

	СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
	«Основи наукових досліджень та академічна доброчесність»

Рівень вищої освіти	<i>перший (бакалаврський)</i>
Освітньо-професійна програма	<i>Маркетинг</i>
Факультет	<i>економічний</i>
Кафедра	<i>менеджменту та маркетингу</i>
Семестр	<i>4</i>
Кількість кредитів	<i>3</i>
Мова викладання	<i>українська</i>
Викладач	<i>д.е.н., професор Гончаров Юрій Вікторович</i>
Контактна інформація	<i>goncharov_yv@ukr.net</i>

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ДИСЦИПЛІНУ

Анотація	<p>У процесі вивчення курсу студенти знайомляться з понятійним апаратом і методикою проведення наукових економічних досліджень. У запропонованому курсі розглядається широке коло проблем, пов'язаних з науковою діяльністю студентів: підготовкою доповідей, рефератів, курсових робіт; методикою написання та оформлення тез та статей.</p> <p>Після вивчення курсу студенти зможуть вирішувати проблеми, що стосуються комплексного вирішення завдань науково-дослідницької роботи, вміти застосовувати загально прийняті форми і методи наукових досліджень; використовувати методи наукового пізнання у процесі роботи над курсовим дослідженням, написання рефератів та наукових статей з дотриманням принципів академічної доброчесності; здійснювати науковий пошук та проводити економічні дослідження.</p>
Мета та цілі	<p>Формування у здобувачів системного уявлення про організацію наукових досліджень у сфері маркетингу, розвиток здатності здійснювати дослідницьку діяльність на належному теоретичному та прикладному рівнях, опанування принципів академічної доброчесності як фундаментальної складової професійної та громадянської відповідальності, а також формування культури наукового мислення, критичного аналізу інформації та етичної поведінки у професійній діяльності.</p>
Результати навчання	<p>Опанування дисципліною «Основи наукових досліджень та академічна доброчесність» забезпечить наступні результати :</p> <p>P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>P15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та</p>

	<p>цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.</p> <p>P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>
Soft skills	<p>Розвиток soft skills: навичок комунікації, здатність брати на себе відповідальність і працювати в команді, вміння контролювати власні почуття, правильно реагувати на емоції інших людей та злагоджувати конфлікти, управляти своїм часом, здатність до планування, складання прогнозів і передбачення наслідків своїх дій, розуміння важливості зворотного зв'язку / допомоги від колег, здатність логічно і системно мислити, креативність та інше)</p>
Пререквізити	<p><i>Здобувач вищої освіти повинен знати такі попередні курси</i> «Інформаційно-комунікаційні технології», «Економічна статистика», «Основи веб-аналітики».</p> <p><i>Здобувач вищої освіти повинен вміти:</i> виявляти здатність до пошуку, оброблення та аналізу, систематизації й узагальнення інформації, зокрема, маркетингової діяльності, з різних джерел та формулювання логічних висновків.</p>

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Тема	План, короткі тези	Завдання	Кіл-ть балів
Змістовий модуль 1			
Тема 1. Наука як сфера людської діяльності	<p>Загальні відомості про суть наукового пізнання. Поняття та функції наукових досліджень. Об'єкт та предмет наукового пізнання. Інтерпретація основних понять наукового дослідження. Види наукових досліджень. Фундаментальні і прикладні дослідження. Суб'єкти наукової діяльності.</p>	<p>Експрес опитування, виконання тестових завдань, складання термінологічного словника, підготовка повідомлення, аналіз структурно-логічної схеми, обговорення презентацій</p>	10
Тема 2. Методи наукових досліджень у маркетингу	<p>Загальне поняття про методи наукових досліджень. Класифікація методів наукових досліджень. Теоретичні методи дослідження: аналіз, синтез, індукція, дедукція, порівняння, узагальнення. Емпіричні методи дослідження: спостереження, опитування, анкетування, інтерв'ювання, експеримент. Методи збору та обробки маркетингової інформації. Кількісні та якісні методи маркетингових досліджень. Використання статистичних та аналітичних методів у маркетингових дослідженнях. Значення сучасних інформаційних технологій у проведенні маркетингових досліджень. Етапи наукового дослідження у маркетингу.</p>	<p>Експрес опитування, виконання тестових завдань, формулювання гіпотез для бізнес-кейсів, аналіз структурно-логічних схем, проведення анкетувань, інтерпретація даних; обґрунтування вибору емпіричних, теоретичних і статистичних методів для конкретної ситуації</p>	10
Тема 3. Форми наукового викладу	<p>Реферат як одна з форм наукової роботи студента. Види рефератів. Основні вимоги до написання рефератів. Курсова</p>	<p>Експрес опитування, виконання тестових завдань, складання</p>	10

матеріалів дослідження. Курсова робота як обов'язкове самостійне навчально-наукове дослідження здобувача освіти.	робота. Робота над структурними одиницями вступу. Основні вимоги до структури і оформлення курсових робіт. Керівництво курсовими роботами.	термінологічного словника, обґрунтування актуальності дослідження для однієї з обраних тем, презентація основних положень за темою	
Тема 4. Оформлення результатів дослідження.	Загальні вимоги. Заголовки структурних частин наукової роботи. Нумерація розділів, підрозділів, пунктів та підпунктів. Позначення малюнків, таблиць, ілюстрацій. Нумерація таблиць. Загальні правила цитування та посилання на використані джерела. Загальні вимоги до цитування. Оформлення списку використаних джерел. Правила бібліографічного опису	Експрес опитування, виконання тестових завдань, складання термінологічного словника, укладання списку використаних джерел, зображення експериментальних даних у вигляді діаграм	10
Тема 5. Апробація результатів дослідження	Наукова публікація: поняття, функції, основні види. Види науково-дослідних видань. Вимоги до статей. Структура наукового реферату. Види і структура рефератів. Доповідь на науковій конференції. Поняття про тези. Повідомлення як вид короткої доповіді. Методика написання наукової статті. Структура статті.	Експрес опитування, виконання тестових завдань, складання термінологічного словника, підготовка тез до студентської конференції, презентація доповідей	10
Тема 6. Академічна доброчесність студентів закладів вищої освіти	Поняття про академічну доброчесність. Принципи та фундаментальні цінності академічної доброчесності та етики академічних взаємовідносин. Проблема академічного плагіату. Види плагіату. Порядок перевірки навчальних, курсових, науково-методичних та наукових робіт на наявність ознак академічного плагіату. Програмно-технічні засоби перевірки на плагіат.	Експрес опитування, виконання тестових завдань, складання термінологічного словника, аналіз нормативних документів. Аналіз видів плагіату; перевірка роботи через бешкоштовні онлайн-програми; аналіз кейсів порушення академічної етики	10

ЛІТЕРАТУРА ТА НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ

Основна

1. Барабанова В.В. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2020. 136 с. URL : <https://surl.li/cnxkiy>
2. Власенко Л., Ладанюк А., Кишенько В. Методологія наукових досліджень : Навчальний посібник. Київ : Ліра-К, 2018. 352 с.
3. Денис О.Б., Кубишина Н.С. Методологія наукових досліджень в маркетингу: навчально-методичний комплекс : навч. посіб. для здобувачів ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 «Маркетинг». Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 62 с. URL : <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/2803c53c-1f25-4686-b76a-0a1867fb0042/content>
4. Закон України про академічну доброчесність (18.12.2025). URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4742-20#Text>

5. Зозульов О.В., Царьова Т.О. Маркетинг: теоретичні основи маркетингу : навчально-методичний комплекс: навч. посіб. для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 100 с. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/f88e5b41-3f55-45f6-836b-8e14bbf4013c/content>
6. Кодекс академічної доброчесності Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти. URL: <https://naqa.gov.ua/wp-content/uploads/2019/07/Кодекс-академічної-доброчесності.pdf>.
7. 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>
8. Маркетингові дослідження для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» : Навчальний посібник / укладачі: В.В. Добрянська. О.А. Івасенко, М.Б. Чижевська, А.С. Скрильник Полтава: ПолтНТУ, 2024. 218 с. URL: <https://surl.li/ldjggb>
9. Мартинович Н.О., Горник В.Г., Бойченко Е.Б. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. Київ: «Видавництво Людмила», 2021. 323 с. URL : <https://surl.li/kmbcyw>
10. Гончаров Ю.В., Ліщук Н.В., Боднар О. Основні підходи до забезпечення академічної доброчесності у вищій школі. Актуальні питання у сучасній науці: серія «Педагогіка». 2024. № 7(25). URL: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2024-7\(25\)-610-622](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2024-7(25)-610-622)
11. Палеха Ю.І., Леміш Н.О. Основи науково - дослідної роботи: навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів. Київ : Ліра-К, 2016. 336 с.

Додаткова

1. Бахрушин В. Академічний плагіат і самоплагіат в науці та вищій освіті: нормативна база і світовий досвід. URL: <http://education-ua.org/ru/articles/1128-akademichnij-plagiat-i-samoplgiat-v-nautsi-ta-vishchij-osviti-normativna-baza-i-svitovij-dosvid9>.
2. Декларація про дотримання академічної доброчесності учасником процесу реалізації державної політики у сфері якості освіти. URL: https://naqa.gov.ua/wp-content/uploads/2019/05/Deklar_pro_dobr.pdf.
3. Honcharov Yu. V; Dykha M. V; Voronina V; Milka A; Klymenchukova N. Forecasting the innovation of Ukraine's economic development in a global dimension. Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu. 2023, № 1. P. 174 – 181. URL: <https://doi.org/10.33271/nvngu/2023-1/174>
4. ДСТУ 8302:2015. Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання/ Нац. стандарт України. Вид. офіц. [Уведено вперше ; чинний від 2016-07-01]. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 17 с.
5. Катаєв А. В. Маркетингові дослідження: практикум для студ. спец. «Маркетинг» : в 2 ч. Харків : Видавничий центр «Діалог», 2015. Ч. 1. Теорія маркетингових досліджень. URL: https://pathofscience.org/Library/Kataev_MR_1.pdf
6. Мельничук Л.Б. Основи наукових педагогічних досліджень. Плани та методичні рекомендації для проведення практичних занять. Рівне: МEGУ ім. акад. С. Дем'янчука, 2019. 44 с.
7. Мельничук Л.Б., Дем'янчук А.С. Онлайн платформи та програми перевірки тексту на плагіат. *Дослідження інновацій та перспективи розвитку науки і техніки у XXI столітті: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Рівне, 25–26 листопада 2021 року). Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука. Рівне : Видавничий дім «Гельветика», 2021. Ч. 4. 252 с. С. 49-53.*
8. Методична інструкція щодо перевірки академічних текстів на наявність текстових запозичень. URL: <http://normative.sumdu.edu.ua/?task=getfile&tmpl=component&id=a629d359-964f-e911-b41d-001a4be6d04a&kind=1>.
9. Основи наукових досліджень та академічної доброчесності: Інструктивно-методичні матеріали до семінарських занять / укладач: Ю. М. Нідзельська. Житомир, 2024. 27 с. URL: <https://surl.lu/pvubwq>
10. Положення «Про протидію плагіату в університеті» / Затверджено Вченою радою МEGУ ім. акад. С. Дем'янчука Протокол № 4 від 24.11.2016 р. URL: <https://www.megu.edu.ua/sites/default/files/2021-07/Polozhennja-pro-protidiju-plagiatu.pdf>

11. Правила оформлення списку використаних джерел при написанні наукових робіт. URL: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/node/4518/pravylaoformlennyaspyskuvykorystanyhdzherel.pdf>
12. Семенда О. В. Описове дослідження в маркетингу як основа наукових досліджень. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*, 2023. № 8. URL : <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-04-01>

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Загальна політика	Здобувач освіти має відвідувати всі заняття згідно розкладу, не спізнюватися. Дотримуватися етики поведінки. Працювати з навчальною літературою, з літературою на електронних носіях і в Інтернеті. При пропуску занять проводиться усна співбесіда за темою. Відпрацьовувати практичні заняття. Виконати індивідуальне завдання.
Політика щодо дедлайнів та перекладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.
Політика щодо академічної доброчесності	Під час виконання завдань вимагається дотримання правил академічної доброчесності. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час онлайн-тестування. При виконанні усіх видів завдань у випадку використанні штучного інтелекту здобувач має дотримуватися Політики відповідального, етичного та безпечного використання технологій штучного інтелекту (ШІ) у Приватному вищому навчальному закладі «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука», розробленої для всіх учасників освітнього, наукового та адміністративного процесу.

ОЦІНЮВАННЯ

Нарахування балів	
Види оцінювання	Бали
Змістовий модуль 1 (Теми 1-6)	60
Підсумковий контроль – залік	40
Загальна кількість балів:	100

Розподіл балів для оцінювання успішності студентів		
Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	зараховано
82-89	B	
74-81	C	
64-73	D	
60-63	E	
35-59	FX	не зараховано
0-34	F	