



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**МЕТОДОЛОГІЯ НАУКОВИХ
ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА
ВЛАСНІСТЬ**

Ступінь вищої освіти: магістр

Спеціальність: 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма: Маркетинг

Викладач: Лагодієнко В.В., д.е.н, професор, завідувач кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, Памбук С.А., к.т.н., ст. викл. кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі

Кафедра: Маркетингу, підприємництва і торгівлі, т. 712-41-03

Профайл викладача **Контакт:** e-mail: pambuk@ukr.net,
048-7124103

1. Загальна інформація

Тип дисципліни – обов'язкова

Мова викладання - українська

Навчальна дисципліна викладається на першому курсі у першому семестрі

Кількість кредитів - 4, годин - 120

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	лабораторні	Практичні
денна	40	14	16	10
заочна	18	8	6	4
Самостійна робота, годин	Денна -80		Заочна - 102	

[Розклад занять](#)

2. Анотація навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Методологія наукових досліджень та інтелектуальна власність» є обов'язковою дисципліною. Програма навчальної дисципліни розкриває зміст понять «методологія», «методика», «методи дослідження», надає розуміння науки як дослідження, розглядає конкретно-науковий, загально-науковий та філософський рівні методології. Розглядається структура теоретичного та емпіричного знання в єдності з методами теоретичного та емпіричного дослідження. Дисципліна формує практичні навички у роботі з науковою літературою; ознайомлює з методологією та методами наукових досліджень; розвиває уміння підготовки та написання наукових публікацій.

В курсі також розглядаються основні принципи організації наукового дослідження в сфері маркетингу. Розкривається роль інтелектуальної власності, її місце у гуманітарній та природничій науках. Висвітлюються основи національного та іноземного законодавства у сфері охорони інтелектуальної власності.

3. Мета навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Методологія наукових досліджень та інтелектуальна власність» є ознайомлення з науковими проблемами галузі та формування у студентів базових знань про систему наукових досліджень з метою залучення їх до вирішення наукових завдань і проведення досліджень, а також набуття навичок роботи у наукових колективах; надання навичок роботи з нормативно-правовою базою, що регулює відносини в сфері інтелектуальної власності; виявляти об'єкти права інтелектуальної власності.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- теоретичні та методологічні принципи науки;
- сутність понять і категорій методологій наукових досліджень;
- організацію процесу наукового дослідження;

- види об'єктів наукового дослідження, теоретичні та емпіричні методи дослідження;
- методи пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;
- структуру наукової роботи у закладах вищої освіти, методику її виконання та оформлення;
- систему науково-технічної інформації, види, джерела інформації та режим доступу до неї;
- систему правової охорони інтелектуальної власності в Україні.

вміти:

- вибирати, формулювати та обґрунтовувати тему наукового дослідження;
- використовувати традиційні та сучасні інноваційні методи проведення досліджень;
- оформляти, презентувати та обговорювати результати наукових досліджень;
- інтерпретувати та використовувати одержані результати досліджень у сфері маркетингу;
- визначати та ідентифікувати об'єкти інтелектуальної власності в залежності від існуючої системи класифікації;
- користуватися національною нормативно-правовою базою у сфері інтелектуальної власності.

4. Програмні компетентності та результати навчання за дисципліною

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Методологія наукових досліджень та інтелектуальна власність» здобувач вищої освіти отримує наступні програмні компетентності та програмні результати навчання, які визначені в [освітньо-професійній програмі «Маркетинг»](#) підготовки магістрів за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Загальні компетентності:

- ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.
- ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- ЗК9. Здатність свідомо та соціально відповідально діяти на основі етичних міркувань і принципів академічної доброчесності.
- ЗК10. Навички тайм-менеджменту календарного планування.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

- СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.
- СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.
- СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.
- СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.

Програмні результати навчання:

ПРН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

ПРН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.

ПРН15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

5. Зміст навчальної дисципліни

№ теми	Зміст теми	Години	
		денна ф.н.	заочна ф.н.
Змістовий модуль 1: Методологія наукових досліджень та інтелектуальна власність			
1.	Тема 1 Методи та методологія наукового дослідження. Методологія наукового дослідження. Методи наукового дослідження. Теоретичні методи наукового дослідження. Емпіричні методи наукового дослідження.	2	1
2.	Тема 2 Класифікація та організація наукових дослідних робіт. Класифікація науково-дослідних робіт. Планування наукового дослідження та його зв'язок з комплексними програмами. Структура дослідження. Обґрунтування актуальності. Критерії вибору теми дослідження. Етапи науково дослідної роботи. Теоретичні дослідження. Розробка гіпотези. Організація експериментального дослідження. Напрямки організації робочого часу.	2	1
3.	Тема 3 Математичні методи обробки та аналізу даних Основні поняття й завдання аналізу даних. Описова статистика. Вибірка, стандартне відхилення. Інтерполяція і екстраполяція. Приклад побудови описової статистики в MS Excel.	2	1
4.	Тема 4 Організація дослідницької діяльності з маркетингу. Організація маркетингового дослідження. Фахівці-маркетологи, що виконують маркетингові дослідження: аналітики, інтерв'юери, інтернет-маркетологи, тощо. Бюджетування маркетингового дослідження. Правила розробки технічного завдання та проведення дослідження дослідницькою організацією. Методи вибору дослідницької організації.	2	1
5.	Тема 5 Особливості виконання та оформлення кваліфікаційної роботи магістра. Загальні вимоги до структури та оформлення кваліфікаційних робіт. Цілі та завдання. Анотація. Структура, зміст і обсяг кваліфікаційної роботи. Актуальність, мета і завдання. Об'єкт і предмет дослідження. Розділи кваліфікаційної роботи. Висновки та пропозиції. Список використаних джерел. Додатки. Ілюстративний матеріал. Автореферат кваліфікаційної роботи.	2	1
6.	Тема 6 Види та особливості викладу результатів наукових досліджень Види викладу науково-дослідної продукції. Зміст та особливості оформлення основних видів публікацій. Побудова та властивості УДК.	2	1
7.	Тема 7 Система правової охорони інтелектуальної власності. Загальні поняття про інтелектуальну власність. Міжнародна система охорони інтелектуальної власності. Правова охорона авторських та суміжних прав. Правова охорона об'єктів патентного права. Правова охорона комерційних позначень (засобів індивідуалізації учасників цивільного обігу, товарів та послуг). Захист прав інтелектуальної власності. Захист від недобросовісної конкуренції.	2	2
Загальна кількість годин		14	8

6. Система оцінювання та інформаційні ресурси

Методи навчання: лекції проблемно-орієнтовані; практичні та лабораторні заняття побудовані на розв'язанні і виконанні конкретних завдань щодо наукової діяльності в сфері маркетингу, передбачено виконання індивідуальних та групових завдань, пов'язаних, в тому числі, з підготовкою і оформленням результатів наукових досліджень, їх презентацією та обговоренням. Самостійна робота – підготовка студентів до занять, самостійне опрацювання теоретичного матеріалу, який не виноситься на лекції, виконання індивідуальних завдань.

Види контролю: поточний, підсумковий.

[Нарахування балів](#)

[Інформаційні ресурси](#)

7. Політика навчальної дисципліни

Політика всіх навчальних дисциплін в ОНТУ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, вимог [ISO 9001:2015](#), «[Кодекс академічної доброчесності Одеського національного технологічного університету](#)» та «[Положення про організацію освітнього процесу](#)».

Викладач

ПІДПИСАНО
підпис

Світлана ПАМБУК

Завідувач кафедри

ПІДПИСАНО
підпис

Володимир ЛАГОДІЄНКО