язки між виробництвом і досягнутим рівнем задоволення потреб людей, розвиток яких (зв'язків) сприяє появі нових потреб та засобів їх задоволення.

15) Вихідним постулатом щодо поведінки споживача є: споживач завжди сприятливо поставиться до товару, якщо він хорошої якості і має помірну ціну, інакше кажучи, на перший план при здійсненні споживчого вибору виходить співвідношення «ціна – якість». Споживач зацікавлений у таких товарах, знає про наявність виробів-аналогів і здійснює свій вибір шляхом порівняння якості і цін на аналогічні товари інших підприємницьких організацій. Звідси випливає, що досягнення бажаного обсягу продажу і прибутку вимагає невеликих витрат

на маркетингову діяльність. Таким чином, у центрі уваги виробника виявляється розвиток якісних характеристик продукції, модернізація товарів, розробка нових моделей.

16) Головна мета маркетингу – формування стійкої системи взаємодії зі споживачами, що є реалізацією концепції взаємодії, найбільш характерною для сучасних умов. На практиці це двонаправлений процес. З одного боку – це ретельне вивчення ринку й орієнтація виробництва на ці вимоги, а з іншого – активний вплив на ринок, існуючий попит, на формування нових споживачів.

17) Якість товару – це сукупність властивостей і характеристик товару (послуги), які дають можливість задовольняти певну потребу.

18) Найдорожчою рекламою в світі є реклама Chanel. Вона обійшлася компанії в 33 мільйони доларів, а гонорар Ніколь Кідман за зйомки в цьому ролику склав 3 мільйони.

19) Споживач остаточно зайняв центральне місце, виконуючи контролюючу функцію в бізнесі, а маркетинг, «замикаючи» на собі усі види підприємницької діяльності в компанії, виконує інтегруючу функцію, постійно співвідносячи інтереси виробників і споживача з інтересами всього суспільства.

20) Теперішні реалії розвитку світової економіки вимагають від українських підприємств постійної адаптації до змін у зовнішньому середовищі. Це, своєю чергою, знижує ефективність широко застосованих вітчизняними підприємствами традиційних засобів впливу на ринок та змушує шукати нові методи та способи підтримувати конкурентоспроможність товару на ринку, задовольняючи при цьому потреби сучасного споживача і отримуючи максимальний прибуток.

Тема 2. МЕТОДОЛОГІЯ ТА МЕТОДИ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У МАРКЕТИНГУ

План лекційного заняття

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

Питання для самоперевірки знань

1. Дайте визначення поняття «методологія», «методологія науки» та «методологічні основи наукового дослідження».
2. Назвіть функції методології як науки.
3. Охарактеризуйте основні принципи методології пізнання.
4. Проаналізуйте види методології пізнання.
5. Дайте визначення поняття «метод» та «методика дослідження».
6. За якою ознакою методи наукового пізнання поділяють на загальні та спеціальні?
7. Назвіть основні види методів наукових досліджень.
8. Чим відрізняються методи-дії від методів-операцій?

9. Охарактеризуйте загальнонаукові методи пізнання.
10. Розмежуйте методи емпіричного дослідження і методи теоретичного дослідження.
11. У чому полягає особливість теоретичних методів наукового дослідження?
12. Перерахуйте і поясніть емпіричні методи дослідження.
13. Охарактеризуйте основні положення діалектичного підходу до дослідження.
14. У чому полягає суть індуктивного та дедуктивного методів наукового дослідження?
15. Охарактеризуйте суть методів аналізу та синтезу.
16. Охарактеризуйте суть гіпотетичного підходу при проведенні наукового дослідження на теоретичному рівні.
17. Яким основним вимогам мають відповідати гіпотетичний та аксіоматичний підходи при здійсненні теоретичного дослідження?
18. Поясніть суть хронологічного (історичного) методу теоретичного дослідження.
19. Дайте характеристику методу спостереження. Назвіть основні вимоги до спостереження.
20. Охарактеризуйте суть методів формалізації та ідеалізації.
21. У чому сутність методу моделювання? Якими причинами зумовлюється моделювання економіки підприємства?
22. Назвіть основні види моделей.
23. Які методи відносяться до спеціальних?
24. Дайте характеристику кількісних і якісних методів дослідження.

Питання для обговорення на практичному занятті
ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМИ МЕТОДІВ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ У МАРКЕТИНГУ

1. Методологія й метод: взаємозв'язок понять.
2. Поняття та види методів наукових досліджень.
3. Обґрунтування вибору методу наукового дослідження.
4. Власне маркетингові методи дослідження.

Теми рефератів

1. Використання методу спостереження в маркетингу.
2. Використання методу вимірювання в маркетингу.
3. Використання методу опитування в маркетингу.
4. Використання теоретичних методів в маркетингу.
5. Методи порівняння та класифікації в маркетингу.
6. Моделювання в маркетингу.
7. Методи кількісних маркетингових досліджень.
8. Методи якісних маркетингових досліджень.

Практичне завдання

1. Визначте, якому з методів відповідають наведені визначення:

а)

1. Метод порівняння	а) метод вивчення об'єкта в його цілісності, у єдиному взаємному зв'язку його частин
2. Історичний метод	б) метод пізнання, який дозволяє встановити подібність та розбіжність предметів і явищ
3. Метод синтезу	в) метод вивчення всіх явищ і процесів у динамічному розвитку, становленні та у зв'язку з конкретними етапами історії суспільства
4. Метод аналогії	г) метод, який надає змогу переходити від конкретних питань до загальних понять і законів розвитку
5. Метод абстрагування	д) метод наукового дослідження, завдяки якому досягається пізнання одних предметів і явищ на основі їх подібності до інших

б)

1. Метод анкетування	а) це метод виявлення суттєвих ознак об'єкта, засобів його функціонування
2. Метод тестування	б) метод масового збирання інформації за допомогою анкети
3. Інтерв'ю	в) оцінювання окремих сторін діяльності досвідченими суддями
4. Метод експертних оцінок	г) викладення суджень у визначеній (заздалегідь) послідовності
5. Метод рейтингу	д) визначення певних змінних величин, необхідних для оцінки досліджуваного питання

в)

1. Метод ідеалізації	а) це певний спосіб відтворення в мисленні історичного процесу в його хронологічній послідовності та конкретності
2. Метод формалізації	б) конструювання подумки об'єктів, які не існують у дійсності або практично нездійсненні
3. Аксиоматизація	в) це метод, за допомогою якого змістовне знання відображується у формалізованій мові
4. Історичний метод	г) це спосіб, за допомогою якого мислення відтворює реальний історичний процес у його теоретичній формі, у системі понять
5. Логічний метод	д) це метод теоретичного дослідження та побудови наукової теорії, за яким деякі твердження беруть як вихідні аксіоми, а всі інші положення виводяться з них шляхом міркування за певними логічними правилами.

г)

1. Метод спостереження	а) це цілеспрямоване вивчення явища чи об'єкта дослідження з метою вивчення невідомих його властивостей, чи якостей або перевірки правильності теоретичних положень, які визначаються певною науковою ідеєю
2. Метод вимірювання	б) метод пізнання, який дозволяє встановити подібність та розбіжність предметів і явищ
3. Експеримент	в) це матеріальний процес порівняння якої-небудь величини з еталоном, одиницею вимірювання
4. Метод порівняння	г) логічний процес переходу від одиничного до загального чи від менш загального до більш загального знання
5. Метод узагальнення	д) це систематичне цілеспрямоване, спеціально організоване сприймання предметів і явищ об'єктивної дійсності, які виступають об'єктами дослідження

д)

1. Моделювання	а) розподіл тих або інших об'єктів по групах (відділах, розрядах) залежно від їх загальних ознак з фіксацією закономірних зв'язків між класами об'єктів в єдиній системі конкретної галузі знань
2. Аналогія	б) це вивчення об'єкта шляхом створення і дослідження його копії, яка заміщає оригінал в певних аспектах, що цікавлять дослідника
3. Класифікація	в) це метод, за допомогою якого визначають середні значення, характеризуючи всю сукупність предметів, що вивчаються
4. Статистичні методи	г) це спосіб, за допомогою якого мислення відтворює реальний історичний процес у його теоретичній формі, у системі понять
	д) це такий прийом пізнання, при якому на підставі подібності об'єктів в одних ознаках роблять висновок про їх подібність в інших ознаках

2. ЗВО пропонуються скласти вправи на поєднання назв термінів, що вивчаються в даній темі, з їх визначеннями за допомогою Learningapps (онлайн-сервісу, що дозволяє створювати інтерактивні вправи для перевірки знань). Кількість термінів і визначень не повинні співпадати.

Вихідні терміни: методологія; методологія науки; метод; методика дослідження; методи-дії; методи-операції; загальнонаукові методи

дослідження; спеціально-наукові методи дослідження; методи емпіричного дослідження; методи теоретичного дослідження.

3. Ознайомитись з однією із запропонованих наукових робіт у системі Moodle та визначити використані методи дослідження. Пояснити, чому обрано дані методи, оформивши відповідь у вигляді таблиці.

4 Представити у табличній формі види і приклади власне маркетингових методів дослідження.

Завдання для самостійної роботи

Визначте терміни і поняття

Методологія, методологія науки, принцип єдності теорії і практики, принцип визначеності, принцип конкретності, принцип пізнаваності, принцип підпорядкованості, принцип розвитку, принцип об'єктивності, філософська або фундаментальна методологія, загальнонаукова методологія, спеціальна методологія, консервативна методологія, утопічна методологія, еkleктична методологія, діалектична методологія, раціоналістична методологія, позитивістська методологія, модерністська методологія, системна методологія, кібернетична методологія, постмодерністська методологія, змістовна методологія, формалізована методологія, методика дослідження, метод наукового дослідження, загальнонаукові методи, спеціальні методи, методи-дії, методи-операції, методи емпіричного дослідження, спостереження, опис, класифікація, вимірювання, обстеження, моніторинг, експеримент, дослідна робота, ретроспекція, прогнозування, абстрагування, конкретизація, узагальнення, аналіз, синтез, індукція, дедукція, порівняння, аналогія, формалізація, ідеалізація, системний підхід, синергетичний підхід, історичний метод, логічний метод, моделювання, модель, аксіоматичний метод, доказ, уявний експеримент

Визначте правильні і неправильні твердження. Обґрунтуйте свою точку зору

1. Метод – це вчення про наукову методологію пізнання.
2. Принцип об'єктивності полягає в тому, що формування наукового знання відбувається при повному і всебічному відображенні процесів становлення, розвитку об'єкта пізнання, його протиріч, кількісних і якісних змін та їх взаємного переходу.
3. Методи-дії – способи досягнення будь-якої мети, вирішення конкретного завдання.
4. Методи теоретичного дослідження спираються на дані спостережень і експериментів.
5. Вимірювання – це фізичний процес визначення числового значення деякої величини шляхом порівняння з еталоном.
6. Моніторинг – це періодичний нагляд, регулярне відстеження стану об'єкта

7. Будь-який доказ складається з трьох частин: тези, аргументів і демонстрації.

8. Ретроспективні дослідження спрямовані на вивчення стану об'єкта, тенденцій його розвитку в майбутньому.

9. Пізнавальним підсумком спостереження є опис.

10. Результати теоретичного дослідження фіксуються органами відчуттів або приладами, що їх замінюють, і дають уявлення про властивості і відношення досліджуваних явищ

Тести

1. Індуктивно-дедуктивний метод відноситься до:

- а) теоретичних методів-операцій;
- б) теоретичних методів-дій;
- в) емпіричних методів-операцій;
- г) емпіричних методів-дій.

2. Метод розкладання досліджуваного цілого на частини, виділення окремих ознак і якостей явища, процесу або відносин явищ, процесів називається:

- а) абстрагування;
- б) порівняння;
- в) синтез;
- г) аналіз.

3. Ретроспектива і прогнозування відносяться до:

- а) теоретичних методів-операцій;
- б) теоретичних методів-дій;
- в) емпіричних методів-операцій;
- г) емпіричних методів-дій.

4. Умовивід від конкретних об'єктів, явищ до спільного висновку, від окремих фактів до узагальнень – це:

- а) індукція;
- б) дедукція;
- в) конкретизація;
- г) формалізація.

5. Відображення результатів мислення в точних поняттях або твердженнях – це:

- а) формалізація;
- б) моделювання;
- в) ідеалізація;
- г) абстрагування.

6. Вивчення літератури, документів і результатів діяльності відноситься до:

- а) теоретичних методів-операцій;
- б) теоретичних методів-дій;
- в) емпіричних методів-операцій;
- г) емпіричних методів-дій.

7. Умовивід від загального до конкретного, від загальних суджень до конкретних висновків – це:

- а) дедукція;
- б) індукція;
- в) конкретизація;
- г) формалізація.

8. Уявне конструювання уявлень про об'єкти, що не існують або нездійсненних в дійсності, але таких, для яких існують прообрази в реальному світі – це:

- а) формалізація;
- б) моделювання;
- в) ідеалізація;
- г) абстрагування.

9. Що являє собою наукова абстракція як метод пізнання?

- а) пізнання окремих сторін явищ і процесів;
- б) аналіз фактів економічного життя;
- в) виділення найголовніших рис явищ і процесів, відхилення всього другорядного;
- г) правильна відповідь не названа.

10. Пізнавальна операція, що лежить в основі суджень про подібність або відмінність об'єктів – це:

- а) конкретизація;
- б) порівняння;
- в) синтез;
- г) аналіз.

Практичне завдання

Ознайомитись з 1-2 кваліфікаційними роботами, проаналізувати, які методи дослідження і з якою метою були використані.

Тема 3. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ З МАРКЕТИНГУ

План лекційного заняття

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

Питання для самоперевірки знань

1. Як вчені трактують поняття «інформації»?
2. Що таке наукова інформація?
3. За якими ознаками класифікують інформацію?
4. Проаналізуйте види інформації залежно від способу подання.
5. Яка роль наукової інформації у проведенні наукових досліджень?
6. Що таке науковий документ?
7. Назвіть види наукових документів.
8. Охарактеризуйте основні джерела науково-технічної інформації.
9. Що належить до первинних джерел наукової інформації?
10. Що розуміють під поняттям «вторинні джерела наукової інформації»?
11. Який порядок роботи з джерелами інформації?
12. Охарактеризуйте види навчальних та наукових матеріалів.
13. Які є види друкованих джерел інформації, котрі можна використовувати у маркетингових наукових дослідженнях?
14. Що охоплює Державна система науково-технічної інформації (ДСНТІ)?
15. Які бібліотеки є найбільшими в Україні?
16. Охарактеризуйте форми обслуговування в бібліотеках.
17. Що таке довідково-інформаційні фонди (ДІФ)?
18. У чому полягає різниця між основним і довідковим фондами?
19. Як класифікують методи пошуку джерел інформації?
20. Які основні критерії пошуку джерел інформації для проведення наукових досліджень з маркетингу?
21. Що таке УДК і ББК? Охарактеризуйте принцип побудови та використання універсальної десятикової класифікації.
22. Які основні коди УДК використовують в маркетингу?
23. Що таке каталог? Назвіть і поясніть види каталогів.
24. Як здійснюється пошук інформації в Інтернет?
25. Які пошукові системи ви знаєте?
26. Охарактеризуйте етапи вивчення наукових джерел інформації.
27. Як потрібно вести наукові записи? Проаналізуйте систему скорочення записів.
28. Назвіть переваги карточної форми запису.
29. Як оформити бібліографічний опис джерел інформації?

Питання для обговорення на практичному занятті
МЕТОДИ ПОШУКУ І ЗБОРУ НАУКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

1. Наукова інформація та способи її пошуку.
2. Пошук інформації в процесі наукової роботи.
3. Етапи інформаційного пошуку.
4. Електронні засоби пошуку інформації.
5. Порядок обробки та групування наукової інформації.

Теми рефератів

1. Характеристика масиву інформаційних матеріалів.
2. Інформаційно-пошукові ресурси мережі Інтернет.
3. Роль та місце комп'ютерних технологій у пошуку наукової інформації при проведенні досліджень.

Практичні завдання

Завдання 1. виправити помилки відповідно до ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання».

Список використаних джерел:

- 1.1. Брич В. Я. Підручник. Організація туризму: / В.Я.Брич. – Тернопіль: Економ. думка ТНЕУ, 2017. – с.448.
- 1.2. Кутепова В. О. Інтернет-маркетинг в Україні, проблеми та перспективи розвитку / В.О.Кутепова // Управління розвитком, 2014. – (1), с. 47-49.
- 1.3. Данько Н.І. Сучасні тенденції маркетингу на туристичних підприємствах / Н.І.Данько, С.С. Курінна // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». – 2018. – Вип. 7. – с. 102–108.
- 1.4. Маслюківський М. Маркетинг футбольних клубів: основні методи просування бренду футбольних клубів / М.Маслюківський [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://naub.oa.edu.ua/2015/маркетинг-футбольних-клубів-основні/>
- 1.5. Державна служба статистики України // Офіційний веб-сайт. [Електронний ресурс]. –Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 12.09.2021).
- 1.6. Горіна Г. О. монографія. Ринок туристичних послуг: управління розвитком в умовах просторової поляризації: / Г.О.Горіна. – Кривий Ріг: ЖНАЕУ, 2016. – с 305.
- 1.7. Соловійов Д.І. Аналіз тенденцій розвитку туристичної сфери України та науково-методичні напрями вдосконалення її державного регулювання / Д.І.Соловійов // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2016. – (1). – с. 70–77.
- 1.8. Левченко О. М. Експорт освітніх послуг вищими навчальними закладами України у вимірі глобалізаційних процесів / О.М.Левченко, Д.Д.Плинокос. Економіка: реалії часу. –2015. – № 4 (20). – с. 210-216.

1.9. Осадча Г. Соціальні мережі – зручний інструмент комунікації для старост та громад / Г.Осадча // Радник старости. – 2019. – №3. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://i.factor.ua/ukr/journals/rs/2019/september/issue-3/article-70466.html>

1.10. НУ «Чернігівська політехніка». Офіційний веб-сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.stu.cn.ua/> (дата звернення: 19.10.2021).

Завдання 2. Представте алгоритм пошуку джерел інформації для наукових досліджень у маркетингу.

Завдання 3. Наведіть приклади основних наукових пошукових систем, які використовують для визначення індексу цитованості та індексації наукової літератури. Визначте українських науковців з маркетингу, які мають найвищий індекс цитування.

Завдання 4. Спробуйте визначити та проаналізувати переваги та недоліки різних джерел інформації, що використовуються в науково-дослідній роботі.

Завдання для самостійної роботи

Визначте терміни і поняття

Інформація, наукова інформація, науковий документ, картотека, первинні документи, вторинні документи, книга, монографія, підручник, навчальний посібник, брошура, періодичні видання, збірник, нормативно-технічні документи, спеціальні випуски технічних видань, патентно-ліцензійні видання, сигнальна інформація, релевантна інформація, бібліографічна інформація, нова (основна) інформація, Державна система науково-технічної інформації (ДСНТІ), довідково-інформаційний фонд, Універсальна десяткова класифікація (УДК), Бібліотечно-бібліографічна класифікація (ББК), каталог, алфавітний каталог, систематичний каталог, предметний каталог, бібліографічні наукові видання, реферативні наукові видання, інформаційна WEB-сторінка, бібліографічний опис, анотування, реферування, критична оцінка та узагальнення, огляд.

Визначте правильні і неправильні твердження. Обґрунтуйте свою точку зору

1. Картотека – це матеріальний об'єкт, що містить у собі науковий факт.
2. Науковий документ – це перелік всіх друкованих матеріалів, виявлених з певної тематики.
3. У вторинних документах містяться результати наукових досліджень і розробок, нові наукові дані, ідеї, факти.
4. Періодичні видання виходять через певний проміжок часу, з постійним для кожного року числом номерів, але не повторюються за змістом, маючи однакову назву.
5. У збірнику публікуються закінчені праці з рекомендацією їх використання.

6. УДК здійснюють збирання, збереження та видачу інформації.
7. Національна бібліотека України імені В.І.Вернадського є найбільшою бібліотекою України, головним науково-інформаційним центром держави.
8. Основою інформаційно-пошукового апарату бібліотек є каталоги.
9. WEB-сторінки завжди відповідають стандартам достовірності.
10. Бібліотечно-бібліографічна класифікація складається з 10 відділів.

Тести

1. До первинних наукових документів прийнято відносити такі документи:

- а) бібліографічні покажчики;
- б) монографії;
- в) друковані картки;
- г) реферативні журнали;
- д) немає правильної відповіді.

2. До вторинних наукових документів прийнято відносити такі документи:

- а) дисертації;
- б) монографії;
- в) картотеки;
- г) періодичні друковані видання;
- д) немає правильної відповіді.

3. Інформація, що міститься у тексті, в примітках, авторських поясненнях і має на меті уточнити основну інформацію, називається:

- а) сигнальною;
- б) релевантною;
- в) додатковою;
- г) бібліографічною;
- д) немає правильної відповіді.

4. Інформація, що допомагає досліднику орієнтуватися у змісті наукового документа, називається:

- а) практичною;
- б) сигнальною;
- в) релевантною;
- г) основною;
- д) немає правильної відповіді.

5. Носіями інформації можуть бути:

- а) каталоги;
- б) патентна документація;
- в) бібліографічні покажчики;

- г) всі відповіді правильні;
- д) немає правильної відповіді.

6. УДК містить:

- а) 5 розділів;
- б) 10 розділів;
- в) 15 розділів;
- г) 20 розділів;
- д) немає правильної відповіді.

7. У систематичному каталозі:

- а) назви робіт розташовані за галузями знань згідно з діючою класифікацією науки;
- б) відомості про джерела розташовані в алфавітному порядку прізвищ авторів чи назв;
- в) розташовані назви робіт з конкретних питань і проблем одного змісту;
- г) немає правильної відповіді.

8. Залежно від способу подання вся інформація, що міститься у науковому документі, поділяється на:

- а) оглядову, реферативну, релевантну;
- б) практичну, теоретичну, сигнальну, додаткову;
- в) нову, довідкову, соціологічну;
- г) бібліографічну, сигнальну, релевантну, нову;
- д) немає правильної відповіді.

9. Бібліографічні видання:

- а) показують, що видано з питань, які цікавлять дослідника;
- б) є сигнальними покажчиками без анотацій та рефератів;
- в) надають оперативну інформацію про вихід у світ вітчизняної і зарубіжної літератури;
- г) всі відповіді правильні.

10. Навчальне видання, що містить систематизований виклад змісту навчальної дисципліни та відповідає програмі, – це:

- а) підручник;
- б) навчальний посібник;
- в) монографія;
- г) усі відповіді правильні.

Практичне завдання

Підібрати літературу (статті із періодичних видань) за обраною темою за даними Національної бібліотеки України імені В.І.Вернадського. Список літератури оформити відповідно до вимог.

Тема 4. НАУКОВИЙ ТЕКСТ І ВИМОГИ ДО НЬОГО

План лекційного заняття

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

Питання для самоперевірки знань

1. Що таке науковий текст? Які його функції?
2. Охарактеризуйте види наукових текстів.
3. Чим вторинні наукові тексти відрізняються від первинних?
4. Дайте характеристику науковому тексту. Назвіть його особливості.
5. Які ви знаєте методи фіксації і збереження наукової інформації?
6. Охарактеризуйте етапи роботи над науковим текстом.
7. Які навички необхідні для написання наукового тексту?
8. Як формуються навички написання наукового тексту?
9. Які основні складові наукового тексту?
10. Що таке постановочна частина наукового тексту?
11. Як розуміти дослідницьку частину наукового тексту?
12. Поясніть, що таке заключна частина наукового тексту.
13. У чому полягає мистецтво підготовки наукового тексту?
14. Як відбувається складання начерку наукового тексту?
15. Чому формулювання назви наукового тексту є дуже важливим?
16. Назвіть риси ефективної назви наукового тексту.
17. Поясніть роль змісту наукового тексту.
18. Проаналізуйте структурні компоненти вступу наукового тексту.
19. Сформулюйте правила використання наукового тексту.
20. Яку роль у науковому тексті відіграє абзац?
21. Обґрунтуйте загальні вимоги до оформлення наукового тексту.
22. Як оформляють цифровий матеріал у науковій роботі?
23. У чому полягає сутність ілюстрації в науковій праці? Який порядок оформлення ілюстрацій?
24. Яке призначення таблиці в тексті?
25. Де у науковій роботі у більшості випадків можуть бути наведені переліки?
26. Як можна охарактеризувати примітки у науковій роботі?
27. Що таке список використаних джерел? Як формується список використаних джерел?
28. Відповідно до яких вимог необхідно оформляти список використаних джерел? Як розміщують використані літературні джерела у науковій роботі?
29. Які вимоги до цитування?
30. Що входить у додатки до тексту?
31. Які основні скорочення в тексті?
32. Яким має бути обсяг наукового тексту?

33. Які основні недоліки наукових текстів?

34. Які ви знаєте основні методичні прийоми викладу наукового матеріалу. Поясніть техніку написання тексту.

35. Що таке послідовний виклад наукового матеріалу? Що таке цілісний виклад наукового матеріалу? Що таке вибіркового виклад наукового матеріалу?

36. Що таке авторський аркуш, друкований аркуш, обліково-видавничий аркуш?

Питання для обговорення на практичному занятті

РОБОТА НАД НАУКОВИМ ТЕКСТОМ

1. Загальна характеристика та особливості наукового тексту.
2. Основні вимоги до наукового тексту.
3. Навички написання текстів та їх формування.

Теми рефератів

1. Мова та стиль наукового викладу.
2. Принципи наукової праці.
3. Рекомендації до написання наукових текстів.

Практичне завдання

1. Оберіть статтю із запропонованих або за власною темою дослідження з маркетингу та виділіть важливі характеристики наукового тексту. Результати аналізу статті представте у вигляді таблиці.

2. Проаналізуйте статтю за кількістю та влучністю цитат, за правильністю посилань.

3. Визначте об'єкт та предмет дослідження, охарактеризуйте методи дослідження, використані автором; назвіть результати дослідження.

Завдання для самостійної роботи

Визначте терміни і поняття

Науковий текст, тексти-констатації, тексти-міркування, первинні наукові тексти, вторинні наукові тексти, тези, конспектування, реферування, оглядовий текст, методологічний текст, емпірико-фактологічний текст, теоретичний текст, пояснювальний текст, додатковий текст, вторинний текст, постановочна частина тексту, дослідницька частина тексту, заключна частина тексту, зміст тексту, резюме, абзац, авторський аркуш, обліково-видавничий аркуш, умовний друкований аркуш.

Визначте правильні і неправильні твердження. Обґрунтуйте свою точку зору

1. Науковий текст як об'єкт наукового осмислення є лише позитивним зразком інтелектуального продукту.
2. Конспект містить думки й оцінки його автора.
3. Особливістю вторинного тексту є згортання й розгортання інформації.

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

5. У дослідницькій частині тексту визначаються проблема, мета і завдання, гіпотези і методи дослідження, а також відзначається зв'язок даного дослідження з іншими дослідженнями

6. Складання начерку наукового тексту допоможе спланувати загальну спрямованість і логіку дослідження.

7. У кожному абзаці наукового тексту, як правило, розвивається один аргумент, зазначений у ключовому реченні.

8. При цитуванні викладають ідеї більш ніж одного автора.

9. Список використаних джерел готується після написання роботи.

10. При написанні висновку автор повинен вийти на новий рівень систематизації й узагальнення пропонованих висновків і рекомендацій.

Тести

1. У тексті-міркуванні переважають:

- а) сполучні (кон'юнктивні) зв'язки;
- б) розділові (диз'юнктивні) зв'язки;
- в) умовні (імплікативні) зв'язки;
- г) всі відповіді правильні.

2. У тексті-констатації:

- а) переважають сполучні (кон'юнктивні) зв'язки;
- б) одні думки впливають з інших думок, деякі ставляться під сумнів;
- в) умовні (імплікативні) зв'язки;
- г) всі відповіді правильні.

3. Найпростіший метод фіксації і збереження наукової інформації, який передбачає фіксацію назви тексту і його авторів на бібліографічних картках, а також найбільш загальний і короткий виклад основного змісту роботи – це:

- а) анотування тексту;
- б) складання тез;
- в) конспектування;
- г) реферування.

4. Загальна схема або огляд структури наукового тексту, що складається з системи заголовків і підзаголовків, показує загальну організацію документа та ілюструє основні розділи й підрозділи, – це:

- а) начерк наукового тексту;
- б) зміст;
- в) бібліографічний список;
- г) логічна структура наукового тексту.

5. Елемент наукового тексту, яким підсилюється читацький інтерес через представлення контексту, суті проблеми дослідження та розкриття основних передумов проведеного дослідження, – це:

- а) начерк наукового тексту;
- б) резюме;
- в) вступ;
- г) анотація.

6. Один авторський аркуш – це:

- а) 40000 друкованих знаків, включаючи усі літери, розділові знаки, пробіли між словами;
- б) 25000 друкованих знаків, включаючи усі літери, розділові знаки, пробіли між словами;
- в) 40 000 друкованих знаків, не включаючи пробіли між словами;
- г) 25000 друкованих знаків, не включаючи пробіли між словами.

7. Посилання у тексті зазвичай робиться:

- а) на початку речення;
- б) в кінці речення;
- в) на початку речення або в кінці речення залежно від контексту;
- г) у середині речення.

8. Елемент наукового тексту, котрий містить бібліографічні описи використаних джерел і розміщується після висновків – це:

- а) посилання;
- б) цитати;
- в) список використаних джерел;
- г) примітки.

9. Посилання на сторінки 12-15 із джерела під номером 6 виглядатиме, як:

- а) (6, с.12-15);
- б) [6; с. 12-15];
- в) [6, с.12-15];
- г) [6, С.12-15].

10. Текст наукової роботи:

- а) має бути чітко структурованим;
- б) характеризується особовою формою викладу;
- в) має бути декларативним;
- г) всі відповіді правильні.

Практичне завдання

Обрати одну із запропонованих публікацій. В обраній публікації: а) визначити об'єкт та предмет дослідження; б) визначити наукові результати дослідження; 3) написати анотацію. Скласти список ключових слів.

Тема 5. ПІДГОТОВКА КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ МАГІСТРАНТА

План лекційного заняття

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.

Питання для самоперевірки знань

1. Дайте визначення «кваліфікаційної роботи магістра» та охарактеризуйте вимоги до її виконання.
2. Назвіть основні етапи виконання кваліфікаційної роботи та охарактеризуйте їх.
3. Що передбачає робота над формулюванням теми?
4. Назвіть та проаналізуйте критерії і правила вибору теми кваліфікаційної роботи.
5. Які фактори можуть спричинити необхідність уточнення теми?
6. З яких структурних елементів складається план кваліфікаційної роботи? Як формулюються основні положення плану кваліфікаційної роботи?
7. Як написати анотацію до кваліфікаційної роботи?
8. Назвіть основні елементи структури кваліфікаційної роботи.
9. Охарактеризуйте складові вступу кваліфікаційної роботи.
10. Що розуміють під обґрунтуванням актуальності наукового дослідження у маркетингу?
11. Що розуміють під поняттями «мета кваліфікаційної роботи» та «завдання кваліфікаційної роботи»? Назвіть підходи щодо формулювання мети і завдань кваліфікаційної роботи.
12. Яке співвідношення об'єкта і предмета дослідження у маркетингу?
13. Як визначити об'єкт і предмет дослідження? Які помилки можливі при визначенні об'єкта і предмета дослідження?
14. Які існують форми наукової новизни?
15. За допомогою яких фраз в Україні прийнято під час здійснення наукових досліджень формувати наукову новизну отриманих результатів наукових досліджень?
16. Охарактеризуйте зміст розділів кваліфікаційної роботи.
17. З яких структурних елементів складається перший розділ кваліфікаційної роботи?

18. Якою є структура другого розділу кваліфікаційної роботи?
19. З яких структурних елементів складається третій розділ кваліфікаційної роботи?
20. Як формулюються висновки до розділів кваліфікаційної роботи?
21. Що міститься в загальних висновках кваліфікаційної роботи?
22. Назвіть загальні вимоги до цитування та посилань у кваліфікаційній роботі. Як оформити посилання на першоджерела у кваліфікаційній роботі?
23. Для чого потрібні додатки у кваліфікаційній роботі?
24. Визначте процес складання бібліографії до кваліфікаційної роботи.
25. Як правильно оформити кваліфікаційну роботу?
26. Охарактеризуйте етапи і прийоми підготовки рукопису кваліфікаційної роботи.

Питання для обговорення на практичному занятті
ОСОБЛИВОСТІ НАПИСАННЯ ТА ПІДГОТОВКИ ДО ЗАХИСТУ
КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ З МАРКЕТИНГУ

1. Етапи вибору наукової проблеми у маркетингу.
2. Ознайомлення зі станом обраної для дослідження наукової проблеми.
3. Аналіз наукових матеріалів за обраною проблемою кваліфікаційної роботи.
4. Складання плану підготовки кваліфікаційної роботи.

Теми рефератів

1. Кваліфікаційна робота магістра як навчально-дослідна робота.
2. Етапи технології роботи над кваліфікаційною роботою магістра.
3. Елементи навчально-дослідної роботи в кваліфікаційній роботі.

Практичні завдання

1. За допомогою Learningapps (онлайн-сервісу, що дозволяє створювати інтерактивні вправи для перевірки знань) ЗВО пропонуються виконати вправи на поєднання назв термінів, що вивчаються у даній темі, з їх визначеннями. Кількість термінів і визначень не співпадатимуть.

Вихідні терміни: кваліфікаційна робота; структура кваліфікаційної роботи; теоретичний розділ кваліфікаційної роботи; аналітико-експериментальний розділ кваліфікаційної роботи; бібліографічний список кваліфікаційної роботи; додатки кваліфікаційної роботи; наукова новизна отриманих результатів у кваліфікаційній роботі; методи дослідження кваліфікаційної роботи; практичне значення кваліфікаційної роботи; посилання в тексті кваліфікаційної роботи; заголовки структурних частин кваліфікаційної роботи.

2. Встановіть відповідність:

а)

1. Вступ	а) Розкриває зміст дослідження
2. Основна частина	б) Наводяться основні наукові результати
3. Висновки.	в) Розкриває суть і стан дослідження наукової проблеми, її значущість
4. Бібліографічний список	г) Містять допоміжні або додаткові матеріали
5. Додатки	д) Містить джерела, з котрих у роботі використано матеріали, окремі результати, ідеї чи висновки
	е) Містять розробки конкретних рекомендацій, пропозицій, моделей управління параметрами розвитку та діяльності досліджуваного об'єкта
	ж) Розкриває сучасний стан досліджуваного об'єкта, наводяться методи вирішення завдань і їхні порівняльні оцінки, здійснюється аналіз і критична оцінка практики управлінської діяльності стосовно визначеного об'єкта дослідження, його стану та перспектив розвитку, розробляється загальна методика дослідження

б)

1. Перший розділ кваліфікаційної роботи	а) Розробка конкретних рекомендацій, пропозицій, моделей управління параметрами розвитку та діяльності досліджуваного об'єкта
2. Другий розділ кваліфікаційної роботи	б) Розкриваються основні теоретичні і методологічні положення, проблеми, що існують у практиці, дискусійні та невирішені аспекти теми, нормативно-правове забезпечення у певній сфері діяльності, огляд літератури, зарубіжний досвід розв'язання проблеми
3. Вступ	в) Розкриваються основні наукові результати
4. Висновки	г) Розкривається суть і стан дослідження наукової проблеми, її значущість
5. Третій розділ кваліфікаційної роботи	д) Описується сучасний стан досліджуваного об'єкта, наводяться методи вирішення завдань і їхні порівняльні оцінки, здійснюється аналіз і критична оцінка практики управлінської діяльності стосовно визначеного об'єкта дослідження, його стану та перспектив розвитку, розробляється загальна методика дослідження

в)

1. Актуальність теми	а) Тісно переплітається з назвою кваліфікаційної роботи і чітко вказує, що саме вирішується в магістерській роботі
2. Мета і завдання дослідження	б) Наводяться аргументації доцільності роботи
3. Методи дослідження	в) Розкриває суть і стан дослідження наукової проблеми, її значущість
4. Наукова новизна отриманих результатів	г) Викладають нові наукові положення (рішення), запропоновані автором особисто.
5. Наукове значення роботи	д) Коротко відзначається, що саме досліджувалось тим чи іншим методом
6. Практичне значення роботи	е) Показує, яке значення мають наукові положення, запропоновані в кваліфікаційній роботі
	ж) Розкриває коротко повідомлення про впровадження результатів досліджень, назвавши організації, в яких здійснена реалізація, форми реалізації і реквізити відповідних документів

3. Підібрати одну із кваліфікаційних робіт, яка відповідає темі вашого дослідження, і проаналізувати її структуру, практичне значення, список використаних джерел. Кваліфікаційну роботу для аналізу можна обрати із запропонованих в Moodle.

4. Підготуйте список опрацьованих джерел з дотриманням правил їх оформлення.

5. Виправте помилки в списку літератури за стандартом ДСТУ 8302:2015:

5.1. Аронова В.В. Ситуаційно-процесна діагностика стану маркетингової діяльності на підприємстві [Текст]: монографія / В.В. Аронова, Г.І. Дібніс; Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля. – Луганськ : [Вид-во СНУ ім. В. Даля], 2010. – 224 с.

5.2. Гоголь Г.П. Сутність збутової діяльності машинобудівних підприємств [Текст] / Г.П. Гоголь, А.В. Колодійчук, А.Ю. Яремко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.7. – С. 148-153.

5.3. Неймовірно, але факт: 5 технологій, за якими майбутнє [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://news.finance.ua/ua/~2/0/all/2013/06/16/303645>

5.4. Роль маркетингової діяльності у функціонуванні вітчизняних промислових підприємств [Електронний ресурс] / Н.О. Шпак, Т.Ю. Кирилич // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2013. – № 2 (7). – С. 103-110. – Режим доступу до журн.: <http://www.economics.opu.ua/files/archive/2013/n2.html>

Завдання для самостійної роботи **Визначте терміни і поняття**

Кваліфікаційна робота, анотація, ключові слова, перелік умовних скорочень, вступ, основна частина, перший розділ, другий розділ, третій розділ, висновки, додатки.

Визначте правильні та неправильні твердження. Обґрунтуйте свою точку зору

1. Під час вибору теми кваліфікаційної роботи слід враховувати її актуальність, наявність власних наукових напрацювань та перспективу своєї професійної орієнтації.

2. Заголовки підрозділів кваліфікаційної роботи друкують великими з абзацного відступу.

3. Нумерацію сторінок, розділів, підрозділів, рисунків, таблиць, формул у кваліфікаційній роботі подають римськими цифрами без знака №.

4. На титульному аркуші кваліфікаційної роботи номер сторінки не проставляють, на наступних сторінках номер проставляють у лівому верхньому куті без крапки в кінці.

5. Номер ілюстрації складається з номера розділу і порядкового номера ілюстрації, між якими крапка не ставиться.

6. Номер ілюстрації, її назву та пояснювальні підписи розміщують послідовно перед ілюстрацією в центрі.

7. Анотація до кваліфікаційної роботи виконується трьома мовами: українською, російською та англійською.

8. Заголовки розділів кваліфікаційної роботи визначаються саме з формулювання завдань наукового дослідження.

9. У другому розділі кваліфікаційної роботи подається критичний огляд джерел інформації, використання здобутків вітчизняних та зарубіжних учених у розвитку предмета дослідження.

10. Невід'ємною частиною обґрунтування пропонованих заходів у кваліфікаційній роботі має бути розрахунок економічної ефективності запропонованих рекомендацій.

Тести

1. Кваліфікаційна робота – це:

а) один із видів публікацій, в якій подаються проміжні або кінцеві результати, висвітлюються конкретні окремі питання за темою дослідження, фіксується науковий пріоритет автора, робить її матеріал надбанням фахівців;

б) 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;

в) один із видів наукової роботи, самостійне навчально-наукове дослідження студента, яке виконується на кожному курсі з певної дисципліни або з двох-трьох дисциплін одного спрямування;

г) всі відповіді правильні.

2. Основними критеріями обрання теми не є:

- а) стислість, чіткість, актуальність;
- б) актуальність, новизна, перспективність;
- в) наявність теоретичної бази;
- г) правильна відповідь не названа.

3. Де розміщується анотація у кваліфікаційній роботі?

- а) в кінці кваліфікаційної роботи;
- б) на звороті титульної сторінки кваліфікаційної роботи;
- в) на окремому аркуші після змісту кваліфікаційної роботи;
- г) на окремому аркуші перед змістом кваліфікаційної роботи;
- д) жоден з перерахованих варіантів неправильний.

4. Кваліфікаційна робота складається з таких обов'язкових частин:

- а) епіграф, вступ, висновки;
- б) основна частина, додатки, ілюстрації;
- в) вступ, висновки, список використаних джерел;
- г) всі відповіді правильні.

5. Із перерахованого у вступі кваліфікаційної роботи не вказують:

- а) об'єкт дослідження;
- б) методику дослідження;
- в) пропозиції і рекомендації;
- г) мету роботи;
- д) актуальність теми.

6. Мета і завдання кваліфікаційної роботи співвідносяться так, що:

- а) вони існують незалежно одне від одного;
- б) це синоніми;
- в) реалізація завдань визначає досягнення мети;
- г) завдання містять мету.

7. Зміст основної частини кваліфікаційної роботи повинен відповідати:

- а) темі дослідження та повністю її розкривати;
- б) вступу та розкрити питання, які оголошуються в ньому;
- в) висновку і повністю розкрити його питання;
- г) всі відповіді правильні.

8. Чого не містить у собі основна частина кваліфікаційної роботи?

- а) теоретико-методичних аспектів досліджуваної теми;
- б) аналізу стану об'єкта дослідження;
- в) рекомендацій та пропозицій щодо вирішення досліджуваної проблеми;
- г) актуальності досліджуваної проблеми;
- д) правильна відповідь не названа.

9. Кожний розділ основної частини починається:

- а) з нової сторінки;
- б) на тій сторінці, на якій закінчився попередній;
- в) з відступу 1,5 інтервали від попереднього;
- г) правильна відповідь не названа.

10. У кваліфікаційній роботі огляд літератури:

- а) повинен бути менший ніж 10% обсягу;
- б) не повинен перевищувати 25 % від загального обсягу роботи;
- в) повинен займати менше 45% обсягу основної частини;
- г) повинен займати 3% загального обсягу роботи.

Практичне завдання для самостійної роботи

1. Сформулюйте мету й завдання роботи за обраною темою.
2. Сформулюйте методи та інформаційну базу роботи за обраною темою.
3. Сформулюйте предмет та об'єкт дослідження за обраною темою.
4. Сформулюйте практичне значення роботи за обраною темою.
5. Написати анотацію до кваліфікаційної роботи за обраною темою.

Скласти список ключових слів.

Тема 6. ОПРИЛЮДНЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

План лекційного заняття

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.

Питання для самоперевірки знань

1. Визначте сутність та функції наукових публікацій.
2. Охарактеризуйте види наукових публікацій за характером поданої інформації.
3. Яке видання вважається науковим? Назвіть види наукових видань.
4. Які виділяють види наукових неперіодичних видань за обсягом?
5. Що таке вихідні відомості наукового видання?
6. Що є елементами вихідних відомостей ?
7. Що є елементами випускних даних?
8. Чи є газетні статті науковими?
9. Що таке науковий журнал?
10. На які групи поділяються за цільовим призначенням наукові журнали?
11. Що таке наукова монографія? Укажіть завдання наукової монографії.

12. Поясніть відмінність між дисертацією та монографією.
13. Які розрізняють види монографій? Назвіть особливості різних типів монографій.
14. Наведіть типову структуру наукової монографії.
15. Охарактеризуйте основні вимоги до монографії.
16. Які основні умови визнання наукової праці монографією?
17. Що таке наукова стаття? Назвіть функції та види наукових статей.
18. З яких структурних частин складається наукова стаття? Яким є оптимальний обсяг наукової статті?
19. Яка методика підготовки наукової статті?
20. З яких етапів складається робота над науковою статтею?
21. Що розуміють під елементами задуму наукової статті? Який порядок написання наукової статті на етапі формулювання задуму?
22. Якими є вимоги до наукових статей? Назвіть основні правила оформлення наукової статті.
23. Який має бути стиль мови при написання наукової статті?
24. Як потрібно подавати матеріал наукової статті?
25. Який стиль є прийнятним для наукової статті? Які займенники необхідно вживати у науковому стилі?
26. Що передбачає підготовка наукової статті до публікації? Що необхідно враховувати при поданні наукової статті до публікації?
27. Як здійснюється вибір наукового журналу? У яких випадках можна «довіряти» науковому журналу?
28. Яких основних помилок припускаються автори при написанні наукової статті? Чи можна нехтувати розділом «вступ» при написанні наукової статті?
29. Що розуміють під терміном «тези доповіді»? Яке основне призначення тез доповіді?
30. Якою є структура тез наукової доповіді?
31. Які розрізняють види тез?
32. Які є способи написання тез наукової доповіді? Як написати тези доповіді на основі змісту готової наукової роботи? Як підготувати тези доповіді до сформування змісту самої наукової роботи чи доповіді?
33. Що передбачає алгоритм написання тез наукової доповіді?
34. Якими є правила підготовки та оформлення тез наукової доповіді?
35. Назвіть типові помилки при підготовці публікацій.
36. Яким вимогам має відповідати підготовлений для передачі у видавництво рукопис?
37. У якому нормативному документі передбачені загальні вимоги до оформлення наукової роботи?
38. У чому полягають основні функції і призначення ДСТУ 3008-95 «Документація. Звіти у сфері науки і техніки»?

Питання для обговорення на практичному занятті**ПІДГОТОВКА НАУКОВОЇ СТАТТІ**

1. Форми відображення результатів наукових досліджень.
2. Вимоги до структури наукових статей.
3. Методика підготовки та оформлення наукової статті до видання.

Теми рефератів

1. Особливості підготовки різних типів публікацій.
2. Вимоги до друку рукописів у вітчизняних наукових виданнях.
3. Вимоги до публікацій у зарубіжних наукових виданнях.
4. Поняття та різновиди наукометричних баз даних.
5. Поняття про показники цитованості науковця.

Практичне завдання

1. Встановіть відповідність:

а)

1. Наукова стаття	а) Стислий виклад у письмовій формі суті певної наукової проблеми або питання
2. Реферат	б) Найпоширеніша форма аналітико-оціночного аналізу наукової праці, в якій основний акцент робиться на недоліках рецензованого твору
3. Рецензія	в) Основний вид оперативного висвітлення інформації про нові дослідження з конкретної тематики. Наукові статті публікують у різних періодичних наукових виданнях: журналах, вісниках, збірниках тощо
4. Авторське свідоцтво	г) Документ установленого зразка, який виданий спеціальною державною установою і встановлює право автора (авторів) на певний винахід
	д) Повне і вичерпне висвітлення результатів наукового дослідження
	е) Звіт у письмовій формі про підсумок науково-дослідної роботи, яка відбувалася за наперед затвердженим планом виконання держбюджетної або госпдоговірної наукової теми

б)

1. Тези доповіді	а) Форма науково-дослідної роботи, підготовлена для публічного захисту задля отримання наукового ступеня
2. Відгук	б) Стислий виклад у письмовій формі суті певної наукової проблеми або питання
3. Підручник	в) Науково-навчальне видання, зміст якого відповідає окремим розділам навчальної програми дисципліни, або розширює, поглиблює і доповнює окремі з них

4. Навчальний посібник	г) Науково-навчальне видання, яке містить систематизований виклад певної навчальної дисципліни
	д) Стисла характеристика будь-якого наукового видання
	е) Аналітико-оціночний аналіз наукової праці
	ж) Стислий виклад доповіді на конференції

2. Оформити **References**

1. Андрушкевич З. М. Інтернет-маркетинг у соціальних мережах. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2014. Вип. 4. С. 163–166.

2. Ілляшенко С. М., Іванова Т. Є. Інструменти та методи просування продукції в Internet: аналітичний огляд. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. №3. С.20-32. URL: https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2015_3_20_32.pdf (Дата звернення: 15.05.2022).

3. Котлер Ф. Маркетинг 4:0. Від традиційного до цифрового / пер. з англ. Куницька К., Замаєвая О. Київ : КМ-БУКС, 2018. 208 с.

4. Українці назвали найпопулярніші соціальні мережі. URL: <https://marketer.ua/agency/plusone> (Дата звернення: 16.05.2022).

5. Цифровий маркетинг – модель маркетингу XXI сторіччя / за ред. д.е.н., проф. М. А. Окландера. Одеса : Астропринт, 2017. 292 с.

Завдання для самостійної роботи

Визначте терміни і поняття

Наукова публікація, монографія, наукова стаття, автореферат дисертації, препринт, тези доповідей, збірники наукових праць, вихідні відомості, вихідні дані, випускні дані, наукова монографія, практична монографія, ORCID, послідовний виклад матеріалу, цілісний виклад матеріалу, вибірковий виклад матеріалу, DOI.

Визначте правильні і неправильні твердження. Обґрунтуйте свою точку зору

1. Стаття – це науковий звіт, її призначення в забезпеченні наукової комунікації, тому автор повинен уникати стилю наукового звіту чи науково-популярної статті.

2. У статті бажано посилатись на навчальну літературу (підручники, навчальні посібники тощо).

3. Посилання на ненадруковані праці у статті не допускаються.

4. Іншомовні джерела у статті подаються мовою оригіналу.

5. У статті УДК зазначається після ініціалів та прізвища автора(-ів).

6. Якщо в статті один рисунок чи одна таблиця, то ставиться номер один.

7. Монографія – це рукопис, який зберігається в обмеженій кількості примірників у певних бібліотечних установах.

8. Тези можуть відігравати роль своєрідного стратегічного плану подальших досліджень.

9. План-проспект відбиває задум праці й відтворює структуру майбутньої публікації.

10. Недоліком цілісного викладу наукового матеріалу є нерациональне використання часу.

Тести

1. До видів наукових публікацій не належить:

- а) монографія;
- б) препринт;
- в) конспект;
- г) стаття;
- д) правильна відповідь не названа.

2. Наукова публікація – це:

- а) виступ у пресі;
- б) виступ на радіо;
- в) розміщення інформації у різних виданнях;
- г) усі відповіді правильні.

3. До якої групи видавничого оформлення належать дані про автора, заголовок видання, індекс УДК?

- а) випускні дані;
- б) вихідні дані;
- в) вихідні відомості;
- г) усі відповіді правильні.

4. Монографія – це:

- а) сукупність упорядкованих первинних документів і довідкового пошукового апарату;
- б) нормативні документи з єдиними вимогами до продукції, її розробки, виробництва та застосування;
- в) видання, що складається з окремих праць різних авторів з одного напрямку, але різних галузей;
- г) наукова праця, яка містить повне або поглиблене дослідження однієї проблеми або теми, що належить одному або кільком авторам;
- д) всі відповіді правильні.

5. Що таке наукова стаття?

- а) невелика доповідь на якусь тему; документ, в якому про щось повідомляється;
- б) публічне виголошення промови, заяви, інформації;

- в) один із видів публікацій, в якій подаються проміжні або кінцеві результати, висвітлюються конкретні окремі питання за темою дослідження, фіксується науковий пріоритет автора, робить її матеріал надбанням фахівців;
- г) короткий огляд змісту книги, статті часто з критичною її оцінкою;
- д) всі відповіді правильні.

6. Анотацію до наукової статті у фаховому виданні України складають:

- а) російською й українською мовами;
- б) українською й будь-якою іноземною мовою;
- в) російською й англійською мовами;
- г) російською, українською, англійською мовою.

7. Тези доповіді – це:

- а) один із видів публікацій, в якій подаються проміжні або кінцеві результати, висвітлюються конкретні окремі питання за темою дослідження, фіксується науковий пріоритет автора, робить її матеріал надбанням фахівців;
- б) опубліковані до початку наукової конференції матеріали попереднього характеру, що містять виклад основних аспектів наукової доповіді;
- в) засіб закріплення різними способами на відповідному матеріалі інформації про факти, події, явища об'єктивної дійсності та розумову діяльність людини;
- г) це будь-яке джерело інформації, передання людської думки, знань незалежно від того, чи втілене воно в матеріально фіксованій формі або є провідником (передавачем) інформації в часі.

8. Схематична структура тез наукової доповіді:

- а) доказ – аргумент – обґрунтування – результат – перспективи;
- б) перспективи – обґрунтування – доказ – аргумент – результат;
- в) обґрунтування – доказ – аргумент – результат – перспективи;
- г) правильна відповідь не названа.

9. ORCID – це:

- а) обов'язковий елемент вихідних відомостей видання;
- б) індекс бібліотечно-бібліографічної класифікації;
- в) незапатентований буквено-цифровий код, який однозначно ідентифікує авторів-науковців;
- г) правильна відповідь не названа.

10. Послідовний виклад матеріалу передбачає:

- а) логічно зумовлену схему підготовки публікації;
- б) написання всієї праці в чорновому варіанті, а потім обробку в частинах і деталях, унесення доповнень і виправлень;
- в) ретельний вибір вихідного матеріалу;
- г) всі відповіді правильні.

Практичні завдання

1. Проведіть аналіз будь-якої опублікованої наукової статті по темі вашої науково-дослідницької роботи і визначте методи дослідження, якими користувався автор.

2. Проаналізуйте наукову статтю за обраною темою наукового дослідження на наявність в ній основних компонентів наукового дослідження.

3. Обґрунтуйте значення обраної наукової статті.

4. За результатами наукових досліджень відповідно до теми кваліфікаційної роботи магістра підготувати тези доповіді.

5. Оформити References:

5.1. Роговий А. В. Застосування інструментів маркетингових комунікацій підприємств упродовж інноваційного циклу продукції. *Науковий вісник ЧДІЕУ*. 2014. № 4(24). С. 72-78.

5.2. Притчард М. П. Створення цінності як частина спортивного маркетингу. Нью-Йорк, 2014. 151 с.

5.3. Афективний і когнітивний процеси, що беруть участь в імпульсивній купівлі. 2020. URL: https://getd.libs.uga.edu/pdfs/coley_amanda_1_200205_ms.pdf

Тема 7. АПРОБАЦІЯ, ВІЗУАЛІЗАЦІЯ, ПРЕЗЕНТАЦІЯ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

План лекційного заняття

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

Питання для самоперевірки знань

1. Поясніть суть апробації та розкрийте її форми.
2. Що таке доповідь? Які розрізняють види доповідей?
3. Охарактеризуйте методи написання доповіді.
4. Якою є структура тексту доповіді?
5. Що передбачають основні правила підготовки доповіді?
6. Які можливі недоліки у доповіді?
7. Назвіть типові помилки при підготовці доповідей.
8. Розкрийте відмінності між науковою доповіддю та повідомленням.
9. Чим відрізняється доповідь для захисту кваліфікаційної роботи?
10. Що таке візуалізація? Яке її призначення?
11. Охарактеризуйте типи візуалізації.
12. Назвіть елементи мови візуалізації.
13. Поясніть роль графіків у візуалізації.
14. Назвіть види графіків та поясніть принципи їх побудови.
15. Назвіть основні види діаграм та поясніть принципи їх побудови.

16. Охарактеризуйте орієнтовну структуру презентації.
17. Якими можуть бути основні результати наукових досліджень?
18. Поясніть, на яких рівнях можна впровадити результати наукових досліджень.
19. У чому полягає підготовка до захисту кваліфікаційної роботи?
20. Які вимоги висуваються до відгуку наукового керівника і до рецензії?
21. Поясніть процедуру захисту кваліфікаційної роботи.
22. Якими є критерії оцінювання кваліфікаційної роботи?
23. Як підготувати доповідь для захисту кваліфікаційної роботи?
24. Сформулюйте правила публічного виступу.
25. Що розуміють під оприлюдненням результатів дослідження?

Питання для обговорення на практичному занятті
СИСТЕМАТИЗАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВОГО
МАРКЕТИНГОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

1. Форми і методи впровадження та використання результатів дослідження.
2. Підготовка до захисту кваліфікаційної роботи.
3. Підготовка презентації результатів дослідження.
4. Графічний спосіб викладення ілюстративного матеріалу.

Теми рефератів

1. Завдання та техніки візуалізації.
2. Вибір техніки візуалізації.
3. Інструменти візуалізації.
4. Мистецтво виступу перед аудиторією.
5. Критерії та проблеми оцінки ефективності науково-дослідних робіт.

Практичні завдання

1. На основі показників статистичного щорічника України за останні роки складіть таблиці та побудуйте: а) прості стовпцеві діаграми; б) складні стовпцеві діаграми. Зробіть висновки.
2. На основі показників статистичного щорічника України за останні роки складіть таблиці та побудуйте гістограму. Зробіть висновки.
3. На основі показників статистичного щорічника України за останні роки складіть таблиці та побудуйте рядкову діаграму. Зробіть висновки.
4. На основі показників статистичного щорічника України за останні роки складіть таблиці та побудуйте: а) квадратну діаграму; б) кругову діаграму; в) секторну діаграму. Зробіть висновки.
5. На основі показників статистичного щорічника України за останні роки складіть таблиці та побудуйте: а) лінійну діаграму; б) спіральну діаграму; в) криві розподілу. Зробіть висновки.

Завдання для самостійної роботи
Визначте терміни і поняття

Апробація, доповідь, наукова доповідь, візуалізація, презентація.

Визначте, правильні і неправильні твердження. Обґрунтуйте свою точку зору

1. Доповідь призначена для усного (публічного) виступу та обговорення.
2. Вибір способу підготовки доповіді не залежить від змісту матеріалу та індивідуальних особливостей науковця.
3. Візуалізація – це кодування інформації, даних, фактів.
4. Призначення візуалізації – не дозволяти мозку сприймати потрібну інформацію.
5. Всі візуальні канали можна використовувати для всіх типів даних.
6. Діаграми допомагають зрозуміти основні тенденції розвитку явищ і процесів.
7. Бульбашкова діаграма абсолютно відрізняється від точкової.
8. До захисту кваліфікаційної роботи необхідно подати відгук наукового керівника.
9. Рецензентами кваліфікаційної роботи можуть бути тільки фахівці-практики.
10. Захист кваліфікаційної роботи має продемонструвати навички робити власні узагальнення і висновки.

Тести

1. Формами апробації є:

- а) використання пропозицій дослідника у практичній діяльності підприємства;
- б) підготовка і опублікування результатів дослідження в науковій статті;
- в) підготовка тез наукової доповіді та виступ з нею на науково-практичних конференціях та семінарах;
- г) всі відповіді правильні.

2. Ознаками доповіді є:

- а) повторення ілюстративного матеріалу, представленого в презентації;
- б) доповідач не повинен реагувати на попередні виступи з теми своєї доповіді;
- в) стисле викладення основних наукових положень автора;
- г) всі відповіді правильні.

3. Апробація –це:

- а) оприлюднення результатів дослідження;
- б) метод оцінки якості виконаної роботи на основі вивчення, аналізу та обстеження;
- в) виконання досліджень;
- г) створення нової інформаційної бази.

4. Графіки як важлива компонента візуалізації:

- а) дозволяють ефективно показувати різноманітні зв'язки між різними атрибутами (змінними) у даних;
- б) надають характерну візуальну форму для кожного типу зв'язку;
- в) наочно характеризують взаємозв'язок явищ та їх порівнянь;
- г) всі відповіді правильні.

5. Гістограма:

- а) використовується, щоб показати порівняння між різними елементами, а також порівняти елементи за певний проміжок часу;
- б) використовується, щоб продемонструвати кореляцію або її відсутність між різними показниками;
- в) відображає статичне число і те, як частини складаються в ціле – склад чого-небудь;
- г) всі відповіді правильні.

6. Орієнтовна структура презентації не включає:

- а) назву теми дослідження;
- б) наукову новизну дослідження;
- в) список використаних джерел;
- г) основні результати дослідження;
- д) правильна відповідь не названа.

7. До рівнів впровадження результатів наукових досліджень не відноситься:

- а) навчальний процес;
- б) передача наукових результатів у практичне використання;
- в) окреме підприємство;
- г) всі відповіді правильні

8. Загальний висновок щодо рекомендації кваліфікаційної роботи до захисту містить:

- а) акт перевірки на плагіат;
- б) рецензія на кваліфікаційну роботу;
- в) довідка про впровадження результатів дослідження;
- г) всі відповіді правильні.

9. Структура тексту доповіді:

- а) не має ніякого зв'язку з планом статті;
- б) це виклад певної наукової проблеми;
- в) може складатися із вступу, основної й підсумкової частини;
- г) всі відповіді правильні.

10. Послідовність у науковій доповіді є наступною:

- а) основні результати, мета дослідження, висновки;
- б) коротка оглядова частина, висновки, основні результати дослідження;
- в) коротка оглядова частина, мета дослідження, основні результати, висновки;
- г) правильна відповідь не названа.

Практичне завдання

Підготувати презентацію на обрану тему дослідження для виступу на конференції.

8. ПЛАГІАТ У НАУКОВИХ РОБОТАХ ТА АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ

План лекційного заняття

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

Питання для самоперевірки знань

1. Що таке плагіат? Як розуміють академічний плагіат?
2. Охарактеризуйте основні види плагіату.
3. Чим відрізняються навмисний і ненавмисний плагіат? Які ви знаєте різновиди навмисного і ненавмисного плагіату?
4. Які основні причини плагіату під час наукових досліджень?
5. Що таке самоплагіат? Яка відмінність між самоплагіатом та компіляцією?
6. Яким Законом України регулюється питання плагіату?
7. Розкрийте сутність академічної доброчесності.
8. Назвіть і охарактеризуйте складники академічної доброчесності.
9. Що передбачає дотримання академічної доброчесності педагогічними, науково-педагогічними та науковими працівниками?
10. Що передбачає дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти?
11. Охарактеризуйте основні форми проявів академічної недоброчесності.
12. Який он-лайн-сервіс призначений для виявлення копій текстів наукових робіт або їх частин в Інтернеті?
13. Що передбачають засоби пошуку плагіату?
14. Назвіть напрями сприяння академічній доброчесності в Україні.
15. Які заходи проводять для запобігання плагіату в академічному середовищі?
16. До якої академічної відповідальності можуть бути притягнені здобувачі освіти за порушення академічної доброчесності?

17. До якої академічної відповідальності можуть бути притягнені педагогічні, науково-педагогічні та наукові працівники закладів освіти за порушення академічної доброчесності?

18. Проаналізуйте основні стратегії уникнення плагіату.

Питання для обговорення на практичному занятті

ШЛЯХИ УНИКНЕННЯ ПЛАГІАТУ

1. Порушення академічної доброчесності.
2. Види академічного плагіату.
3. Методи виявлення плагіату.
4. Основні правила цитування.
5. Узагальнення як техніка академічного письма.

Теми рефератів

1. Плагіат у студентських роботах.
2. Індекс наукового цитування.
3. Міжнародні системи цитування.
4. Некоректне цитування і плагіат.

Практичне завдання

Наведіть приклади основних причин плагіату під час наукових досліджень у маркетингу.

Завдання для самостійної роботи

Визначте терміни та поняття

Плагіат, академічний плагіат, самоплагіат, фальсифікація, фабрикація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання, републікація, реплікація, рерайт, дослівний плагіат, мозаїчний плагіат, навмисний плагіат, ненавмисний плагіат, дублювання досліджень, парафраза, компіляція, цитата, бібліографічне посилання, академічна доброчесність, довіра, цитування, перефразування, узагальнення.

Тести

1. Як уникнути плагіату?

- а) не писати взагалі;
- б) застосовувати узагальнення, цитування, перефразування;
- в) плагіатити так, щоб ніхто не помітив;
- г) не досліджувати те, що досліджували інші.

2. Відповідальний підхід до освітньої та наукової діяльності не включає в себе:

- а) визнання своїх помилок;
- б) цитування інших;
- в) плагіювання текстів;
- г) правильна відповідь не названа.

3. В квадратних дужках у тексті статті ставлять:

- а) прізвище автора;
- б) назву статті;
- в) внутрішньотекстове посилання;
- г) підсторінкове посилання.

4. При цитуванні потрібно:

- а) поставити лапки, передати текст дослівно, і проставити джерело;
- б) написати текст та проставити джерело;
- в) передати текст слово в слово;
- г) проставити джерело лише у прикінцевому списку.

5. Узагальнення застосовується тоді, коли

- а) потрібно опрацювати невеликий обсяг авторського тексту;
- б) потрібно опрацювати дуже значний обсяг авторського тексту;
- в) думка автора дуже оригінальна;
- г) потрібно заповнити чимось простір у своїй статті.

6. Що із зазначеного нижче не відноситься до плагіату?

- а) рерайт;
- б) компіляція;
- в) републікація;
- г) прокрастинація.

7. Який науковець робить розподіл плагіату на навмисний і ненавмисний?

- а) Кен К. Вонг;
- б) Роберт Гарріс;
- в) Ольга Гужва;
- г) Баррі Гілмор.

8. Оберіть, яка чеснота відповідає наступному визначенню: «Чеснота, що розбудовується на діях, а не на словах і означає, що усі учасники наукового процесу не бояться ділитись думками та ідеями»?

- а) справедливість;
- б) довіра;
- в) чесність;
- г) повага;
- д) відповідальність.

9. При перефразуванні потрібно:

- а) передавати невеликий авторський обсяг своїми словами, змінюючи структуру речення;
- б) передавати текст слово в слово;

- в) видавати текст за свій власний;
- г) змінити структуру речення.

10. На яких ключових цінностях базується академічна доброчесність?

- а) довіра, справедливість, сміливість, доброта, відповідальність, чесність;
- б) довіра, справедливість, сміливість, повага, відповідальність, чесність;
- в) цікавість, довіра, справедливість, сміливість, повага, відповідальність, чесність;
- г) довіра, справедливість, сміливість, повага, відповідальність, пильність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ТА РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Основна

1. 7 цікавих фактів про маркетинг і рекламу. URL: <https://news.donnu.edu.ua/2018/10/25/7-tsikavih-faktiv-pro-marketing-i-reklamu/>
2. Академічна доброчесність в університеті. URL: <https://vumonline.ua/course/academic-integrity-at-the-university/>
3. 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
4. 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>
5. 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>
6. 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>
7. Кодекс академічної доброчесності Національного університету «Чернігівська політехніка». URL: <https://stu.cn.ua/wp-content/uploads/2021/06/kodeks-akademichnoyi-dobrochesnosti-nova-redakciya.pdf>
8. 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
9. 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>
10. *Методологія наукових досліджень: методичні вказівки до практичних занять для студентів галузі знань 05 Соціальні та поведінкові науки, спеціальності 051 Економіка, освітньої програми «Економіка довкілля та природних ресурсів» денної форми навчання / Уклад.: Ж.В.Дерій, Т.І.Зосименко*. Чернігів: ЧНТУ, 2018. 31 с.
11. *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>
12. *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>

13. 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>

14. Keshab Bhattarai. Research Methods for economics. URL:
https://nanopdf.com/download/workbook-for-research-methods-in-economics_pdf

Допоміжна

1. Білим П. А. Основи наукових досліджень: конспект лекцій для студентів денної та заочної форм навчання освітнього рівня «бакалавр» за спеціальністю 263 – Цивільна безпека; Харків. нац. ун-т. міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ ім. О.М.Бекетова, 2018. 40 с. URL:
<https://eprints.kname.edu.ua/48248/1/2017%20124Л%20КЛ%20ОНДнапеч.pdf>

2. Бондар В. Д. Наукова новизна як методологічна характеристика дослідження: сутність та підходи до розуміння поняття. *Молодий вчений*. 2019. № 4(2). С. 220-223. URL: https://eprints.oa.edu.ua/7996/1/bondar_200113.pdf

3. Важинський С. Є., Щербак Т. І. Методика та організація наукових досліджень: Навч. посіб. Суми: СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2016. 260 с. URL:
http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/2558/1/Пос_бник%20МОНД%2008-04%20%281%29.pdf

4. Вегеш М. Основи наукових досліджень. Методичні матеріали для бакалаврів політології / Видання друге, доповнене. Ужгород: Ужгородський національний університет, 2022. 74 с. URL:
bitstream/lib/41266/1/Вегеш%20М.%20Основи%20наукових%20досліджень.%20Методичні%20рекомендації%20для%20бакалаврів%20політології.pdf

5. Галкун Т. М. Методологія та організація наукового дослідження. *Таврійський вісник освіти*. 2017. № 1. С. 303-304. URL:
http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tvo_2017_1_59

6. Гуторов О.І. Методологія та організація наукових досліджень: навч. посібник / Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. Х.: ХНАУ, 2017. 272 с. URL:
<http://dspace.knau.kharkov.ua/jspui/bitstream/123456789/558/1/Методологія%20та%20організація%20наукових%20досліджень.pdf>

7. ДСТУ 3017:2015. Інформація та документація. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять. Київ: ДП «УкрНДНЦ, 2016. 42 с. URL:
https://lib.zsmu.edu.ua/upload/intext/dstu_3017_2015.pdf

8. ДСТУ 3008:2015. Інформація та документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура та правила оформлювання. Київ: ДП «УкрНДНЦ, 2016. 31 с. URL: http://www.knmu.kharkov.ua/attachments/3659_3008-2015.PDF

9. Журавель О. В., Мамонтенко Н. С. Наукові основи методології дослідження економічних явищ і процесів інноваційного менеджменту. *Бізнес*

Информ. 2020. № 2. С. 486-491. URL: https://www.business-inform.net/article/?year=2020&abstract=2020_2_0_486_491

10. Зацерковний В. І., Тішаєв І. В., Демидов В. К. *Методологія наукових досліджень : навч. посіб.* Ніжин: НДУ ім. М. Гоголя, 2017. 236 с. URL: https://isp.kiev.ua/images/Page_Image/Library/Methodology_Zatserkovny_Tishayev_Demidov.pdf

11. Мальська М., Паньків Н. *Основи наукових досліджень: навчальний посібник.* Львів: Видавництво ЛНУ імені Івана Франка, 2020. 226 с. URL: <https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/Osnovy-naukovykh-doslidzhen-Pan-kiv-Malska.pdf>

12. *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/Metodolohiia_naukovykh_doslidzhen_v_marketynhu.pdf*

13. Перевірка на плагіат. URL: https://www.plag.com.ua/?gclid=Cj0KCQjwyt-ZBhCNARIsAKH1176qdUyooqV8SKNxLi7I4XUyOb7QniW2tTs8TnOpHs9K5Vp912Ys5HsaAjc7EALw_wcB

14. Про авторське право і суміжні права: Закон України. Документ 3792-ХІІ. Поточна редакція від 05.01.2022, підстава – 1965-ІХ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12#Text>

15. Про вищу освіту: Закон України. Документ 1556-VII. Поточна редакція від 16.09.2022, підстава – 2471-ІХ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>.

16. Про інформацію: Закон України. Документ 2657-ХІІ. Поточна редакція від 15.06.2022, підстава – 1882-ІХ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>.

17. Про наукову і науково-технічну діяльність: Закон України. Документ 848-VIII. Поточна редакція від 01.10.2022, підстава – 2464-ІХ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/848-19#Text>.

18. Про наукову і науково-технічну експертизу: Закон України Документ 51/95-ВР. Поточна редакція від 16.10.2020, підстава – 124-ІХ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/51/95-вр#Text>.

19. Строкань О. В., Мірошніченко М. Ю. *Методологія та організація наукових досліджень з основами інтелектуальної власності: конспект лекцій.* Мелітополь: Видавничо-поліграфічний центр «Люкс», 2021. 152 с. URL: http://www.tsatu.edu.ua/kn/wp-content/uploads/sites/16/mondzoiv_konspekt-lekcij-1.pdf

20. Федяєва М. С. Терміносистеми у методології наукових досліджень з економіки. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки.* 2018. Вип.32. С. 9-12. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhd_u_en_2018_32_3

21. Швець Ф. Д. Методологія та організація наукових досліджень: навч. посіб. Рівне: НУВГП, 2016. 151 с. URL: <http://ep3.nuwm.edu.ua/3946/1/Методологія%20та%20організація.pdf>

22. Bello Ayuba. The Role of Marketing Research on the Performance of Business Organizations. URL: https://www.researchgate.net/publication/344177049_The_Role_of_Marketing_Research_on_the_Performance_of_Business_Organizations:

23. Henryk Dźwigoł (2018). Scientific research methodology in management sciences. *Zeszyty naukowe politechniki śląskiej. Seria: organizacja i zarządzanie* z.118. pp. 117-134. URL: <https://www-arch.polsl.pl/wydzialy/ROZ/ZN/Documents/z118/Dzwigoł%20H.pdf>

24. Kotler Philip. Kotler On Marketing: How To Create, Win, and Dominate Markets. URL: https://www.researchgate.net/publication/265069529_Kotler_on_Marketing_How_to_Create_Win_and_Dominate_Markets

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

Назва	Офіційний сайт
Система дистанційного навчання Національного університету «Чернігівська політехніка». Курс: Методологія і організація наукових досліджень у маркетингу	http://eln.stu.cn.ua/
Наукова бібліотека Національного університету «Чернігівська політехніка»	http://library2.stu.cn.ua/
Електронний архів Національного університету «Чернігівська політехніка»	http://ir.stu.cn.ua
Академічна доброчесність в університеті (курс)	https://vumonline.ua/course/academic-integrity-at-the-university/
Державна служба статистики України	http://www.ukrstat.gov.ua
Національна бібліотека України ім. І.В.Вернадського	http://www.nbuv.gov.ua/
Українська асоціація маркетингу	http://uam.in.ua
References (для українських джерел)	http://ukrlit.org/transliterations
Скорочені таблиці УДК українською мовою – UDC Summary	https://udcsummary.info/php/index.php?lang=uk
Вільні джерела наукової інформації	http://uran.ua/refer/scinfo/free.htm
Наукова періодика України	http://journals.uran.ua
Система пошуку у відкритих архівах України (SSM)	https://oai.org.ua/index.php/browse
Директорія журналів відкритого доступу DOAJ (Directory of Open Access Journals)	https://doaj.org
Електронна бібліотека України: створення Центрів знань в університетах України	http://www.elibukr.org/index.php/uk/
Американська асоціація маркетингу	https://www.ama.org
Український маркетинг-форум	https://marketingforum.com.ua