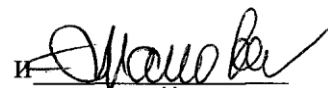


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Факультет економічний
Кафедра маркетингу

Затверджено

На засіданні кафедри маркетингу
економічного факультету
Львівського національного університету
імені Івана Франка (протокол № 1 від 29
серпня 2025р.)

Завідувач кафедри



проф. Євген МАЙОВЕЦЬ

Силабус з навчальної дисципліни

«НАУКОВИЙ СЕМІНАР»,

що вкладається в межах освітньо-наукової програми «МАРКЕТИНГ»

Третього (освітньо - наукового) рівня вищої освіти для здобувачів з
спеціальності D5 «Маркетинг»

Галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»

Львів 2025

Назва курсу	НАУКОВИЙ СЕМІНАР
Адреса викладання курсу	79000, Україна, м. Львів, пр. Свободи, 18, економічний факультет Львівського національного університету імені Івана Франка
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	Кафедра маркетингу Економічний факультет
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	D «Бізнес, адміністрування та право» D5 «Маркетинг»
Викладачі курсу	МАЙОВЕЦЬ Євген Йосифович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу.
Контактна інформація викладачів	yevhen.mayovets@lnu.edu.ua https://econom.lnu.edu.ua/employee/horonzhyj-a-h Сторінка викладача: http://econom.lnu.edu.ua/employee/senyshyn-o-s Робоча адреса: м. Львів, пр. Свободи, 18, каб. 210.
Консультації по курсу відбуваються	Щочетверга, 13:00 – 15:00 год. (адреса економічного факультету: 79000, Україна, м. Львів, пр. Свободи, 18, ауд. 210) Також консультації проводяться в день проведення лекцій (за попередньою домовленістю). Також можливі он-лайн консультації через Skype або подібні ресурси. Для погодження часу он-лайн консультацій слід писати на електронну пошту викладача або дзвонити.
Сторінка курсу	https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2026/01/Sylabus_2025-1.pdf
Інформація про курс	Дисципліна «Науковий семінар» є завершальною нормативною дисципліною для освітньої-наукової програми підготовки доктора філософії з спеціальності D5 «Маркетинг», яка викладається протягом 1-4 року навчання в обсязі 4 кредити (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).
Коротка анотація курсу	Розроблений курс надає аспірантам необхідні знання до оволодіння новітніми методами наукового дослідження і застосування їх на практиці. Структуру і зміст наукового семінару підготовлено з урахуванням специфіки окремої наукової проблематики дослідження аспіранта та передбачає виконання практичних завдань колективного обговорення, наукових дискусій та апробацію отриманих результатів у дисертаційній роботі.
Мета та цілі курсу	Метою наукового семінару є поглиблення знань про сучасні методи наукових досліджень, інвестиційних технологій у сфері теорії і практики маркетингу. Розвиток загальних і фахових компетентностей для здійснення аналітичної та науково-дослідної роботи, кваліфікованому веденні наукових дискусій, оволодіння культурою представлення власних наукових результатів. Основними завданнями вивчення дисципліни «Науковий семінар» є: <ul style="list-style-type: none"> - дослідження сучасних моделей і методів виявлення актуальних наукових проблеми, здійснювати їх теоретико-прикладний аналіз та окреслювати напрями вирішення; - критичний аналіз сучасних методологічних засад та структури теорії наукового пізнання; - вивчення нових підходів до розв'язання теоретико-прикладних проблем маркетинг-менеджмент

	<ul style="list-style-type: none"> - вивчення наукових методів дослідження; - вивчення різновидів та особливостей викладу результатів наукових досліджень. - здобуття теоретичних знань, навичок та компетентностей для генерування нових ідей, розв'язання комплексних проблем; - набуття комунікативних компетентностей для фахового ведення наукових дискусій; - набуття практичних навичок представлення результатів наукових досліджень; - поглиблення теоретичної фахової підготовки; - підвищення рівня професійної майстерності; - вироблення навичок обов'язкового дотримання принципів академічної доброчесності; - вироблення прагнення до саморозвитку, самовдосконалення та відповідальності за новизну наукових досліджень.
<p>Література для вивчення дисципліни</p>	<p>Література :</p> <p>Нормативно - правові акти і нормативні документи:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Закон України «Про наукову і науково-технічну діяльність», №1977-XII, зі змінами від 19 грудня 2006 р. 2. Закон України «Про науково-технічну інформацію», № 3322-XII, зі змінами від 19 квітня 2014 р. 3. Сайт Міністерства освіти і науки України: Атестація кадрів вищої кваліфікації https://mon.gov.ua/ua/tag/atestatsiya-kadriv-vishchoi-kvalifikatsii 4. Наказ Міністерства освіти і науки України «Про затвердження Вимог до оформлення дисертації» http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0155-17 5. Класифікатор професій (КП) станом на 01.10.2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://buhgalter911.com/res/spravochniki/klassifikprofessiy.aspx 6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти: Схвалено сектором вищої освіти Науково-методичної Ради Міністерства освіти і науки України протокол від 29.03.2016 № 3 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mon.gov.ua/ 7. Порядок підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у вищих навчальних закладах (наукових установах): затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 23 березня 2016 р. № 261 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/261-2016-%D0%BF 8. Постанова Кабінету Міністрів України від 12.01.2022 р. № 44 «Про затвердження Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії» 9. Про особливості запровадження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 року № 266: наказ

МОН України від 06.11.2015 № 1151 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1460-15>

10. ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання». URL: <http://lib.pu.if.ua/files/dstu-8302-2015.pdf>

11. Наказ Міністерства освіти і науки України від 23 вересня 2019 р. № 1220 «Про опублікування результатів дисертацій на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук», зі змінами від 22 липня 2022 р.

Наукові праці:

Добронравова І. С. *Методологія та організація наукових досліджень*. Ч. 1. Київ: ВПЦ "Київський університет", 2018. 607 с.

Основна література:

1. Добронравова І. С. *Методологія та організація наукових досліджень*. Ч. 1. Київ: ВПЦ "Київський університет", 2018. 607 с.
2. Крушельницька О. В. *Методологія та організація наукових досліджень: навч. посібник*. К.: Кондор, 2003. 192 с.
3. Кустовська О.В. *Методологія системного підходу до наукових досліджень: Курс лекцій*. Тернопіль: Економічна думка, 2005. 124 с.
4. *Методологія наукових досліджень: навч. посібник* / В. Є. Юринець. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2011. 178 с.
5. *Методологія та організація наукових досліджень [Текст]: конспект лекцій* / Н. Г. Ушакова, Л. О. Мельник; Харк. держ. ун-т харч. та торг. Х.: ХДУХТ, 2010. 89 с.
6. *Методика та організація наукових досліджень: Навч. посіб.* / С. Е. Важинський, Т. І. Щербак. Суми: СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2016. 260 с.
7. *Методика та організація наукових досліджень: Навч. посіб.* / С. Е. Важинський, Т. І. Щербак. Суми: СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2016. 260 с.
8. Бірта Г. О. *Методологія і організація наукових досліджень. [текст]: навч. посіб.* / Г. О. Бірта, Ю.Г. Бургу К.: «Центр учбової літератури», 2014. 142 с.
9. Брикова Т. М. *Основи наукових досліджень [Електронний ресурс]: навч. посібник* / Т. М. Брикова, О. Г. Терешкін. Електрон. дані. Х.: ХДУХТ, 2020.
10. *Основи наукових досліджень: навчальний посібник* / Укл. Кравець Н. П. видання 3-є, випр. і доповнене. К.: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2020. 74 с.
11. Senyshyn O., Kundytskyj O., & Zlydnyk M. CONCEPT OF PRODUCT COMPETITIVENESS MANAGEMENT SYSTEM AND PRINCIPAL SCIENTIFIC APPROACHES TO ITS UNDERSTANDING. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 42(2), 2020. P. 157-170. Retrieved from <https://ejournals.vdu.lt/index.php/mtsrbid/article/view/957> [Видання включено до наукометричної бази *Web of Science, Q4*].
12. Senyshyn O.S., Kundytskyj O.O., Zamroz M.V., Kutsyk P.O., Vasyunyk T.I. State regulation of fixed capital reproduction in Ukraine using taxonomic analysis methodology. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development: scientific journal*. – No 43 (1) . – Lithuania: Vytautas Magnus University, 2021. P. 38-51. Retrieved from

	<p>https://ejournals.vdu.lt/index.php/mtsrbid/article/view/2126. [Видання включено до наукометричної бази <i>Web of Science, Q4</i>].</p> <p>13. Основи наукових досліджень. Курс лекцій. [Електронний ресурс]: навч. посіб. для здобувачів ступеня магістра за спеціальністю 172 Електронні комунікації та радіотехніка / О. Б. Шарпан; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2023. 89 с.</p> <p>14. Mayovets Ye.Yo., Senyshyn O.S., Khich R.Ya. Strategic marketing development of milk processing industry of Ukraine. <i>Формування ринкової економіки в Україні: науковий збірник</i>. Вип. 51. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2024. С. 47-56. [Видання включено до наукометричної бази <i>Index Copernicus International</i>]. http://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/economics/article/view/4437/4880</p> <p>15. Senyshyn O.S., Kundytskyj O.O., Khich R.Ya., Goryn M.O., Chopko N.S., Zamroz M.B. Applying Marketing Strategic Planning Tools to Evaluate the Growth Potential of Ukraine's Dairy Industry. <i>Research on World Agricultural Economy</i>. 2025. Vol. 6 (4). P. [Видання включено до наукометричної бази <i>Scopus, Web of Science, Q3</i>].</p> <p>16. Майовець Є.Й., Хіч Р.Я., Сенишин О.С. Тенденції розвитку маркетингового планування молочної промисловості України. <i>Актуальні тренди розвитку галузевого маркетингу в Україні: монографія; кол. авторів; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. Є.Й. Майовця</i>. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка. 2025. С. 8-62.</p> <p>Додаткова література:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Білуха М.Т. Методологія наукових досліджень: Підручник. К.: АБУ, 2002. – 480 с. 2. Єріна А. М., Захожай В. Б., Єрін Д. Л. Методологія наукових досліджень: Навч. посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 212 с. 3. Ковальчук В.В., Моїсєєв Л.М. Основи наукових досліджень: навчальний посібник. 2-е видання, перероблене і доповнене. К.: ВД «Професіонал», 2004, 208 с. 4. П'ятницька-Позднякова І. С Основи наукових досліджень у вищій школі: Навч. посібник. К., 2003. 116 с. 5. Сімакова О.О., Никифоров Р.П. Основи наукових досліджень. Навчальний посібник. Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. 134 с. 6. Шейко В.М., Кушнарєнко Н. М. Організація та методика науково-дослідницької діяльності: Підручник. К.: Знання, 2004. 307 с. 7. Швець Ф.Д. Методологія та організація наукових досліджень: Навчальний посібник. НУВГП, 2018. – 151 с.
Тривалість курсу	1-7 семестри, 4 кредити, 120 год., залік
Обсяг курсу	64 години аудиторних занять. З них 64 годин семінарських занять та 56 години самостійної роботи.
Очікувані результати навчання	<p>Після завершення цього курсу аспірант буде :</p> <p>знати :</p> <ul style="list-style-type: none"> - основні закономірності та принципи розвитку сучасного міждисциплінарного наукового знання; - основні методологічні засади та елементи структури теорії наукового пізнання - категоріальний апарат методології наукових досліджень;

	<ul style="list-style-type: none"> - методичні та організаційні основи експертної оцінки наукових проєктів та програм; існуючі особливості методики теоретико-прикладного аналізу актуальних наукових проблем. <p>вміти :</p> <ul style="list-style-type: none"> - застосовувати категоріальний апарат методології наукових досліджень. Розуміння системно-синергетичного підходу до розв'язання теоретико-прикладних проблем маркетингової управлінської науки; - здійснювати експертну оцінку наукових проєктів та програм. Здатність до генерування нових наукових ідей та моделей розвитку; - презентувати результати наукових досліджень на наукових семінарах, у виступах на наукових конференціях, участі у наукових дискусіях тощо; - виявляти актуальні наукові проблеми, здійснювати їх теоретико-прикладний аналіз та окреслювати напрями вирішення; - здійснювати власну наукову діяльність, вдосконалювати власні професійні знання, уміння, розвиток особистісних рис наукового дослідника. - <p>Інтегральна компетентність (ІК). Здатність продукувати нові ідеї, розв'язувати комплексні проблеми у галузі управління та адміністрування, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики, застосовувати новітні методології наукової та педагогічної діяльності, здійснювати власні наукові дослідження, результати яких мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення.</p> <p>Загальні компетентності, що набуваються у процесі вивчення цієї дисципліни (ЗК):</p> <p>ЗК01 Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК02. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>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 доброчеснос</p>
	<p>Спеціальні компетентності, що набуваються у процесі вивчення цієї дисципліни (СК):</p> <p>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.</p> <p>СК02. Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та інноваційних розробок українською та іноземною мовами, глибоке розуміння іншомовних наукових текстів за напрямом досліджень.</p> <p>СК03. Здатність застосовувати сучасні методи та інструменти маркетингу, цифрові технології, ресурси та економіко-математичні методи і моделі у науковій та педагогічній діяльності.</p> <p>СК04. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті.</p> <p>СК05. Здатність до провадження науково-організаційної діяльності та управління науково-дослідницькими проєктами.</p> <p>СК06. Здатність критичного переосмислення і розвитку сучасної теорії, методології та практики маркетингу в ході проведення власних оригінальних наукових досліджень.</p> <p>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.</p>

	<p>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.</p> <p>СК09. Здатність виявляти закономірності та тенденції розвитку маркетингової діяльності у різних сферах на засадах поглибленого маркетингового аналізу і прогнозування з використанням сучасних технологій стратегічного управління та економічної безпеки.</p>
	<p>Програмні результати навчання (ПРН):</p> <p>ПРН01. 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.</p> <p>ПРН03. 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.</p> <p>ПРН04. Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій діяльності.</p> <p>ПРН05. 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.</p> <p>ПРН06. 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.</p> <p>ПРН08. Застосовувати сучасні інструменти і технології пошуку, оброблення та аналізу інформації, зокрема методи аналізу даних великого обсягу та/або складної структури, спеціалізовані бази даних та інформаційні системи.</p> <p>ПРН10. Розуміти закономірності розвитку маркетингової діяльності у різних сферах бізнесу, вміти формулювати та застосовувати нові наукові підходи, методи маркетингового аналізу ринків, розробляти стратегічні напрями сталого маркетингу.</p>
Ключові слова	Наукове пізнання, наукові дослідження, методологія наукового дослідження, наукове економічне знання, маркетинг комунікацій, , результати наукових досліджень, інструментарій комплексу маркетингу, маркет-менеджмент.
Формат курсу	Денна/вечірня
	Проведення семінарські заняття та консультації для кращого розуміння тем
Теми	Теми подані у схемі курсу нижче.
Підсумковий контроль, форма	залік у 7 семестрі письмовий
Пререквізити	Для поглибленого вивчення і засвоєння курсу аспіранти потребують базових

	<p>знань з таких дисциплін, як сучасні тенденції в маркетингу, інновації та підприємства, маркетинг знань, маркетинг у сфері освітніх послуг, маркетингові дослідження продовольчого ринку, методологія організації маркетингу у сфері торгівлі..</p>
<p>Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу</p>	<p>Презентація, комплексні модулі та завдання; електронні матеріали з відповідного курсу та інших пов'язаних курсів у системі (платформі) Moodle, колаборативне навчання (групові проекти, спільні розробки), проектно-орієнтоване навчання, дискусія, написання спільних наукових праць та розробок.</p> <p>При вивченні і організації курсу «Науковий семінар» використовуються відповідні методи і стандарти (наукові доповіді, семінари, обговорення проблемного матеріалу)</p>
<p>Необхідне обладнання</p>	<p>Вивчення курсу «Науковий семінар» потребує використання загально вживаних програм і операційних систем та електронних матеріалів платформи Moodle.</p> <p>Персональні комп'ютери, операційні системи, мультимедійний проектор, мережа Інтернет.</p>
<p>Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)</p>	<p>Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням:</p> <ul style="list-style-type: none"> • семінарські заняття: 40 % семестрової оцінки; максимальна кількість балів – 40. • контрольні заміри (модулі): 20 % семестрової оцінки; максимальна кількість балів – 20. • індивідуальне завдання: 20 % семестрової оцінки; максимальна кількість балів – 20. • підсумкове опитування: 20 % семестрової оцінки. Максимальна кількість балів – 20. <p>Підсумкова максимальна кількість балів – 100.</p>
<p>Форма підсумкового контролю</p>	<p><i>Формою підсумкового контролю успішності навчання є залік.</i></p> <p>При викладанні дисципліни «Науковий семінар» використовуються такі методи контролю:</p> <p>Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять й змістових модулів і має за мету перевірку рівня підготовки студента до виконання конкретної роботи. Його інструментами є контрольні роботи і тестування.</p>
<p>Об'єкти поточного контролю</p>	<p>Об'єктами поточного контролю знань студентів з дисципліни «Науковий семінар» є:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) систематичність та активність роботи на лекційних заняттях; 2) виконання модульних (контрольних) завдань; 3) виконання самостійних (індивідуальних) завдань; <p>При оцінці роботи аспіранта на практичних заняттях враховується:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рівень знань, продемонстрований у відповідях на практичних заняттях; - активність при обговоренні дискусійних питань; - результати виконання практичних робіт, завдань поточного контролю тощо. <p>При оцінці виконання модульних (контрольних) завдань враховується</p>

загальний рівень теоретичних знань та практичні навички, набуті студентами під час опанування відповідного змістовного модуля.
 Підсумковий контроль проводиться з метою оцінювання підсумкових результатів навчання і проводиться у формі заліку.

Засоби діагностики успішності навчання

Контроль за навчально-пізнавальною діяльністю студентів є важливим структурним компонентом навчально-виховного процесу. Підсумкове оцінювання знань студентів здійснюється за поточним та проміжним контролем знань протягом семестру.

З метою перевірки якості підготовки, знань, умінь студента з дисципліни використовуються такі засоби оцінювання:

- для поточного контролю - усне опитування, проведення тестування, розв'язування задач, розгляд ситуацій;
- для проміжного контролю – проведення модульного контролю, що включають тестування, теоретичні питання;
- для підсумкового контролю – опитування.

Засоби поточного контролю:

Засоби контролю	Кількість балів
Поточне опитування на семінарських заняттях	40
Тестування за змістовим модулем 1	10
Тестування за змістовим модулем 2	10
Індивідуальне завдання	20

Засоби підсумкового контролю:

Засоби контролю	Кількість балів
	Денна/вечірня
Підсумкове опитування	20

Письмові роботи: Очікується, що студенти виконають індивідуальне письмове завдання за темою дисертаційної роботи..

Академічна доброчесність: Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману.

Відвідання занять є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися усіх строків визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом.

Політика виставлення балів. Враховуються бали набрані на поточному

тестуванні, самостійній роботі та бали підсумкового тестування. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність студента під час практичного заняття; недопустимість пропусків та запізнь на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття в цілях не пов'язаних з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання і т. ін.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
81-89	B	добре	
71-80	C		
61-70	D	задовільно	
51-60	E		
0-50	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання

Література

Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих.

Питання для контролю

Питання до заліку.

1. Методологічні засади наукового пізнання.
2. Структура наукового пізнання.
3. Закономірність розвитку сучасної теорії наукового пізнання.
4. Рівні і форми наукового пізнання.
5. Процес організації наукового дослідження.
6. Предмет і завдання наукового дослідження.
7. Методологічні принципи наукових досліджень.
8. Наукова новизна досліджень
9. Види і етапи досліджень.
10. Класифікація методів досліджень
11. Формування висновків.
12. Побудова моделей науково-практичних задач.
13. Науково-інформаційні пошуки.
14. Наукові знання як системний і складний об'єкт дослідження.
15. Напрями стимулювання мислення.
16. Системно-синергетичний підхід та його роль у розв'язанні теоретико-прикладних проблем.
17. Загальні закономірності та особливості використання методології

	<p>наукового пошуку у маркетингу.</p> <p>18. Генерування нових ідей і новаторство у маркетингу.</p> <p>19. Рівні економічної системи.</p> <p>20. Особливості управління маркетингом на різних рівнях економічної системи.</p> <p>21. Концепція маркетинг-менеджменту.</p> <p>22. Етапи еволюції теорії маркетингу.</p> <p>23. Маркетингове планування організації і контроль.</p> <p>24. Стратегічне і тактичне маркетингове планування.</p> <p>25. Методи збору інформації для вивчення об'єкта маркетингової діяльності.</p> <p>26. Процес організації маркетингових досліджень.</p> <p>27. Методика дослідження, спрямована на виконання стратегічних завдань.</p> <p>28. Методика дослідження, спрямована на виконання тактичних завдань.</p> <p>29. Кількісні та якісні маркетингові дослідження.</p> <p>30. Зміст та особливості оформлення наукових статей.</p> <p>31. Зміст та особливості оформлення монографічної продукції.</p> <p>32. Зміст та особливості оформлення тез конференцій.</p> <p>33. Реферативний виклад матеріалу.</p> <p>34. Оформлення наукового звіту.</p> <p>35. Подання звітів про проведення дослідження.</p> <p>36. Презентація отриманих результатів на різного роду наукових заходах.</p> <p>37. Дисертаційне дослідження як продукт науково-дослідної роботи аспіранта.</p> <p>38. Вимоги до дисертаційного дослідження.</p> <p>39. Технологічні етапи підготовки дисертаційного дослідження.</p> <p>40. Процедура захисту дисертаційної роботи.</p>
Опитування	Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу.
Теми	<p>Тема 1 Наука, як особливий вид діяльності обґрунтування теми дисертаційного дослідження з маркетингу.</p> <p>Тема 2. Суть, цілі і структура наукового дослідження. Основа поняття «наукове дослідження».</p> <p>Тема 3. Категоральний апарат наукового дослідження..</p> <p>Тема 4 Вибір методів наукових досліджень.</p> <p>Тема 5. Формування сучасних моделей маркетингу</p> <p>Тема 6. Методи досліджень процесів і явищ в маркетингу.</p> <p>Тема 7 Порядок та особливості виходу результатів наукових досліджень.</p> <p>Тема 8 Підготовка дисертаційного дослідження з маркетингу до захисту.</p>

Схема Курсу «Науковий Семінар»

Змістовий модуль 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Тема	Семестр	Семінарські заняття	Самостійна робота
<p align="center">ТЕМА 1. НАУКА, ЯК ОСОБЛИВИЙ ВИД ДІЯЛЬНОСТІ ОБГРУНТУВАННЯ ТЕМИ ДИСЕРТАЦІЙНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ З МАРКЕТИНГУ.</p> <p>1. Суть і функції науки та її ефективність у сфері маркетингу Наука як особливий вид знань» Структура науки.. Роль науки для розвитку маркетингу.</p> <p>2. Етапи вибору теми. Постановка наукової теми Опрацювання вихідних документів Розробка структури теми. Відображення сучасних наукових проблем сфери маркетингу.</p> <p>3. Оцінка ступеня розробленості теми Р . що висуваються до теми дисертаційного дослідження. Планування і контроль науково-дослідної роботи Формування стратегічних і річних планів Контроль за виконанням плану науково-дослідної роботи. Академічна доброчесність та етика науковця. <i>Література:</i></p> <p>1. Задорожний З-М.В., Оменунська І.Я., Методика виконання дисертаційної роботи: навч. посібн. Тернопіль: ВПЦ «Університетська думка», 2020. . -130 с. 2. Штефан А.С., Науковий плагіат: співвідношення використання ідеї та форми вираження твору. Теорія і практика інтелектуальної власності, 2016, №4, с. 68-79. 3. Домбровська С.М., Технологія захисту дисертації. Харків: вид-во НУЦЗУ, 2017. с.22</p> <p align="center">ТЕМА 2. СУТЬ, ЦІЛІ І СТРУКТУРА НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ</p> <p align="center">ОСНОВА ПОНЯТТЯ «НАУКОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ»</p> <p>1. Поняття наукового дослідження Суть наукового дослідження Класифікація наукових досліджень. Принципи наукового пізнання. Поняття та рівні методології</p> <p>2. Методи наукового дослідження Теоретичні методи. Емпіричні методи. Спеціальні методи.</p> <p>3. Структура наукового дослідження та логіка його здійснення. Аналіз прийняття рішення про наукове дослідження. Формулювання проблеми. Постановка мети і завдань. Етапи проведення наукового дослідження. Логічні принципи наукового дослідження (послідовність,</p>			

<p>системність, комплексність).</p> <p>4. Подання звіту про результати наукового дослідження.</p> <p style="text-align: center;"><i>Література:</i></p> <p>1. Методологія наукових досліджень : навч. посібник / В. Є. Юринець. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2011. 178 с.</p> <p>2. Senyshyn O., Kundytskyj O., & Zlydnyk M. CONCEPT OF PRODUCT COMPETITIVENESS MANAGEMENT SYSTEM AND PRINCIPAL SCIENTIFIC APPROACHES TO ITS UNDERSTANDING. <i>Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development</i>, 42(2), 2020. P. 157-170. Retrieved</p> <p>3. Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія і методологія; : навч. посібник / Є.Й.Майовець, Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2015. - 450 с.</p> <p>4. Швець Р.Д. Методологія та організація наукових досліджень. навч. посібник. Рівне; НУВГП, 2016, 151с.</p>			
<p style="text-align: center;">ТЕМА 3. КАТЕГОРАЛЬНИЙ АПАРАТ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ.</p> <p>1. Суть поняття «категоральний апарат» Визначення терміна «категоральний апарат» Встановлення вимог до актуальності дослідження. Роль категорій у науковому пізнанні.</p> <p>2. Основні категорії наукової методології. Проблеми наукового дослідження. Мета і завдання дослідження Об'єкт дослідження Методи дослідження. Типові помилки дослідження.</p> <p>3. Наукові положення, їх види. Методи обґрунтування. Форми систематизації знань. Полеміка стосовно різних точок зору на існуючі думки і проблеми</p> <p>4. Класифікація основних і допоміжних категорій методології. Загальнонаукові категорії (форма-зміст, причина-наслідок) Філософські категорії . Теорія і концепція. Система і структура.</p> <p style="text-align: center;"><i>Література:</i></p> <p>1. Добронравова І.С. Методологія і організація наукових досліджень, Ч 1, Київ: ВПЦ Київський університет, 2018. 607с.</p> <p>2. Основи наукових досліджень: навчальний посібник /Укл. Кравець Н. П. видання 3-є, випр. і доповнене. К.: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2020. 74 с.</p>			

<p>3. Майовець Є.Й., Хіч Р.Я., Сенишин О.С. Тенденції розвитку маркетингового планування молочної промисловості України. <i>Актуальні тренди розвитку галузевого маркетингу в Україні: монографія; кол. авторів; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. Є.Й. Майовця.</i> Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка. 2025. С. 8-62.</p>			
<p>ТЕМА 4. ВИБІР МЕТОДІВ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ.</p> <p>1 Поняття методів наукових досліджень та критерії їх вибору</p> <p>Вибір методу Критерії наукового методу. Роль методів у науковому пізнанні явищ процесів Наукова обґрунтованість і достовірність. Практична цінність.</p> <p>2. Класифікація методів наукового аналізу.</p> <p>Загальнофілософські Загальнонаукові Емпіричні Аналізу і синтезу.</p> <p>3. Методи моделювання у наукових дослідженнях.</p> <p>Елементи моделювання. Адекватність моделей. Комп'ютерне моделювання. Системний процесний підхід в моделюванні.</p> <p>4. Типові помилки при виборі методу</p> <p>Некомплексний характер. Однобічність Підміна методу методикою</p> <p style="text-align: center;"><i>Література:</i></p> <p>1. Бірта Г. О. Методологія і організація наукових досліджень. [текст] : навч. посіб. / Г. О. Бірта, Ю.Г. Бургу К. : «Центр учбової літератури», 2014. 142 с.</p> <p>2. Добронравова І.С. Методологія і організація наукових досліджень, Ч 1, Київ: ВПЦ Київський університет, 2018. 607с.</p> <p>2. Бхатачарджи А., Ситник А., . Методологія та організація наукових досліджень: дослідження в соціально=економічних науках. 2-ге вид., перероблене і доповнене. Київ: НТУУ» КПІ ім. Ігоря Сікорського» 2022. 173с.</p>			
<p>Всього</p>			

Змістовий модуль 2.
ОРГАНІЗАЦІЯ НАУКОВИХ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Тема	Семестр	Семінарські заняття	Самостійна робота
<p style="text-align: center;">ТЕМА 5. ФОРМУВАННЯ СУЧАСНИХ МОДЕЛЕЙ МАРКЕТИНГУ.</p> <p>1. Маркетинг та його роль у задоволенні людських потреб Споживча цінність, задоволеність і якість. Роль ринку. Товари і послуги.</p> <p>2. Теоретичні підходи до управління маркетингом. Концепція удосконалення виробництва Концепція удосконалення товару. Концепція інтенсифікації комерційних зусиль Концепція практичного маркетингу Концепція соціально-етичного маркетингу.</p> <p>3. Фактори формування сучасних моделей маркетингу Зростання частки некомерційного маркетингу Бум інформаційних технологій Підвищення ролі соціально-етичного маркетингу Нові сфери застосування маркетингу.</p> <p style="text-align: center;"><i>Література:</i></p> <p>1. Катренко А. В. Системний аналіз об'єктів та процесів комп'ютеризації: Навч. посіб. Львів: Новий світ-2000, 2003. 424 с. 2. Глива С.Р., Передала Х.С., Корпоративна культура: значимість функції та цінності. Економіка і суспільство. 2024, № 61 URL http://journal/article/view/3870/3790 3. Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія і методологія; : навч. посібник / Є.Й.Майовець, Львів: ЛНУ ім/ Івана Франка, 2015 -450 с.</p>			
<p style="text-align: center;">ТЕМА 6. МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕНЬ ПРОЦЕСІВ І ЯВИЩ В МАРКЕТИНГУ.</p> <p>1. Історичні та еволюційні методи та їх застосування в маркетингових дослідженнях Історія поняття «маркетинг» Суть та теорія поняття «комплекс маркетингу» Місце маркетингу на різних етапах розвитку підприємства. Методика державного регулювання підприємницької діяльності.</p> <p>2. Теорія маркетингових досліджень Суть маркетингових досліджень. Основні напрями маркетингових досліджень. Кількість і якість маркетингових досліджень</p> <p>3. Методика маркетингових досліджень в маркетингу. Методологія та інструментарій досліджень. Суб'єкти маркетингових досліджень Методика дослідження, спрямованого на виконання стратегічних завдань Методика дослідження, спрямованого на виконання тактичних завдань</p>			

<p>4. Процес організації маркетингових досліджень Аналіз теоретичних підходів до організації процесу. Визначення проблеми і формування мети Розробка плану досліджень Збір і опрацювання інформації</p> <p style="text-align: center;"><i>Література:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Добронравова І.С. Методологія і організація наукових досліджень, Ч 1, Київ: ВПЦ Київський університет, 2018. 607с. 2. Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія і методологія; : навч. посібник / Є.Й.Майовець, Львів: ЛНУ ім/ Івана Франка, 2015 -450 с. 2. Підготовка до рекламної концепції: з чого почати наступ на споживача? Рішення для брендів. https://gbs.com.ua/ua/blog/1290/ 			
<p>ТЕМА 7. ПОРЯДОК ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИХОДУ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ.</p> <p>1. Види і форми представлення результатів досліджень. Види результатів. Значення результатів для розвитку науки. Форми представлення (усні, електронні)..</p> <p>2.Особливості викладу у наукових публікаціях. Аналітичний огляд Наукова стаття Звіт про НДР Монографія</p> <p>4. Вимоги до змісту і викладу наукових маркетингових досліджень в маркетингу. Обсяги і зміст викладу Якість надання матеріалів Своєчасність і корисність інформації Стандарти оформлення Сучасні тенденції і виклади матеріалу (відкритий доступ до наукових публікацій, міжнародних баз даних, Scopus, web of science/ <i>..Література</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Брикова Т. М. Основи наукових досліджень [Електронний ресурс] : навч. посібник / Т. М. Брикова, О. Г. Терешкін. Електрон. дані. Х. : ХДУХТ, 2020. 2 Стрелкова Г.Г., Федосенко М.М., Замулко А.І., Іщенко О.С. Основи наукових досліджень. Основи наукових досліджень Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 120с. 3. Швець Ф.Д. Методологія та організація наукових досліджень: Навчальний посібник. Рівне, НУВГП, 2016. – 151 с. 			
<p>ТЕМА 8. ПІДГОТОВКА ДИСЕРТАЦІЙНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ З МАРКЕТИНГУ ДО ЗАХИСТУ</p> <p>1. Критерії вибору теми та її актуальність</p>			

<p>Ступінь розробленості теми Інформаційне забезпечення Обґрунтування рекомендацій</p> <p>2. Наукова новизна дисертаційного дослідження</p> <p>Аргументація нових рішень Формування наукової новизни Перспективність, теоретично-методологічна і практична значимість дослідження Обґрунтування пропозицій щодо апробації. Експертиза роботи щодо академічної доброчесності.</p> <p>3. Етапи підготовки дисертації та її структура.</p> <p>Розробка методики дослідження Проведення емпіричного дослідження Структура роботи Вимоги до оформлення дисертаційної роботи Представлення роботи для попереднього захисту Етапи процедури захисту</p> <p style="text-align: center;"><i>Література:</i></p> <p>1. Задорожний З_М. В., Омецінська І.Я., Методика виконання дисертаційної роботи: навч. посібник ,. Тернопіль: ВПУ «Університетська думка». 2020. 130с.</p> <p>2. Конспект лекцій з курсу «Методика виконання дисертаційної роботи (PhD Thesis Prospectus)» для здобувачів наукового ступеня доктора філософії / Укл. І.Я. Омецінська. Тернопіль: ТНЕУ, 2019. 80 с</p> <p>3.Штефан А.С., Науковий плагіат: співвідношення використання ідеї та форми вираження твору. Теорія і практика інтелектуальної власності, 2016, №4, с. 68-79.</p> <p>4. Порядок підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у вищих навчальних закладах (наукових установах) затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 23 березня 2016 р. №26 https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/261-2016-%D0%BF#Text</p>			
Всього			

