

Методологія та організація наукових досліджень

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: надання здобувачам вищої освіти знань і формування вмінь щодо методико-організаційних засад науково-дослідної діяльності.

Основні завдання навчальної дисципліни: формування у здобувачів вищої освіти знань щодо методологічних засад і організації наукової праці, умінь з ефективної та успішної наукової діяльності.

Компетентності:

загальні:

ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

фахові (спеціальні):

ФК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.

ФК 2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.

ФК 2. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.

Програмні результати навчання:

ПРН 2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.

ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Феномен науки. Основні принципи наукового дослідження

Тема 2. Теоретичні аспекти, інструментарій та особливості науки

Тема 3. Вибір напрямку та послідовність наукових досліджень

Тема 4. Методологія та методи наукового дослідження

Тема 5. Наукове мислення в організації та проведенні наукових досліджень

Тема 6. Технологія наукової діяльності

Тема 7. Наукова комунікація та види наукових публікацій

Тема 8. Етика та психологія наукової діяльності

Трудомісткість:

Загальна кількість годин 90 год

Кількість кредитів 3,0

Форма семестрового контролю залік