

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**Кафедра фінансів, банківської справи та страхування**

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
(обов'язкова навчальна дисципліна)

**Методологія та організація наукових досліджень**



Розробники:  
Олексій ЗОРЯ, професор  
кафедри фінансів,  
банківської справи та  
страхування,  
д.е.н., професор



**Полтава 2022 р.**

## Опис навчальної дисципліни та інформація про розробників

<b>Назва навчальної дисципліни</b>	Методологія та організація наукових досліджень
<b>Місце в індивідуальному навчальному плані здобувача вищої освіти</b>	обов'язкова компонента ОПП
<b>Назва структурного підрозділу</b>	Кафедра фінансів, банківської справи та страхування
<b>Контакти дані розробників, які залучені до викладання</b>	<i>Викладач:</i> Зоря Олексій, доктор економічних наук, професор <i>Контакти:</i> ауд. 15 (приміщення деканату обліку та фінансів) <i>e-mail:</i> oleksii.zoria@pdaa.edu.ua
<b>Рівень вищої освіти</b>	Другий (магістерський) рівень
<b>Спеціальність Освітня програма</b>	075 Маркетинг ОПП Маркетинг
<b>Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни</b>	Маркетингові дослідження, Інформаційні системи і технології в маркетингу, Статистика, Менеджмент

### 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:**

ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

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

#### **фахові:**

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

#### **Програмні результати навчання:**

ПРН 2. Вміти адаптовувати 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 економічної 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

### **Зміст навчальної дисципліни**

**Тема 1.** Феномен науки. Основні принципи наукового дослідження.

Наука як форма пізнання світу. Сутність науки, її кумулятивний характер. Предмет, завдання і функції науки. Наука серед інших форм культури. Буденне, релігійне, художнє пізнання. Наука, паранаука, псевдонаука. Специфіка наукового знання порівняно з іншими типами знання. Структура і класифікація наук. Основні принципи наукового пізнання. Поняття методу. Специфіка наукового методу. Співвідношення методології та методики наукового дослідження.

**Тема 2.** Теоретичні аспекти, інструментарій та особливості економічної науки.

Сутність та структура економічної науки. Зміст системи економічних наукових знань та інструментарій економічної науки. Роль економічної науки в суспільстві.

**Тема 3.** Вибір напрямку та послідовність наукових досліджень.

Поняття наукового дослідження. Вибір напрямку і теми наукового дослідження. Визначення предмета і об'єкта дослідження. Мета і завдання дослідження. Порядок здійснення наукового дослідження. Поняття, функції та структура програми дослідження. Послідовність та етапи виконання наукових досліджень. Пошук, накопичення та опрацювання наукової інформації.

**Тема 4.** Методологія та методи наукового дослідження.

Типологія методів наукового пізнання: спеціальні та загальнонаукові. Класифікація та характеристика загальнонаукових методів. Емпіричні методи: спостереження, порівняння, вимірювання, експеримент. Теоретичні методи пізнання: абстрагування, аналіз і синтез, індукція і дедукція, моделювання та ін. Філософські та загальнологічні методи дослідження. Системний аналіз. Особливості застосування методів наукового дослідження.

**Тема 5.** Наукове мислення в організації та проведенні наукових досліджень.

Сутність та особливості наукового мислення. Стил наукового мислення. Управління знаннями. Інтелектуальний капітал. Проблеми формування наукового мислення. Проблемні ситуації в межах наукового дослідження.

**Тема 6.** Технологія наукової діяльності.

Загальна характеристика процесів наукового дослідження. Технологія наукової діяльності. Структура наукового дослідження. Оформлення звітів про результати наукової роботи. Магістерська робота як кваліфікаційне дослідження. Вимоги до магістерської роботи. Технологія підготовки магістерської роботи.

**Тема 7.** Наукова комунікація та види наукових публікацій.

Роль інформації в наукових дослідженнях. Зв'язок дослідницької та інформаційної діяльності. Наукова комунікація та її різновиди. Класифікація наукових досліджень. Види наукових публікацій (монографія, стаття, автореферат). Реферат, анотації, тези, резюме, рецензія як форми подання інформації.

**Тема 8.** Етика та психологія наукової діяльності.

Роль особистості вченого в науці. Етика науки. Проблема свободи та відповідальності вченого. Професійний етос науковця в сучасній Україні. Проблема етично-правового регулювання дослідницької діяльності. Психологія наукової творчості. Організація творчої діяльності дослідника. Психологічні механізми розвитку наукового потенціалу особистості. Мотивація наукової діяльності. Ціннісна навантаженість наукового знання.

### Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Назви тем	Кількість годин			
	денна форма			
	усього	у тому числі		
л		п	с.р.	
Тема 1. Феномен науки. Основні принципи наукового дослідження.	12	2	2	8
Тема 2. Теоретичні аспекти, інструментарій та особливості економічної науки.	12	2	2	8
Тема 3. Вибір напрямку та послідовність наукових досліджень.	12	2	2	8
Тема 4. Методологія та методи наукового дослідження.	12	2	2	8
Тема 5. Наукове мислення в організації та проведенні наукових досліджень.	10	2	2	6
Тема 6. Технологія наукової діяльності.	10	2	2	6
Тема 7. Наукова комунікація та види наукових публікацій.	12	2	2	8
Тема 8. Етика та психологія наукової діяльності.	10	2	-	8
<b>Усього годин</b>	<b>90</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>60</b>

### Оцінювання результатів навчання

#### Форми контролю результатів навчання

Програмні результати навчання	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти					Разом
	Опитування	Виконання вправ на практичних заняттях	Розв'язування тестів	Завдання самостійної роботи	Підсумкова контрольна робота	
<b>Денна форма</b>						
ПРН 2	17	18	5	5	5	50
ПРН 3	18	17	5	5	5	50
Разом	35	35	10	10	10	100

#### Політика виставлення балів

**Форма, шкала та критерії оцінювання результатів навчання при проведенні поточного контролю успішності здобувачів вищої освіти**

Форми контролю знань успішності ЗВО	Шкала та критерії оцінювання результатів навчання
Опитування (передбачено з 1-7 теми для денної форми навчання; 4-5	<b>Денна форма навчання 0-5 бали за кожне питання:</b> - <b>5-4 бали</b> - здобувач вищої освіти надав повну чітку відповідь, що свідчить про вміння адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта; планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і

<p>тема для заочної форми навчання)</p>	<p>обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності;  <b>- 3-2 бал</b> - здобувач вищої освіти надав часткову відповідь, що свідчить про вміння адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта; планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності;  <b>-1 бал</b> – здобувач вищої освіти надав мінімальну відповідь на питання, що свідчить про не достатній рівень вміння адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач; планувати і здійснювати дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ефективні маркетингові рішення;  <b>- 0 балів</b> – студент не надав відповіді на теоретичне питання, що свідчить про відсутність вмінь адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу .</p>
<p>Розв'язування тестів (по 2, 4-6 темах – для денної форми навчання; по 4 та 5 темах для заочної форми навчання)</p>	<p><b>Денна форма навчання 0-2,5 бали:</b>  <b>- 2,5-2 бали</b> - правильне виконання тестових завдань (від 100 до 70 % вірних відповідей), що демонструє вміння адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта; планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності;  <b>- 1 бал</b>- виконання тестових завдань із помилками (від 69 до 40 % вірних відповідей), що демонструє задовільне вміння вміння адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта; планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності;  <b>- 0 балів</b> - студент не виконав правильно тестові завдання, що свідчить про незадовільно мінімальний рівень або відсутність здобутих результатів навчання</p>
<p>Виконання вправ на практичних заняттях (передбачено з 1-7 теми для денної форми навчання; 4-5 тема для заочної форми навчання)</p>	<p><b>Денна форма навчання: 0-5 бали:</b>  <b>- 5-4 бали</b> - правильне виконання, що демонструє вміння адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта; планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності;  <b>- 3-2 бали</b> – розв'язання із незначними помилками, що демонструє достатньо добре вміння адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта; планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень;  <b>- 1 бал</b>- розв'язання із значними помилками в методиці та розв'язках, що демонструє задовільне вміння адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта; планувати і здійснювати</p>

	<p>власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень;  - <b>0 балів</b> - студент не виконав правильно завдання, що не дає можливість оцінити наявність здобутих результатів навчання.</p>
<p>Виконання завдань самостійної роботи (по кожній темі)</p>	<p><b>Денна форма навчання 0-1 бали (для тем 1-6):</b>  - <b>1 бали</b> - правильне виконання, що демонструє вміння адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта; планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності;  - <b>0,5 бали</b> – розв'язання із незначними помилками, що демонструє достатньо добре вміння адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта; планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень;  - <b>0 балів</b> - студент не виконав правильно завдання, що не дає можливість оцінити наявність здобутих результатів навчання  <b>0-2 бали (для тем 7-8):</b>  - <b>2 бали</b> - правильне виконання, що демонструє вміння адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта; планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності;  - <b>1 бал</b>- розв'язання із незначними помилками, що демонструє достатньо добре вміння адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта; планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень;  - <b>0 балів</b> - студент не виконав правильно завдання, що не дає можливість оцінити наявність здобутих результатів навчання.</p>
<p>Підсумкова контрольна робота (для денної форми навчання)</p>	<p><b>Денна форма навчання 0-10 балів:</b>  - <b>10-9 балів</b> - правильне виконання, що демонструє вміння адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта; планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності;  - <b>8-7 балів</b> – в цілому правильне виконання, однак з незначними неточностями, проте достатньо добре вміння адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта; планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності;  - <b>6-5 балів</b> - виконання з допущеними помилками, що демонструє достатньо добре вміння адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта; планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і</p>

	<p>обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності;</p> <p>- <b>4-3 бали</b> – розв’язання задачі із значними помилками, однак, демонструє задовільне вміння адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для вирішення задач ринкового суб’єкта; планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень;</p> <p>- <b>2-1 бал</b> - розв’язання із значними помилками, що демонструє не задовільне вміння адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу; планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень;</p> <p>- <b>0 балів</b> - студент не виконав правильно завдання, що не дає можливість оцінити наявність здобутих результатів навчання</p>
--	--

Форма семестрового контролю знань ЗВО згідно з навчальним планом – залік

### Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назви тем	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти					Разом
	Опитування	Виконання вправ на практичних заняттях	Розв’язування тестів	Самостійна робота	Контрольна робота	
Тема 1. Феномен науки. Основні принципи наукового дослідження.	5	5	-			10
Тема 2. Теоретичні аспекти, інструментарій та особливості економічної науки.	5	5	2,5			12,5
Тема 3. Вибір напрямку та послідовність наукових досліджень.	5	5	-			10
Тема 4. Методологія та методи наукового дослідження.	5	5	2,5			12,5
Тема 5. Наукове мислення в організації та проведенні наукових досліджень.	5	5	2,5			12,5
Тема 6. Технологія наукової діяльності.	5	5	2,5			12,5
Тема 7. Наукова комунікація та види наукових публікацій.	5	5	-			10
Тема 8. Етика та психологія наукової діяльності.	-	-	-			-
Виконання завдань самостійної роботи	-	-	-	10		10
Підсумкова контрольна робота	-	-	-	-	10	10
<b>Разом</b>	<b>35</b>	<b>35</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

1. Протягом семестру здобувачі вищої освіти виконують завдання самостійної роботи по кожній темі навчальної дисципліни (за кожну із 1-ї по 6-ту тему (включно) отримуючи максимум 1 бал, а за 7-8-му тему максимум 2 бали), при цьому бали виставляються сумарно, окремою позицією (максимум 10 балів).

2. В кінці семестру передбачено написання підсумкової контрольної роботи (максимум 10 балів), при цьому бали виставляються окремою позицією.

### **Шкала оцінювання ЄКТС та національна шкала**

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D	задовільно	
60 – 63	E	незадовільно	незараховано
35 – 59	FX		
1 – 34	F		

#### **Трудомісткість:**

Загальна кількість годин – 90 год.

Кількість кредитів – 3,0

Форма семестрового контролю – залік

#### **Політика навчальної дисципліни**

Відвідування занять є обов'язковим. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни здобувач вищої освіти отримує на занятті 0 балів та зобов'язаний відпрацювати таке заняття. Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями у межах встановлених норм. У разі виявлення факту плагіату здобувач вищої освіти отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати його. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (у т. ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.

Документи стосовно академічної доброчесності наведені на сторінці АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ПДАУ: <https://www.pdaa.edu.ua/content/akademichna-dobrochesnist>.

Є можливість визнання результатів навчання, набутих у неформальній / інформальній освіті якщо ці результати отримані перед опануванням даної освітньої компоненти. Набуття відповідних результатів навчання можливе після успішного опанування курсів (з документальним підтвердженням) на різноманітних навчальних платформах, зокрема: Prometheus, Coursera тощо. Особливості неформального / інформального навчання регламентовані Положенням про порядок визнання результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.

#### **Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни:**

Робоча програма, презентації

#### **Рекомендовані джерела інформації:**

##### **Основні**

1. Бабайлов В. К. Методологія наукових досліджень : навч. посіб. Харків. нац. автомоб.-дорож. ун-т. Харків : Бровін О. В., 2019. 148 с.

2. Власенко Т. А., Дудник О. В., Міненко С. І. Зміст та критерії ефективності впровадження результатів наукових досліджень в галузі управління. *Український журнал прикладної економіки*. 2021. Том 6. № 1. С. 8-16.

3. Гуторов О.І. Методологія та організація наукових досліджень : навч. посіб. Харк.



нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва Х. : ХНАУ, 2017. 272 с.

4. Журавель О. В., Мамонтенко Н. С. Наукові основи методології дослідження економічних явищ і процесів інноваційного менеджменту. *Бізнес Інформ*. 2020. № 2. С. 486-491.

5. Євтушенко М. Ю., Хижняк М. І. Методологія та організація наукових досліджень : навч. посіб. К. : ЦУЛ, 2019. 350 с.

6. Малигіна В. Д., Холодова О. Ю., Акімова Л. М. Методологія наукових досліджень : монографія ; Нац. ун-т вод. госп-ва та природокористування. Рівне : НУВГП, 2016. 247 с.

7. 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.

8. Методологія та організація наукових досліджень : навч. посіб. / за ред. І. С. Добронравої (ч. 1), О. В. Руденко (ч. 2). К. : ВПЦ «Київський університет», 2018. 607 с.

9. Муравицька Г. В. Інформація як стратегічний ресурс організації науководослідного процесу. *Науковий вісник «Демократичне врядування»*. [Електронне фахове видання]. 2015. Вип. 15. URL: [http://lvivacademy.com/vidavnitstvo\\_1/visnyk15/fail/Muravytska.pdf](http://lvivacademy.com/vidavnitstvo_1/visnyk15/fail/Muravytska.pdf).

10. Сімахова А. О. Соціальні перспективи розвитку науки та цифрової економіки в Україні. *Соціальна економіка*. 2018. Вип. 56. С. 216-221.

11. Ivashova, L. M., Ivashov, M. F., Kveliashvili, I. M. Methodology of scientific research and system approach in the field of public administration: mechanisms, levers, methods, tools. *Publichne upravlinnia ta mytne administruvannia*. 2020 № 2(25), pp. 11– 19.

12. Pagadala Suganda Devi. *Research Methodology: A Handbook for Beginners*. Notion Press, 2017. 186 p.

#### Допоміжні

1. Бхаттачарджи А., Ситник Н.І. Методологія і організація наукових досліджень: дослідження в соціально-економічних науках : навч. посіб. 2016. 159 с.

2. Бірта Г.О. Методологія і організація наукових досліджень: навч. посіб. К. : ЦУЛ, 2014. 142 с.

3. Важинський С. Є., Щербак Т. І. Методика та організація наукових досліджень: навч. посіб. Суми : СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2016. 260 с.

4. Гуторов О.І. Методологія та організація наукових досліджень: посібник. Харк. нац. аграр. ун-т. Х. : ХНАУ, 2017. 57 с.

5. Дубницький В. І., Науменко Н. Ю., Федулова С. О. Методологія наукових досліджень в інформаційній економіці : навч. посіб. ; [заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Дубинського В. І.] ; Держ. ВНЗ «Укр. держ. хім.-технол. ун-т». Дніпро : ДВНЗ УДХТУ, 2019. 443 с.

6. ДСТУ 8302:2015. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання. Київ: ДП «УкрНДНЦ», 2016. 20 с.

7. Зацерковний В. І., Тішаєв І. В., Демидов В. К. Методологія наукових досліджень : навч. посіб. Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2017. 236 с.

8. Каламбет С.В., Іванов С. І., Півняк Ю. В. Методологія наукових досліджень : навч. посіб. Дн-вськ: Вид-во Маковецький, 2015. 191 с.

9. Кислий В. М. Організація наукових досліджень. К. : Університетська книга, 2018. 224 с.

10. Конверський А. Основи методики та організації наукових досліджень: навч. посібник. К. : ЦУЛ, 2017. 350 с.

11. Краус Н.М. Методологія та організація наукових досліджень: навчально-методичний посібник. Полтава : Оріяна, 2012. 183 с.

12. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Організація наукових досліджень: навч. посіб. К. :

ЦУЛ, 2017. 136 с.

13. Методологія та організація наукових досліджень : навч. посібник / В. М. Михайлов [та ін.]. Х. : ХДУХТ, 2014. 220 с.

#### **Інформаційні ресурси мережі Інтернет**

1. Державна служба статистики України: веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Інформаційно-пошукова система Google Академія. URL: <https://scholar.google.com.ua/>.
3. Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського: веб-сайт. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>.
4. Офіційний веб-сайт Міністерства освіти та науки України: веб-сайт. URL: <https://mon.gov.ua/ua>.
5. Про вищу освіту : Закон України від 01 лип. 2014 р., № 1556-VII / Відомості Верховної ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>.
6. Про наукову і науково-технічну діяльність : Закон України від 26 листоп. 2015 р., № 848-VIII / Відомості Верховної ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/848-19#Text>.