СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

Академічне письмо та доброчесність в маркетингу

спеціальність	**075 Маркетинг**	**обов'язковість дисципліни**	**обов'язкова**
освітня програма	**Маркетинг**	**факультет**	**управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю**
освітній рівень	**перший (бакалаврський)**	**кафедра**	**маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом**

ВИКЛАДАЧ

Чміль Ганна Леонідівна



Вища освіта – магістр маркетингу
Науковий ступень – доктор економічних наук, 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності).
Вчене звання - професор кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом.
Досвід роботи – 11 років
Показники професійної активності з тематики курсу:

- співавторка методичних розробок;
- учасниця наукових і методичних конференцій;
- членкиня редакційної колегії наукових журналів;
- членкиня ГО «Українська асоціація маркетингу.

телефон	**+380667954737**	**електронна пошта**	**hannachmil@gmail.com**	**дистанційна підтримка**	**Moodle, Zoom**

До викладання дисципліни долучені: –

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)

Мета	**формування у студентів професійних навичок академічного письма, критичного мислення та етичної поведінки в науковій і практичній діяльності, необхідних для ефективної комунікації, розроблення маркетингових ідей, проведення досліджень і дотримання принципів академічної доброчесності**
Формат	**лекції, практичні заняття, самостійна робота, індивідуальне завдання, командна робота, дискусії**
Деталізація результатів навчання і форм їх контролю	**• знання та розуміння нормативно-правових документів у сфері академічної доброчесності, авторського права та наукової діяльності для розв'язання практичних завдань у маркетингу з дотриманням етичних принципів академічного письма (ЗК04, ЗК14, ЗК15, Р12, Р13, Р15, Р18, Р19) / практичні завдання;** **• здатність критично оцінювати наукові джерела, застосовувати сучасні інструменти академічного письма та дотримуватися принципів академічної доброчесності (ЗК04, Р08, Р12, Р14, Р16) / практичні та індивідуальні завдання, тестування;** **• застосовувати принципи академічної доброчесності, соціальної відповідальності та професійної етики, дотримуватися норм авторського права й відповідально використовувати наукові досягнення у сфері маркетингу (ЗК14, Р13, Р15, Р16, Р18) / практичні та індивідуальні завдання, аналіз ситуацій, тестування;** **• дотримуватися принципів академічної доброчесності та професійної етики, виявляти й запобігати проявам недоброчесної поведінки в маркетинговій діяльності (ЗК15, Р19) / практичні та індивідуальні завдання.**
Обсяг і форми контролю	**4 кредити ECTS (120 годин): 30 годин лекції, 30 годин практичні заняття; поточний контроль; підсумковий контроль – екзамен.**
Вимоги викладача	**вчасне виконання завдань, активність, командна робота, участь в дискусіях**
Умови зарахування	**згідно з навчальним планом**

ВІДПОВІДНІСТЬ СТАНДАРТУ ОСВІТИ І ОСВІТНІЙ ПРОГРАМІ

Компетентності	**ІК. Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.** **ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.** **ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.** **ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.**	**Програмні результати навчання**	**Р8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.** **Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.** **Р13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.** **Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.** **Р15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.** **Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.** **Р18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.** **Р19. Знати основи запобігання корупції, суспільної та академічної доброчесності на рівні, необхідному для формування нетерпимості до корупції та проявів не доброчесної поведінки серед суб'єктів ринку та вміти застосовувати їх в професійній діяльності.**

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ДИСЦИПЛІНИ)					
Розділ 1 Академічне письмо в маркетингу					
Лекція 1-2	**Академічне письмо: основи та жанри наукової комунікації**	**Практичне заняття 1-2 (ПЗ 1-2)**	**Аналіз жанрів наукової комунікації та особливостей академічного тексту в маркетингу**	**Самостійна робота**	**Опрацювання основних принципів академічного письма та вимог до наукового стилю; порівняння структури, призначення й особливостей наукової статті, тез доповіді та аналітичного огляду; аналіз прикладів академічних текстів з маркетингу; визначення характерних ознак наукового викладу; підготовка короткого академічного тексту за обраною маркетинговою проблематикою**
Лекція 3-4	**Пошук і критичне оцінювання наукових джерел у маркетингу**	**ПЗ 3-4**	**Пошук публікацій у Google Scholar та наукових репозитаріях; оцінювання достовірності, актуальності й релевантності джерел**		**Опрацювання стратегій пошуку наукової інформації та використання ключових слів; ознайомлення з можливостями наукових баз даних і репозитаріїв; добір 3–5 наукових публікацій за обраною темою; оцінювання їхньої актуальності, наукової значущості й відповідності дослідницькій проблемі; підготовка анотованого списку джерел із короткою характеристикою змісту та практичної цінності кожної публікації**
Лекція 5-6	**Структура академічного тексту та основи наукового дослідження**	**ПЗ 5-6**	**Формулювання дослідницької проблеми, мети й завдань; побудова логічної структури наукової роботи**		**Визначення теми та обґрунтування актуальності маркетингового дослідження; формулювання проблеми, мети, завдань і дослідницьких питань; визначення об’єкта та предмета дослідження; опрацювання вимог до логічної послідовності структурних елементів наукової роботи; розроблення розгорнутого плану академічного тексту та підготовка вступної частини**
Лекція 7-8	**Академічний стиль, аргументація та редагування текстів**	**ПЗ 7-8**	**Редагування текстів, удосконалення аргументації та перевірка доказовості маркетингових тверджень**		**Опрацювання мовних і стилістичних вимог до академічних текстів; вивчення принципів логічної аргументації та використання наукових доказів; аналіз типових помилок у викладі результатів маркетингових досліджень; виявлення необґрунтованих тверджень і логічних суперечностей; редагування фрагмента наукової роботи з удосконаленням його структури, аргументації та мовного оформлення**
Лекція 9	**Цитування, парафразування та оформлення бібліографічних посилань**	**ПЗ 9**	**Практика цитування, парафразування та оформлення бібліографії за ДСТУ 8302:2015**		**Опрацювання правил прямого й непрямого цитування, парафразування та узагальнення наукових ідей; вивчення вимог ДСТУ 8302:2015 до оформлення бібліографічних посилань; ознайомлення з правилами оформлення DOI, електронних ресурсів, наукових статей і монографій; аналіз типових помилок у цитуванні та бібліографічному описі; підготовка фрагмента академічного тексту з коректними посиланнями й упорядкованим списком використаних джерел**

Розділ 2 Академічна доброчесність і відповідальний маркетинг					
Лекція 10-11	**Академічна доброчесність і запобігання її порушенням**	**ПЗ 10-11**	**Аналіз плагіату, самоплагіату, фабрикації, фальсифікації та недостовірних маркетингових тверджень**	**Самостійна робота**	**Опрацювання законодавчих і внутрішньоуніверситетських документів з академічної доброчесності; вивчення сутності плагіату, самоплагіату, фабрикації, фальсифікації, списування та неправомірного авторства; аналіз прикладів порушень у навчальних і наукових роботах; визначення причин і можливих наслідків недотримання принципів доброчесності; розроблення рекомендацій щодо запобігання порушенням під час підготовки академічних текстів і проведення маркетингових досліджень**
Лекція 12-13	**Доброчесність і дослідницька етика в маркетингових дослідженнях**	**ПЗ 12-13**	**Аналіз етичних дилем, захисту персональних даних і об'єктивності інтерпретації результатів маркетингових досліджень**		**Опрацювання принципів поінформованої згоди, добровільної участі, конфіденційності та захисту персональних даних; вивчення етичних вимог до проведення опитувань, інтерв'ю й досліджень споживчої поведінки; аналіз ситуацій, пов'язаних із маніпулюванням відповідями, вибірковим поданням результатів і конфліктом інтересів; визначення вимог до зберігання та використання дослідницьких даних; підготовка рекомендацій щодо етичної організації маркетингового дослідження**
Лекція 14-15	**Відкрита наука та відповідальне використання цифрових інструментів і ШІ в маркетингу**	**ПЗ 14-15**	**Перевірка фактів і посилань, згенерованих ШІ; аналіз відкритого доступу, достовірності інформації та відповідального використання цифрових інструментів**		**Ознайомлення з принципами відкритої науки, відкритого доступу та використання наукових репозитаріїв; вивчення цифрових інструментів пошуку, систематизації й упорядкування джерел; аналіз можливостей і обмежень застосування ШІ для пошуку інформації, структурування матеріалу, редагування та підготовки академічних текстів; визначення ризиків вигаданих джерел, фактичних помилок, упереджених результатів і порушення авторських прав; розроблення правил відповідального використання ШІ з обов'язковою перевіркою інформації та дотриманням вимог академічної доброчесності**

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література	**1. Шарова Т.М., Шаров С.В., Землянська А.В., Землянський А.М. Академічна доброчесність та академічне письмо : навчальний посібник. Запоріжжя, 2023. 209 с.** **2. Кісельова А.А., Завальська Л.В. Основи академічного письма : навч.-метод. посіб. Одеса : Фенікс, 2023. 69 с.** **3. Кабінет Міністрів України. Про затвердження національного плану щодо відкритої науки : розпорядження від 08.10.2022 № 892-р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/892-2022-%D1%80#Text** **4. Костирко Т.М., Ларенкова С.В., Бондар І.В., Жигалкіна М.С. Академічне письмо : навчальний посібник. Миколаїв : НУК, 2022. 116 с.** **5. Про авторське право і суміжні права : Закон України від 01.12.2022 № 2811-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#Text**	**Методичне забезпечення**	**1. Академічне письмо та доброчесність в маркетингу: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» [Електронний ресурс] / Чміль Г.Л. Х.: ДБТУ, 2024.** **2. Академічне письмо та доброчесність в маркетингу: збірник завдань для практичних занять здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» [Електронний ресурс] / Чміль Г.Л. Х.: ДБТУ, 2024.** **3. Академічне письмо та доброчесність в маркетингу: збірник тестів і завдань для поточного контролю знань здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» [Електронний ресурс] / Чміль Г.Л. Х.: ДБТУ, 2024.**

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2024/01/norm-b-pol-org-op.pdf)

СИСТЕМА		БАЛИ	ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ
Поточне оцінювання	**60 бальна сумарна**	**до 10**	**виконання тестових завдань**
		до 20	**розв'язання практичних і ситуаційних завдань**
		до 30	**виконання індивідуальних і самостійних робіт**
Підсумкове оцінювання	**100 бальна ECTS (стандартна)**	**до 60**	**за результатами роботи в семестрі**
		до 40	**підсумковий контроль (екзамен)**

НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися Кодексу академічної доброчесності Державного біотехнологічного університету (https://library.btu.kharkiv.ua/images/docs/KODEKS%20akademicnoi%20dobrocesnosti.pdf) та вимог, які прописані у Положенні про академічну доброчесність та етику академічних взаємовідносин (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2022/04/norm-b-acad-pol1n.pdf): виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність