АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Методологія наукових досліджень» / «Research Methodology»

Розробник	*Охріменко І. В., доктор економічних наук, професор*
Кафедра	*Маркетингу*
Спеціальність	*D5 «Маркетинг»*
Освітня програма	*«Маркетинг»*
Освітній рівень	*Другий (магістерський)*
Категорія дисципліни	*Обов'язкова (ОКЗ 3)*
Обсяг	*3 кредити ЄКТС / 90 годин*
Рік і семестр	*1-й рік навчання, 2-й семестр*
Форма навчання	*Денна / заочна*
Мова викладання	*Українська*
Форма підсумкового контролю	*Залік*
Основні форми контролю	*Усне і письмове опитування, семінарські, практичні та аналітичні завдання, тестування, модульний контроль (МК1, МК2), підготовка та захист реферату, залік*

Мета навчальної дисципліни

Формування у здобувачів вищої освіти системи сучасних теоретико-методологічних знань, аналітичних і практичних умінь щодо організації та проведення наукових досліджень у сфері маркетингу, визначення наукової проблеми, мети, завдань і гіпотез, обґрунтування вибору методів дослідження, збору та аналізу інформації, інтерпретації результатів, формулювання наукових висновків і практичних рекомендацій.

Міждисциплінарні зв'язки

Пререквізити: базові навички пошуку, опрацювання та критичного аналізу наукової інформації, знання основ маркетингу та дослідницької роботи; освітній компонент першого семестру «Наукові комунікації іноземною мовою».

Кореквізити: «Проєктна діяльність», «Стратегічний маркетинг», «Маркетинговий менеджмент», що вивчаються паралельно та передбачають застосування дослідницьких і аналітичних підходів.

Постреквізити: подальша практична і дослідницька підготовка, виконання науково-аналітичних завдань, переддипломна практика, підготовка та публічний захист кваліфікаційної магістерської роботи.

Очікувані результати навчання

За результатами вивчення дисципліни здобувачі вищої освіти повинні бути здатними:

– визначати актуальну наукову проблему, формулювати тему, мету, завдання, об'єкт, предмет і гіпотези дослідження;

– здійснювати пошук, відбір, систематизацію, критичний аналіз та узагальнення наукових джерел;

– обґрунтовувати вибір методологічних підходів, загальнонаукових і спеціальних методів дослідження у сфері маркетингу;

– складати програму дослідження, визначати його етапи й інформаційне забезпечення;

– збирати, обробляти, аналізувати та інтерпретувати емпіричні й маркетингові дані;

– використовувати абсолютні та відносні величини, таблиці, графіки й діаграми для представлення результатів;

– готувати наукові тексти, реферати, тези доповідей і статті, формулювати наукові висновки та практичні рекомендації;

– представляти й аргументувати результати дослідження з дотриманням вимог академічної доброчесності.

Короткий зміст дисципліни

Дисципліна охоплює теоретичні засади наукового пізнання, організацію дослідницької діяльності та прикладні методи опрацювання і представлення результатів. Навчальний матеріал об’єднано у два змістові модулі.

Змістовий модуль 1. Теоретичні засади здійснення досліджень

Методологія як інструмент пізнання економічної дійсності; основні елементи та рівні методології; наукова проблема, об’єкт, предмет, мета, завдання й гіпотези; класифікація науково-дослідних робіт; фундаментальні та прикладні дослідження; загальнонаукові й спеціальні методи наукової роботи; організація наукової діяльності, планування дослідження, наукова етика та академічна доброчесність.

Змістовий модуль 2. Прикладні аспекти дослідницької діяльності

Абсолютні та відносні величини в аналізі маркетингових даних; графічні способи відображення результатів, таблиці, графіки та діаграми; види й підготовка наукових робіт, статей і тез; вимоги до наукових публікацій; різновиди, структура, стиль і мова наукового тексту; аргументація, цитування, бібліографічне оформлення та представлення результатів дослідження.

Методи та технології навчання

Проблемні лекції, семінари-дискусії, кейс-метод, аналіз і критичне опрацювання наукових джерел, індивідуальні та групові дослідницькі завдання, розроблення програми наукового дослідження, аналіз та візуалізація даних, робота з електронними науковими ресурсами, підготовка й захист реферату, презентація результатів дослідницької роботи.