Національний університет
«Острозька академія»

Практика науково-дослідна

(обов'язкова компонента циклу професійної підготовки)

Кредити та кількість годин:	6 кредитів ECTS; - 180 год. ; захист.
Викладач (розробник)	Костецька Ірина Іванівна
Підрозділ та дата затвердження	Кафедра менеджменту та маркетингу № 1 від 27.08.2025
Мова навчання	українська

I. Опис навчальної дисципліни

Практична підготовка є цілісним процесом, який передбачає безперервність та послідовність отримання необхідного обсягу практичних знань та вмінь відповідно до різних освітньо-кваліфікаційних рівнів. Однією з провідних частин наскрізної практичної підготовки студентів вищого навчального закладу є науково-дослідна практика, що є творчим процесом, який вимагає відповідної організації дослідницької праці, володіння сучасними інформаційними технологіями у сфері своєї професійної діяльності, культурою мислення, письмової та усної мови, формує компетентного фахівця у галузі маркетингу.

Передумови вивчення: ОК Стратегічний маркетинг

II. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета науково-дослідної практики – формування у студентів здатності аналізувати та оцінювати стан (ситуацію) за допомогою загальнонаукових, спеціальних та економіко-математичних методів і моделей, виявляти, ставити і вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення в умовах ризику, розробляти дослідницькі проєкти та управляти ними; оцінювати ризики та соціально-економічні наслідки у результаті управлінських рішень; оперативно приймати і реалізовувати нестандартні бізнес-рішення.

Завдання науково-дослідної практики - розвинути та набути у здобувачів освіти такі компетентності:

ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК 11. Здатність працювати в команді.

ЗК 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

СК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

СК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.

СК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб’єктів та визначати особливості функціонування ринків.

СК 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб’єкта в кросфункціональному розрізі.
СК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
СК 16. Здатність проводити економічний аналіз функціонування та розвитку суб’єктів господарювання, оцінку їх конкурентоспроможності.

III. Результати навчанн

ПРН згідно з ОПП	Результати навчання за навчальною дисципліною
ПРН-3.	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
ПРН-5.	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
ПРН-6.	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
ПРН-9.	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

IV. Програма навчальної дисципліни (структура дисципліни)

№	Тема дисципліни
1	Практика проводиться під керівництвом наукового керівника в наукових підрозділах НаУОА. Базою практики може бути кафедра, науковий центр, лабораторія або інший науковий підрозділ університету та інші установи та організації, які проводять науково-дослідні роботи чи здійснюють розробки та мають наукові здобутки у сфері наукової проблематики робіт студентів та при наявності відповідних договорів між установами. Розпочинаючи проходження практики, студент повинен завчасно отримати інструктаж з практики та техніки безпеки на кафедрі. Проведення інструктажу студентів здійснюється під час проведення настановчих зборів. Настановчими зборами передбачається ознайомлення студентів з вимогами до проходження практики та оформлення необхідних документів. Відповідальність за організацію, проведення і контроль науково-дослідної практики студентів в НаУОА покладається безпосередньо на завідувача відповідної кафедри. По завершенню практики студенти здають на кафедру звіт в терміни, визначені кафедрою. Звіт складається індивідуально кожним студентом. Основними складовими звіту є: 1) завершена наукова стаття, яка прорецензована керівником практики та рекомендована до друку (копія опублікованої статті у науковому виданні або на науковому блозі НаУОА); 2) підготовлена доповідь та участь в науковій конференції (копія програми наукової конференції); 3) підготовлена та опублікована теза наукової доповіді (копія збірника тез (матеріалів) наукової конференції); 4) опис виконаної науково-дослідної роботи на базі практики; 5) подана заявка на участь в проекті/конкурсі досліджень/робіт. Переданий на кафедру та зареєстрований у встановленому порядку звіт перевіряється керівником практики від кафедри. Якщо за результатами перевірки звіту виявлено його відповідність вимогам, звіт рекомендується до захисту перед комісією шляхом здійснення напису на титульному аркуші «до захисту» безпосереднім керівником та завіряється його підписом з позначенням дати здійснення підпису.

Зміст програми науково-дослідної практики

№	Тема дисципліни
1.	Визначення проблематики наукового дослідження, обґрунтування його актуальності та мети
2.	Ознайомлення з вимогами до наукової публікації на сайтах НаУОА та інших університетів
3.	Визначення та обґрунтування методології наукового дослідження
4.	Пошук та аналіз літературних джерел з проблематики наукового дослідження
5.	Підготовка основного викладу та висновків за результатами наукового дослідження
6.	Підготовка звіту та презентації до публічного захисту
7.	Публічний захист звіту про практику

V. Критерії оцінювання

Результати проходження практики	Контрольні заходи	Вимоги до виду контролю	Оцінювання
ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. Зокрема: проявляти здатність комплексного аналізу проблем та прийняття рішень щодо розробки та удосконалення маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. Зокрема: ● демонструвати навички здійснення пошуку інформації, аналізу різноманітних її джерел та проводити на цій основі дослідження ефективності маркетингових програм суб'єктів господарювання; ● розуміти та самостійно формувати зміст, структуру і висновки наукових та аналітичних досліджень у галузі маркетингу; володіти загальнонауковими та спеціальними методами дослідження ринків та поведінки споживачів, здійснювати оцінювання конкурентоспроможності продукції та конкурентних переваг підприємства; ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. Зокрема: вміти оцінювати ризики та встановлювати рівень невизначеності при виконанні поставлених завдань, вміння їх письмово формулювати та описати;	Звіт та інші документи	Відповідність звіту за змістом, структурою та оформленням вимогам	80
ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Зокрема: ● виявляти тенденції розвитку явищ та процесів у внутрішньому та зовнішньому середовищі, суб'єктів господарювання; вміння їх письмово формулювати та описати; демонструвати навички самостійного аналізу та встановлення взаємозв'язків між явищами та процесами, що впливають на ефективність маркетингових програм суб'єктів господарювання;	Доповідь та захист практики	Лаконічність та наповненість доповіді, вичерпність, правильність та переконливість відповідей	20

VI. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Положення про організацію освітнього процесу в Національному університеті "Острозька академія"
2. Положення про проведення практики здобувачів вищої освіти Національного університету «Острозька академія». URL: https://www.oa.edu.ua/publik_information/polojennia_praktyka.pdf
3. Мартинович Н.О., Горник В.Г., Бойченко Е.Б. Маркетингові дослідження: навчальний посібник / Н.О. Мартинович, В.Г. Горник, Е.Б. Бойченко. Київ: «Видавництво Людмила», 2021. 323 с.

