

**Сумський державний педагогічний університет
імені А.С.Макаренка**

Фізико-математичний факультет

Кафедра бізнес-економіки та адміністрування



ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач аспірантури та докторантури

Ірина ЧИСТЯКОВА

вересня 2023 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ
(ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ)**

галузь знань: **07 Управління та адміністрування**

спеціальність: **075 Маркетинг**

освітньо-наукова програма: **Маркетинг**

Мова навчання: **українська**

Погоджено науковою радою
Сумського державного педагогічного
університету імені А. С. Макаренка

«*20*» *вересня* 2023 року

Голова

Кудріна д.е.н., проф. Ольга КУДРІНА

Розробники:

Божкова В. В. доктор економічних наук, професор, професор кафедри бізнес-економіки та адміністрування;

Кудріна О. Ю. доктор економічних наук, професор, професор кафедри бізнес-економіки та адміністрування;

Ілляшенко Н.С. доктор економічних наук, професор, професор кафедри бізнес-економіки та адміністрування;

Омельяненко В.А. доктор економічних наук, професор, професор кафедри бізнес-економіки та адміністрування;

Сигида Л. О. кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри бізнес-економіки та адміністрування;

Омельяненко О.М. доктор філософії, старший викладач кафедри бізнес-економіки та адміністрування.

Робоча програма розглянута і схвалена на засіданні кафедри бізнес-економіки та адміністрування Сумського державного педагогічного університету імені А.С.Макаренка

Протокол № 1 від «29» «серпня» 2023 р.

Завідувач кафедри ВВ д.е.н., проф. Божкова В.В.

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Третій (освітньо-науковий) ступінь	Обов’язкова	
		Рік підготовки:	
		1-й	1-й
		Семестр	
2-й		2-й	
Лекції			
год.		год.	
Практичні, семінарські			
год.		год.	
Індивідуальні			
30 год.		10 год.	
Самостійна робота			
60 год.		80 год.	
Консультації:			
год.		год.	
Загальна кількість годин - 90		Вид контролю: залік	

1. Мета вивчення навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Методологічні основи наукових досліджень (за темою дисертації)» є складовою частиною циклу загальної підготовки здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня «доктор філософії» до професійної діяльності в галузі знань 07 Управління та адміністрування за спеціальністю 075 Маркетинг.

Метою викладання навчальної дисципліни «Методологічні основи наукових досліджень (за темою дисертації)» є оволодіння теоретичними знаннями й набуття практичних навичок щодо проведення наукових досліджень, обробки, аналізу й визначення та представлення результатів наукових досліджень з теми дисертації.

Завданнями навчальної дисципліни «Методологічні основи наукових досліджень (за темою дисертації)» є:

- набуття знань про особливості організації та проведення наукової та науково-дослідницької роботи;
- оволодіння засобами пошуку та формування ідей щодо наукової діяльності;
- отримання уявлення про організацію та діяльність сучасних наукових закладів;
- навчання практичним навичкам роботи з науковою літературою;
- формування системи вмінь щодо використання методології досліджень, у процесі підготовки дисертаційної роботи;
- застосування творчого дослідницького підходу до організації наукової діяльності;
- формулювання перспектив подальших наукових досліджень у маркетинговій сфері;
- розвиток професійної компетентності, аналітичного і критичного мислення та здатності до самовдосконалення.

Засвоєння програмного матеріалу дисципліни «Методологічні основи наукових досліджень (за темою дисертації)» забезпечує оволодіння такими інтегральною, загальними та спеціальними (фаховими) компетентностями відповідно до освітньо-наукової програми «Маркетинг»:

ІК. Здатність продукувати нові ідеї, розв'язувати комплексні проблеми професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері маркетингу, застосовувати методологію наукової та педагогічної діяльності, а також проводити власні наукові дослідження, результати яких мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення.

ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК02. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК04. Здатність розв'язувати комплексні проблеми у сфері маркетингу на основі системного наукового світогляду та загального культурного кругозору із дотриманням принципів професійної етики та академічної доброчесності.

СК01. Здатність планувати і виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії, методології і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках.

СК03. Здатність застосовувати сучасні методи та інструменти маркетингу,

цифрові технології, ресурси та економіко-математичні методи і моделі у науковій та педагогічній діяльності.

СК05. Здатність до провадження науково-організаційної діяльності та управління науково-дослідницькими проектами.

СК06. Здатність до критичного переосмислення і розвитку сучасної теорії, методології та практики маркетингу в ході проведення власних оригінальних наукових досліджень

СК07. Здатність до виявлення і формалізації закономірностей розвитку суб'єктів ринкових відносин на основі фундаментальних та прикладних досліджень, розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингових систем.

СК08. Здатність виявляти, ставити і вирішувати проблеми дослідницького характеру в сфері маркетингу, оцінювати та забезпечувати якість виконуваних досліджень та публікацію їх результатів у профільних фахових вітчизняних і зарубіжних виданнях, що входять до міжнародних наукометричних баз даних.

2. Передумови для вивчення дисципліни

Вивчення навчальної дисципліни «Методологічні основи наукових досліджень (за темою дисертації)» базується на засадах інтеграції теоретичних та практичних знань із дисциплін, що вивчалися на попередньому другому (магістерському) рівні вищої освіти, як-от: «Методологія наукових досліджень у маркетингу» та інші.

3. Результати навчання за дисципліною

Результати навчання за дисципліною «Методологічні основи наукових досліджень (за темою дисертації)» передбачають такі освітні і професійні компетентності, що включають: готовність до роботи з науково-дослідницькими документами; здатність до засвоєння нормативно-правової бази проведення наукових та науково-дослідних робіт в Україні; впровадження наукових розробок; готовність до застосовування набутих знань у професійній діяльності; здатність брати участь у професійних дискусіях та інтерактивних обговореннях, логічно аргументуючи власну точку зору; володіння практичними способами пошуку наукової та професійної інформації з використанням сучасних комп'ютерних засобів, мережевих технологій, баз даних і знань; володіння дослідницькими навичками щодо вивчення актуальних проблем маркетингу.

РН 01	Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і дотичних предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напрямку, отримання нових знань та/або здійснення інновацій.
РН 03	Формулювати і перевіряти гіпотези; використовувати для обґрунтування висновків належні докази, зокрема, результати теоретичного аналізу, експериментальних досліджень і математичного та/або комп'ютерного моделювання, наявні літературні дані.

ПРН 4	Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій діяльності.
ПРН 5	Представляти та оприлюднювати результати самостійних оригінальних наукових досліджень, які мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення з дотриманням належної академічної доброчесності, а також демонструвати володіння методологією викладання професійно-орієнтованих дисциплін і нести відповідальність за навчання інших.
ПРН 6	Планувати і виконувати емпіричні та/або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів та дотриманням норм професійної і академічної етики, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми.

4. Критерії оцінювання результатів навчання

Кількість балів	Критерії оцінювання навчальних досягнень студента
90 – 100	Здобувач освіти глибоко й упевнено засвоїв увесь матеріал, послідовно, логічно вірно його відтворює. Може пов'язати теоретичні та практичні сторони дисципліни, вільно відповідає на нестандартні запитання, показує знання монографічного матеріалу з питання, вірно обґрунтовує наукові поняття, володіє навичками виконання практичних завдань, виявляє вміння самостійно узагальнювати матеріал, не допускає при цьому помилки
82 - 89	Здобувач освіти знає програмний матеріал, не допускає суттєвих недоліків у відповіді, може вірно використовувати теоретичні положення й володіє навичками при виконанні практичних завдань
74 - 81	
64 - 73	Здобувач освіти засвоїв лише основний матеріал, але погано орієнтується в окремих положеннях, припускається помилок або неточностей у формулюваннях, порушує логіку та послідовність у викладенні програмного матеріалу та має складнощі при виконанні практичних завдань
60 - 63	
35-59	Здобувач освіти не володіє знаннями щодо значної частини програмного матеріалу, припускається суттєвих помилок, з великими труднощами виконує практичну роботу
1 - 34	

Розподіл балів

Поточний контроль															Разом	Сума
T 1	T 2	T 3	T 4	T 5	T 6	T 7	T 8	T 9	T 10	T 11	T 12	T 13	T 14	T 15		100
Поточний контроль															45	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
Контроль самостійної роботи																
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3		

T 1, T 2 ... T 4 – теми

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
		для екзамену, заліку, курсового проекту (роботи), практики
90 – 100	A	відмінно
82 - 89	B	добре
74 - 81	C	
64 - 73	D	задовільно
60 - 63	E	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
1 - 34	F	незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни

5. Засоби діагностики результатів навчання

Залік, презентації результатів виконаних завдань та наукових досліджень.

6. Програма навчальної дисципліни

6.1. Інформаційний зміст навчальної дисципліни

Тема 1. Особливості здійснення наукового порівняльного маркетингового дослідження

Сутність порівняльного маркетингового дослідження. Мета порівняльного маркетингового дослідження. Проблеми проведення порівняльного маркетингового дослідження.

Тема 2. Структура наукового порівняльного маркетингового дослідження

Загальна схема наукового порівняльного маркетингового дослідження. Композиція наукового порівняльного маркетингового дослідження. Структура дисертації.

Тема 3. Етапи науково-дослідної роботи за темою дисертації

Вибір (постановка) теми або проблеми дослідження. Ознайомлення із станом обраної для дослідження проблеми. Вимоги до формулювання теми дослідження. Уточнення проблеми (теми) і складання програми дослідження. Систематичне накопичення дослідних матеріалів. Зведення (опрацювання) результатів дослідження. Теоретичний аналіз результатів дослідження. Літературне оформлення результатів дослідження. Упровадження результатів дослідження у практику. Оцінювання значущості результатів дослідження.

Тема 4. Особливості наукового пошуку під час проведення наукового дослідження

Наукова інформація та її джерела. Роль інформації у наукових дослідженнях та класифікація наукових документів. Структура та призначення наукових документів. Принципи збору інформаційного матеріалу, робота із джерелами інформації.

Тема 5. Технологія роботи над змістом дисертації

Послідовність роботи над дисертацією. Визначення теми, об'єкту, предмету дослідження, його мети й завдань. Складання плану дисертації та підбір літератури. Організація праці під час проведення наукових досліджень.

Тема 6. Категоріальний апарат наукового дослідження з теми

Основні поняття та визначення. Сутність та складові категоріального апарату. Теоретична робота з уточнення тлумачень понять, недопустимість довільного вживання термінів.

Тема 7. Теоретичні методи дослідження за темою дисертації

Сутність теоретичних методів наукового дослідження. Характеристика основних теоретичних методів наукового дослідження. Особливості логічного та хронологічного підходів під час проведення теоретичних досліджень.

Тема 8. Емпіричні методи дослідження за темою дисертації

Сутність емпіричних методів наукового дослідження. Характеристика

основних емпіричних методів наукового дослідження. Особливості логічного та хронологічного підходів під час проведення емпіричних досліджень.

Тема 9. Метод моделювання у процесі виконання наукового дослідження за темою дисертації

Моделювання як метод наукового пізнання. Сутність моделювання. Моделі в науковому дослідженні. Класифікація моделей.

Тема 10. Особливості та форми впровадження результатів дослідження

Основні вимоги до опублікування результатів досліджень. Структура наукових праць, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації. Вимоги до написання монографій та наукових статей. Апробація та впровадження результатів дисертації.

Тема 11. Особливості аналізу стану дослідженості наукової проблеми

Обґрунтування підходів до проведення аналізу стану дослідженості наукової проблеми. Функції аналізу наукової літератури. Методика читання наукової літератури. Основні завдання огляду літератури. Основні критерії правильності написання огляду.

Тема 12. Завдання формування джерельної бази дослідження

Визначення джерельної бази дослідження. Культура роботи з джерелами дослідження. Різновиди класифікації джерел. Методика збору наукової інформації. Основні завдання огляду літератури. Етапи та вимоги створення джерельної бази дослідження. Основні форми методики аналізу джерельної бази дослідження.

Тема 13. Методологія досліджень воєнного та повоєнного станів

Методи діагностики воєнного та повоєнного станів. Підходи і моделі відновлення України.

Тема 14. Особливості проведення експерименту в маркетинговому дослідженні

Експеримент як метод наукового дослідження, експериментальні чинники. Види і типи експериментів. Характеристика експерименту. Послідовність проведення експерименту. Методика обробки результатів дослідження.

Тема 15. Науково-методичні підходи до написання дисертаційної роботи

Прийоми викладення матеріалів наукового дослідження. Тези та аргументи в науковому дослідженні. Гіпотеза дослідження. Особливості написання та складові вступу до дисертації. Робота над розділами дисертації. Висновки до дисертації та взаємозв'язок «завдання – наукова новизна – висновки». Мова та стиль викладу матеріалу. Авторське виконання дисертації і плагіат.

6.2. Структура та обсяг навчальної дисципліни

Назви тем	Кількість годин											
	Денна форма					Заочна форма						
	Усього	у тому числі				Усього	у тому числі					
		Лекції	Практ.з.	Індивід.з.	Конс.		Самост.р	Лекції	Практ.з.	Індивід.з.	Конс.	Самост. р.
Тема 1. Особливості здійснення наукового порівняльного маркетингового дослідження	6			2		4	6			2		4
Тема 2. Структура наукового порівняльного маркетингового дослідження	6			2		4	6					6
Тема 3. Етапи науково-дослідної роботи за темою дисертації	6			2		4	6					6
Тема 4. Особливості наукового пошуку під час проведення наукового дослідження	6			2		4	6			2		4
Тема 5. Технологія роботи над змістом дисертації	6			2		4	6					6
Тема 6. Категоріальний апарат наукового дослідження з теми	6			2		4	6					6
Тема 7. Теоретичні методи дослідження за темою дисертації	6			2		4	6			2		4
Тема 8. Емпіричні методи дослідження за темою дисертації	6			2		4	6					6
Тема 9. Метод моделювання у процесі виконання наукового дослідження за темою дисертації	6			2		4	6					6
Тема 10. Особливості та форми впровадження результатів дослідження	6			2		4	6			2		4
Тема 11. Особливості аналізу стану дослідженості наукової проблеми	6			2		4	6					6
Тема 12. Завдання формування джерельної бази дослідження	6			2		4	6					6
Тема 13. Робота з уточнення тлумачень понять з теми дослідження	6			2		4	6			2		4
Тема 14. Особливості проведення експерименту в маркетинговому дослідженні	6			2		4	6					6
Тема 15. Науково-методичні підходи до написання дисертаційної роботи	6			2		4	6					6
Усього годин	90			30		60	90			10		80

Теми індивідуальних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Особливості здійснення наукового порівняльного маркетингового дослідження	2	2
2	Структура наукового порівняльного маркетингового дослідження	2	
3	Етапи науково-дослідної роботи за темою дисертації	2	
4	Особливості наукового пошуку під час проведення наукового дослідження	2	2
5	Технологія роботи над змістом дисертації	2	
6	Категоріальний апарат наукового дослідження з теми	2	
7	Теоретичні методи дослідження за темою дисертації	2	2
8	Емпіричні методи дослідження за темою дисертації	2	
9	Метод моделювання у процесі виконання наукового дослідження за темою дисертації	2	
10	Особливості та форми впровадження результатів дослідження	2	2
11	Особливості аналізу стану дослідженості наукової проблеми	2	
12	Завдання формування джерельної бази дослідження	2	
13	Методологія досліджень воєнного та повоєнного станів	2	2
14	Особливості проведення експерименту в маркетинговому дослідженні	2	2
15	Науково-методичні підходи до написання дисертаційної роботи	2	
Разом		30	10

7. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Особливості здійснення наукового порівняльного маркетингового дослідження	4	4
2	Структура наукового порівняльного маркетингового дослідження	4	6
3	Етапи науково-дослідної роботи за темою дисертації	4	6
4	Особливості наукового пошуку під час проведення наукового дослідження	4	4
5	Технологія роботи над змістом дисертації	4	6
6	Категоріальний апарат наукового дослідження з теми	4	6
7	Теоретичні методи дослідження за темою	4	4

	дисертації		
8	Емпіричні методи дослідження за темою дисертації	4	6
9	Метод моделювання у процесі виконання наукового дослідження за темою дисертації	4	6
10	Особливості та форми впровадження результатів дослідження	4	4
11	Особливості аналізу стану дослідженості наукової проблеми	4	6
12	Завдання формування джерельної бази дослідження	4	6
13	Методологія досліджень воєнного та повоєнного станів	4	4
14	Особливості проведення експерименту маркетинговому дослідженні	4	6
15	Науково-методичні підходи до написання дисертаційної роботи	4	6
Разом		60	80

8. Рекомендовані джерела інформації

Основні:

- 1.Важинський С.Е., Щербак Т.І. Методика та організація наукових досліджень : Навч. посіб.. Суми: СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2016. 260 с.
- 2.Галян О.В. Методологія та організація наукових досліджень: навч.-метод. видання. Луцьк : Вежа-Друк, 2021. 26 с.
- 3.Данильян О. Г., Дзьобань О. П. Методологія наукових досліджень : підручник. Харків : Право. 2019. 368 с.
- 4.Конспект лекцій з курсу «Методика виконання дисертаційної роботи (PhD Thesis Prospectus)» для здобувачів наукового ступеня доктора філософії (2019). І. Я. Омецинська (укл.). Тернопіль: ТНЕУ.
- 5.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.
- 6.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.
7. Методологія та організація наукових досліджень: навч.-метод. Видання (2021). О.В.Галян. Луцьк : Вежа-Друк. 26 с.
- 8.Мороховець Г.Ю. Методологія наукового пошуку. Вступний курс: навч. посіб. / Г.Ю. Мороховець, Ю.В. Лисанець, І.П. Кайдашев. Полтава: 2023. 229 с.
9. Самсонов В.В., Сільвестров А.М., Тачиніна О.М. (2022) Методологія наукових досліджень та приклади її використання: Навч. посібник. К. : НУХТ.385 с.
- 10.Тулайдан, В. (2017). *Основи наукових досліджень*. Ужгород. 2017. 105 с.

Додаткові:

11. Освіта і наука України в умовах воєнного стану. (2023). Інформаційно-аналітичний збірник. Київ: Інститут освітньої аналітики. 64 с.
12. Хриков, Є. М. (2015). Аналіз стану дослідженості наукової проблеми у галузі порівняльної педагогіки. *Український педагогічний журнал*, 4, 57-64.

**9. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення,
використання яких передбачає навчальна дисципліна**

ПК з доступом до мережі Інтернет та відповідним програмним забезпеченням. Мультимедійна аудиторія.