СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

Академічне письмо та доброчесність в маркетингу

спеціальність	**D5 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 – 12 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	**5 кредити ECTS (150 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**		**Опрацювання мовних і стилістичних вимог до академічних текстів; вивчення принципів логічної аргументації та використання наукових доказів; аналіз типових помилок у**

			перевірка доказовості маркетингових тверджень		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**		**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 маркетингових дослідженнях**	**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/2025/09/pol-org-op-25rv1.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

Усі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися Кодексу академічної доброчесності ДБТУ та вимог Положення про академічну доброчесність та етику академічних взаємовідносин: виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.