

**Міністерство освіти та науки України
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
Кафедра міжнародної інформації**

Затверджено

Проректор з наукової роботи
та інновацій

Бояр А. О. 
« 23 » 06 2016 р.

Затверджено

Проректор з науково-педагогічної
і навчальної роботи та рекрутації,

проф. Гаврилюк С. В. 
« 23 » 06 2016 р.



ПРОМОЦІЯ НАУКОВОГО ПРОДУКТУ ТА УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ

Робоча програма

нормативної навчальної дисципліни
підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії за усіма
ліцензованими спеціальностями

Луцьк–2016

Робоча програма навчальної дисципліни «Промоція наукового продукту та управління проектами» для підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії. – 2016 р. – 18 с.

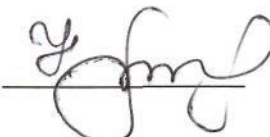
Розробник: Бояр А. О., проректор з наукової роботи та інновацій, доктор економічних наук, професор кафедри міжнародної інформації Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.

Рецензент: Савчук П. П., ректор Луцького національного технічного університету, доктор технічних наук, професор.

Робоча програма навчальної дисципліни затверджена на засіданні кафедри міжнародної інформації, протокол № 10 від 12 травня 2016 р.

Завідувач кафедри:  (Тихомирова Є. Б.)

Робоча програма навчальної дисципліни схвалена науково-методичною комісією факультету міжнародних відносин, протокол № 9 від 13 травня 2016 р.

Голова науково-методичної комісії  (Романюк Н. І.)

Програма навчальної дисципліни схвалена науково-методичною радою університету, протокол № 10 від 15 червня 2016 р.

Програма навчальної дисципліни схвалена науковою радою університету, протокол № 11 від 16 червня 2016 р.

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів: 3	Усі галузі знань, за якими ліцензована аспірантура	Заочна форма навчання
		Нормативна
Модулів: 2	Усі спеціальності, за якими ліцензована аспірантура	Рік підготовки: 2
Змістових модулів: 3		Семестр: 3
		Лекції: 10 год.
		Семінари: 8 год.
Загальна кількість годин: 90		Консультації: 0
		Доктор філософії
	Форма контролю: <u>залік</u>	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Промоція наукового продукту та управління проектами» є формування в аспірантів знань і навичок щодо промоції своїх наукових напрацювань (розробок), а також щодо управління науково-дослідницьким проектом.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Промоція наукового продукту та управління проектами» є формування у слухачів комплексу знань щодо можливостей і механізмів оформлення, представлення, просування і популяризації власних наукових розробок в Україні та світі, управління науковими проектами на усіх етапах їх життєвого циклу, вироблення у здобувачів відповідних практичних навичок.

Згідно з вимогами освітньо-наукової програми аспіранти повинні:

знати:

- способи промоції наукового продукту;
- види наукового продукту;
- критерії якісної та кількісної оцінки наукового продукту;
- алгоритм підготовки і просування наукової публікації;
- джерела фінансування наукових досліджень;
- порядок підготовки науково-дослідних проектних заявок;
- методологію реалізації науково-дослідного проекту;

вміти:

- візуалізувати результати наукової роботи;
- визначати орієнтовний якісний рівень наукового продукту (публікації, розробки, теорії тощо);
- підготувати і оформити науковий продукт;
- забезпечити присутність і доступність завершеного наукового продукту для потенційних користувачів (споживачів) на прийнятних для розробника умовах;
- здійснювати пошук потенційних інвесторів (грантодавців) та партнерів своєї наукової діяльності;
- оформити і подати проектну (грантову) пропозицію.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 90 годин / 3 кредити ECTS.

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Результати наукової діяльності вченого, їх кількісні та якісні характеристики

Тема 1.1. Види результатів наукової діяльності вченого та їх оформлення. Результат наукової діяльності вченого і науковий продукт. Типізація наукових продуктів: літературні твори (публікації), рукописи, науково-технічна (експериментальна) розробка, інтелектуальна власність тощо. Ефективність наукової діяльності вченого. Оцінка роботи вченого. Оцінка якості різних видів наукових продуктів. Прийняття рішення щодо форми представлення (оформлення) наукового продукту.

Тема 1.2. Публікація як одна з головних форм наукового продукту. Види наукових публікацій: монографія, наукова стаття, тези доповіді, автореферат дисертації, препринт, джерелознавча публікація. Типова структура наукової публікації. Фактори рейтинговості наукової публікації. Наукометрія. Наукометричні характеристики якості публікації. Суб'єкти та об'єкти наукометричних оцінок, джерела наукометричної інформації. Наукометричні інструменти. Міжнародні стандарти наукометрії. Переваги та недоліки публікації як однієї з форм наукового продукту.

Тема 1.3. Науково-технічна (технологічна, експериментальна) розробка та інтелектуальна власність як форми наукового продукту. Види науково-технічної діяльності та розробок. Охороноздатність і можливості комерціалізації науково-технічної розробки. Дуалізм науково-технічних розробок і промислової власності. Патентування науково-технічних розробок. Критерії оцінки науково-технічних розробок. Науково-технічні розробки, науково-технологічні парки, стартапи та бізнес-інкубатори.

Класифікація об'єктів права інтелектуальної власності України. Можливості та порядок набуття прав інтелектуальної власності на різні об'єкти: винаходи, корисні моделі, промислові зразки, топографії інтегральних мікросхем, раціоналізаторські пропозиції, комерційні таємниці (ноу-хау), селекційні досягнення, наукові відкриття, об'єкти авторського права. Особливості охорони різних категорій об'єктів права інтелектуальної власності.

Змістовий модуль 2. Способи промоції (просування) наукового продукту

Тема 2.1. Значення та види засобів промоції наукового продукту. Суть та значення промоції наукового продукту вченого у сучасному світі. Загальна характеристика засобів промоції наукового продукту: захист та/або опублікування результатів наукової роботи, представлення на конференційних заходах та виставках, забезпечення присутності і доступності в інтернет-просторі, пошук замовника та/або інвестора (грантодавця), реєстрація (патентування) тощо. Взаємозв'язок між різними видами (засобами) промоції

наукового продукту. Візуалізація результатів наукової роботи і промоція наукового продукту. Авторські права, промоція і реклама наукового продукту.

Тема 2.2. Опублікування як засіб промоції наукового продукту. Вибір наукового журналу чи видавництва для опублікування результатів дослідження. Порядок підготовки публікації до рецензованого видання. Процедура подання і розгляду наукової праці до опублікування і видання різних типів і рівнів (українські фахові, рецензовані та нерецензовані видання, зарубіжні видання, періодичні видання, зареєстровані у наукометричних базах Scopus і Web of Science Core Collection). Можливості просування наукової публікації після її виходу в світ. Електронні публікації: можливості, переваги, недоліки.

Тема 2.3. Інтернет-простір як засіб промоції наукової діяльності вченого і її результатів. Можливості представлення та ідентифікації вченого в Інтернет-просторі: створення та адміністрування власної web-сторінки, створення профіля вченого на платформі Google-академія, в професійних соціальних мережах ResearchGate, LinkedIn, на сайтах установ та організацій, одержання та використання цифрових ідентифікаторів науковця ORCID та ResearcherID. Можливості представлення і популяризації наукового продукту вченого в Інтернет-просторі: інституційні репозитарії закладів та установ, бібліографічні та електронні ресурси бібліотек, web-сторінки наукових журналів, власні сайти тощо. Інституційний репозитарій СНУ імені Лесі Українки. Інтернет-публікації та інтернет-конференції. Інші типи комунікативної взаємодії в Інтернеті (вебінари, блоги, твіти, підкасти тощо).

Тема 2.4. Представлення наукового доробку на заходах конференційного типу та виставках. Види наукових заходів конференційного типу: конференція (міжнародна, науково-практична, наукова, інтернет-конференція тощо), семінар, симпозіум, тренінг та ін. Порядок і форми участі у наукових заходах конференційного типу. Види публічних презентацій та виступів та їх значення. Завдання та функції наукових заходів конференційного типу. Основні риси науковця-оратора. Порядки видання матеріалів конференції. Виставкова діяльність і наука. Види виставок і оформлення експозицій на них.

Тема 2.5. Інші способи промоції наукового продукту вченого. Форми, порядки та способи захисту наукової роботи вченого. Захист наукових робіт на засіданнях спеціалізованих вчених рад при наукових або науково-педагогічних установах як спосіб промоції наукових напрацювань вченого. Популяризація вченого і результатів його діяльності у процесі здобуття і реалізації грантового науково-дослідного проекту. Реєстрація результатів наукової роботи як спосіб промоції. Охоронний документ на об'єкт права інтелектуальної власності як науковий продукт і об'єкт промоції. Наукова публікація і охоронний документ (патент чи свідоцтво). Прозорість патентної інформації. Промоція інтелектуальної власності як передумова комерціалізації наукових розробок. Стажування як спосіб промоції наукового доробку вченого. Промоція наукового продукту через ЗМІ.

Змістовий модуль 3. Управління науковими проектами

Тема 3.1. Основи проектного менеджменту. Види проектів. Вибір проекту. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища проекту. Визначення інвестора (грантодавця). SWOT-аналіз проекту. Розробка декомпозиції робіт проекту (WBS-структури). Формування організаційної структури проектів: побудова організаційної структури проекту (OBS-структури) і визначення ролей і відповідальності учасників проекту. Оцінка тривалості робіт проекту. Планування ресурсів, витрат і проектного бюджету. Визначення вимог до обладнання та матеріальних ресурсів і розрахунок вартості проекту.

Тема 3.2. Наукові проекти: особливості, види, принципи управління. Особливості наукових проектів: некомерційна спрямованість, невизначеність результатів, тривалі терміни реалізації, складність оцінки як планованих, так і фактичних результатів реалізації проектів, необхідність комплексного охоплення предметних галузей і організації інформаційного обміну, відсутність аналогій в ретроспективі тощо. Етапи реалізації науково-дослідного проекту. Використання методики GANTT для планування життєвого циклу проекту. Управління ризиками наукового проекту. Кінцеві результати наукового проекту. Звітування.

Тема 3.3. Практичні аспекти щодо управління науковими проектами. Джерела фінансування наукових проектів: програми МОН України та Державного фонду фундаментальних досліджень, програми ЄС (Горизонт 2020, Еразмус+), урядові програми розвинутих країн світу, ресурси громадських неурядових організацій, академічно-приватне партнерство. Алгоритм та методика підготовки проектних пропозицій (грантової заявки). Особливості створення та розвитку проектних команд у наукових проектах. Технічні та організаційні аспекти реалізації наукового проекту в Україні. Досвід реалізації грантових проектів у Волинській області і Україні.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин			
	Усього	у тому числі		
		Лек.	Сем.	Сам.
1	2	3	4	5
Змістовий модуль 1. Результати наукової діяльності вченого, їх кількісні та якісні характеристики				
Тема 1.1. Види результатів наукової діяльності вченого та їх оформлення	6,5	1	0,5	5
Тема 1.2. Публікація як одна з головних форм наукового продукту	11	1	1	9
Тема 1.3. Науково-технічна (технологічна, експериментальна) розробка та інтелектуальна власність як форми наукового продукту	6,5	1	0,5	5
Разом за змістовим модулем 1	24	3	2	19
Змістовий модуль 2. Способи промоції (просування) наукового продукту				
Тема 2.1. Значення та види засобів промоції наукового продукту	6,5	1	0,5	5
Тема 2.2. Опублікування як засіб промоції наукового продукту	11	1	1	9
Тема 2.3. Інтернет-простір як засіб промоції наукової діяльності вченого і її результатів	10	1	1	8
Тема 2.4. Представлення наукового доробку на заходах конференційного типу та виставках	6	0,5	0,5	5
Тема 2.5. Інші способи промоції наукового продукту вченого	6	0,5	0,5	5
Разом за змістовим модулем 2	39,5	4	3,5	32
Змістовий модуль 3. Управління науковими проектами				
Тема 3.1. Основи проектного менеджменту	6,5	1	0,5	5
Тема 3.2. Наукові проекти: особливості, види, принципи управління	10	1	1	8
Тема 3.3. Практичні аспекти щодо управління науковими проектами	10	1	1	8
Разом за змістовим модулем 3	26,5	3	2,5	21
Усього годин	90	10	8	72

5. Теми семінарських занять

№ з/п	Тема	К-сть годин
1	Види результатів наукової діяльності вченого та їх оформлення 1. Ефективність наукової діяльності вченого. Результат наукової діяльності та науковий продукт. 2. Типізація наукових продуктів: літературні твори (публікації), рукописи, науково-технічна (експериментальна) розробка, інтелектуальна власність тощо. 3. Оцінка роботи вченого та оцінка якості різних видів наукових продуктів. 4. Прийняття рішення щодо форми представлення (оформлення) наукового продукту.	0,5
2	Публікація як одна з головних форм наукового продукту 1. Види наукових публікацій: монографія, наукова стаття, тези доповіді, автореферат дисертації, препринт, джерелознавча публікація. 2. Типова структура наукової публікації. 3. Фактори рейтинговості наукової публікації. 4. Наукометрія. Наукометричні характеристики якості публікації. 5. Переваги та недоліки публікації як однієї з форм наукового продукту.	1
3	Науково-технічна (технологічна, експериментальна) розробка та інтелектуальна власність як форми наукового продукту 1. Види науково-технічної діяльності та розробок. 2. Оцінка якості науково-технічної розробки. 3. Дуалізм науково-технічних розробок і (інтелектуальної) промислової власності. 4. Можливості та порядок набуття прав на різні об'єкти інтелектуальної власності. 5. Особливості охорони різних категорій об'єктів права інтелектуальної власності. 6. Науково-технологічні парки, стартапи та бізнес-інкубатори.	0,5
4	Значення та види засобів промоції наукового продукту 1. Суть та значення промоції наукового продукту вченого у сучасному світі. 2. Загальна характеристика засобів промоції наукового продукту і взаємозв'язок між ними. 3. Візуалізація результатів наукової роботи і промоція наукового продукту.	0,5

	4. Авторські права, промоція і реклама наукового продукту.	
5	Опублікування як засіб промоції наукового продукту 1. Вибір наукового журналу чи видавництва для опублікування результатів дослідження. 2. Порядок підготовки публікації до рецензованого видання. 3. Процедура подання і розгляду наукової праці до опублікування і виданнях різних типів і рівнів. 4. Можливості просування наукової публікації після її виходу в світ. 5. Електронні публікації: можливості, переваги, недоліки.	1
6	Інтернет-простір як засіб промоції наукової діяльності вченого і її результатів 1. Можливості представлення та ідентифікації вченого в Інтернет-просторі: 1.1. Створення та адміністрування власної web-сторінки; 1.2. Створення профіля вченого на Інтернет-платформах (Google-академія і т. п.); 1.3. Одержання та використання цифрових ідентифікаторів науковця ORCID та ResearcherID. 2. Можливості представлення і популяризації наукового продукту вченого в Інтернет-просторі: інституційні репозитарії закладів та установ, бібліографічні та електронні ресурси бібліотек, web-сторінки наукових журналів, власні сайти тощо. 3. Інституційний репозитарій СНУ імені Лесі Українки. 4. Інтернет-публікації та інтернет-конференції.	1
7	Інші способи промоції наукового продукту 1. Представлення наукового доробку на заходах конференційного типу та виставках. 2. Форми, порядки та способи захисту наукової роботи вченого. 3. Популяризація вченого і результатів його діяльності у процесі здобуття і реалізації грантового науково-дослідного проекту. 4. Реєстрація результатів наукової роботи як спосіб промоції.	1
8	Основи проектного менеджменту 1. Види проектів. Вибір проекту. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища проекту. 2. Розробка декомпозиції робіт проекту (WBS-структури). 3. Побудова організаційної структури проекту (OBS-структури). 4. Визначення матеріальних ресурсів і розрахунок вартості проекту.	0,5

9	Наукові проекти: особливості, види, принципи управління 1. Особливості наукових проектів. 2. Етапи реалізації науково-дослідного проекту. 3. Використання методики GANTT для планування життєвого циклу проекту. 4. Управління ризиками наукового проекту. 5. Кінцеві результати наукового проекту та звітування.	1
10	Практичні аспекти щодо управління науковими проектами 1. Джерела фінансування наукових проектів: програми МОН України та Державного фонду фундаментальних досліджень, програми ЄС (Горизонт 2020, Ерасмус+), урядові програми розвинутих країн світу, ресурси громадських неурядових організацій, академічно-приватне партнерство. 2. Алгоритм та методика підготовки проектних пропозицій (грантової заявки). 3. Особливості створення та розвитку проектних команд у наукових проектах. 4. Технічні та організаційні аспекти реалізації наукового проекту в Україні. 5. Досвід реалізації грантових проектів у Волинській області і Україні.	19
	Разом	16

6. Самостійна робота

№ з/п	Тема	К-сть годин
1	Види результатів наукової діяльності вченого та їх оформлення	5
2	Публікація як одна з головних форм наукового продукту	9
3	Науково-технічна (технологічна, експериментальна) розробка та інтелектуальна власність як форми наукового продукту	5
4	Значення та види засобів промоції наукового продукту	5
5	Опублікування як засіб промоції наукового продукту	9
6	Інтернет-простір як засіб промоції наукової діяльності вченого і її результатів	8

7	Представлення наукового доробку на заходах конференційного типу та виставках	5
8	Інші способи промоції наукового продукту вченого	5
9	Основи проектного менеджменту	5
10	Наукові проекти: особливості, види, принципи управління	8
11	Практичні аспекти щодо управління науковими проектами	8
	Разом	72

7. Методи та засоби навчання

Методи навчання: інформаційно-рецептивний; ситуативного дослідження; емпіричного, компаративного, SWOT, прогностичного та інших видів аналізу; ілюстративний; репродуктивний; метод проблемного підходу.

8. Форма підсумкового контролю успішності навчання

Форма підсумкового контролю успішності навчання – залік.

Питання для підготовки до контролю:

1. Проведіть паралелі між двома категоріями «результат наукової діяльності» і «науковий продукт».
2. Назвіть основні види наукових продуктів.
3. Які основні критерії оцінки (ефективності) роботи вченого?
4. Якими чинниками керується вчений при прийнятті рішення щодо форми представлення (оформлення) наукового продукту?
5. Назвіть переваги та недоліки публікації як однієї з форм наукового продукту.
6. Перелічіть види наукових публікацій та ключові відмінності між ними.
7. Що визначає рейтинговість наукової публікації?
8. Що таке наукометрія?
9. Назвіть наукометричні характеристики якості публікації.
10. Хто є суб'єктами та об'єктами наукометричних оцінок? Які джерела наукометричної інформації вам відомі?
11. Назвіть види науково-технічної діяльності та розробок.

- 12.Проведіть паралелі між науково-технічною розробкою і об'єктом (інтелектуальної) промислової власності.
- 13.Чим зумовлюється необхідність патентування науково-технічних розробок?
- 14.Які критерії оцінки науково-технічних розробок?
- 15.Продемонструйте взаємозв'язок між категоріями «науково-технічна розробка», «науково-технологічний парк», «стартап» та «бізнес-інкубатор».
- 16.Назвіть основні об'єкти права інтелектуальної власності України.
- 17.Який порядок набуття прав інтелектуальної власності в Україні та за кордоном?
- 18.Які особливості охорони різних категорій об'єктів права інтелектуальної власності?
- 19.У чому полягає суть та значення промоції наукового продукту вченого?
- 20.Дайте загальну характеристику засобів промоції наукового продукту.
- 21.Продемонструйте взаємозв'язок між різними видами (засобами) промоції наукового продукту.
- 22.Яке значення має візуалізація результатів наукової роботи для промоції наукового продукту? Аргументуйте.
- 23.Чим Ви керуєтесь при виборі наукового журналу чи видавництва для опублікування результатів свого дослідження?
- 24.Окресліть етапи підготовки публікації до рецензованого видання?
- 25.Які існують відмінності між науковими журналами? Чим вони зумовлені?
- 26.Які існують можливості просування наукової публікації після її виходу в світ?
- 27.Що таке електронна публікація? Які її переваги та недоліки?
- 28.Назвіть основні види наукових заходів конференційного типу? Які їх завдання та функції?
- 29.Яка різниця між науково-практичною і науковою конференцією? Між звичайною та інтернет-конференцією?
- 30.Який порядок участі у наукових заходах конференційного типу?
- 31.Які є форми участі у наукових заходах?
- 32.Які є види публічних презентацій та виступів?
- 33.Назвіть основні риси науковця-оратора.
- 34.Який порядок видання матеріалів конференції? Їх значення.
- 35.Висловіть свою думку щодо значення виставкової діяльності для промоції наукового продукту вченого. і наука.
- 36.Які існують можливості представлення та ідентифікації вченого в Інтернет-просторі?
- 37.Які переваги (недоліки) створення власного web-сайту; профіля вченого на платформі Google-академія?
- 38.Що таке професійні соціальні мережі? Їх значення для промоції наукового продукту вченого.
- 39.Який порядок одержання та можливості використання цифрових ідентифікаторів науковця ORCID та ResearcherID?

40. Які способи забезпечення присутності праць вченого в Інтернет-просторі Вам відомі?
41. Що таке інституційний репозитарій? Які можливості промоції діяльності вченого він створює? Інституційний репозитарій СНУ імені Лесі Українки.
42. Які існують форми та способи захисту наукової роботи вченого?
43. Порядок захисту наукових робіт на засіданнях спеціалізованих вчених рад при наукових або науково-педагогічних установах.
44. Які можливості популяризації вченого і результатів його діяльності створює здобуття і реалізація грантового науково-дослідного проекту?
45. Які існують можливості реєстрації результатів наукової роботи вченого в рамках законодавства України про інтелектуальну власність? Переваги реєстрації (патентування).
46. Охоронний документ на об'єкт права інтелектуальної власності як науковий продукт і об'єкт промоції.
47. У чому суть принципу прозорості патентної інформації?
48. Які існують види проектів?
49. Що таке SWOT-аналіз проекту і для чого він здійснюється?
50. Що таке декомпозиція робіт (WBS-структура) проекту?
51. Для чого здійснюється побудова організаційної структури проекту (OBS-структури)?
52. Які принципи лежать в основі планування проектного бюджету?
53. Перелічіть і охарактеризуйте особливості наукових проектів.
54. Охарактеризуйте етапи реалізації науково-дослідного проекту.
55. Що таке діаграма GANTT і для чого вона використовується?
56. Які існують ризики наукового проекту?
57. Які кінцеві результати наукового проекту?
58. Назвіть основні джерела фінансування наукових проектів для українського вченого.
59. Які бюджетні програми МОН України вам відомі?
60. Які існують можливості доступу українських вчених до грантових програм ЄС?
61. Наведіть приклади залучення ресурсів громадських неурядових організацій і приватного капіталу у розвиток наукового потенціалу в Україні.
62. Розкрийте порядок і методику підготовки проектних пропозицій (грантової заявки).
63. Розкрийте технічні та організаційні аспекти реалізації наукового проекту в Україні.
64. Наведіть приклади реалізації грантових проектів у Волинській області і Україні.

9. Методи та засоби діагностики успішності навчання

Методи та засоби діагностики успішності навчання: усне опитування, письмові роботи, контрольні роботи, самостійні роботи, комп'ютерне тестування.

10. Розподіл балів та критерії оцінювання

Оцінювання знань і умінь аспірантів здійснюється за модульно-рейтинговою системою. Максимальна кількість балів, яку аспірант може отримати протягом усього вивчення курсу, становить 100. З них:

- 40 балів за поточне оцінювання (модуль 1);
- 60 балів за підсумкову модульну контрольну роботу (МКР) (модуль 2).

Поточне оцінювання.

Бали поточного оцінювання аспіранти набирають протягом семінарських занять. За виступ на семінарі аспірант може отримати до 5 балів. Доповнення, зауваження та поправки виступів оцінюються за трьохбальною шкалою. Питання до виступаючих та викладача оцінюються у максимум 1 бал. Мінімальний крок оцінювання – 0,5 бала.

Усі набрані кожним з аспірантів за кожен змістовий модуль бали підсумовуються і інтерполюються у прив'язці до максимально можливої зваженої кількості балів, що може бути отримана за кожне семінарське заняття (згідно з таблицею оцінювання). Це робиться за допомогою комп'ютерної програми «Excel» наступним чином. Аспірант з найвищою кількістю набраних балів оцінюється у максимальну кількість балів, а набрані іншими аспірантами бали пропорційно інтерполюються в сторону зменшення.

Підсумкове оцінювання.

Підсумкове оцінювання проводиться у формі комп'ютерного тестування за шкалою від 0 до 60 балів (40 питань, кожне з яких оцінюється у 1,5 бала).

Модуль 1 (поточне оцінювання)				Модуль 2	Загальна кількість балів
Змістові модулі			Σ	Модульна контрольна робота	
1	2	3			
Семінарська тематика 1-3	Семінарська тематика 4-7	Семінарська тематика 8-10			
8	20	12	40	60	100

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90 – 100	A	«Зараховано»
82 – 89	B	
75 – 81	C	
67 – 74	D	
60 – 66	E	
1 – 59	FX	«Незараховано»

Методичне забезпечення

11. Список джерел

1. Бояр А. О. Основи інтелектуальної власності: навч. посіб. – Луцьк: Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2010. – 268 с.
2. Герасименя Н. Н., Шут И. В., Абражевич, С. И., Юрко, А. С. Основы создания конкурентоспособной продукции // Изобретатель. – 2004. – № 11–12. – С. 23–28.
3. Глубокий, С. В. Инструменты промоции в специализированных печатных изданиях и текстовых документах / С.В. Глубокий // Маркетинг: идеи и технологии. – 2012. – Вып.2 (42). – С.32-42.
4. Зинов В. Г. Управление интеллектуальной собственностью. – М. : Дело, 2003. – 512 с.
5. Корягін М. В. Основи наукових досліджень: навч. посіб. / М. В. Корягін, М. Ю. Чік. – К. : Алерта, 2014. – 620 с.
6. Нехорошева Л. Н. Оценка перспектив развития конкурентной борьбы на мировом рынке научно-технической продукции в начале третьего тысячелетия. – Минск: БГЭУ, 2001. – 116 с.
7. Ноздріна Л. В., Ящук В. І., Полотай О. І. Управління проектами: підручник / За заг. ред. Л. В. Ноздріної. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 432 с.
8. Основи методології та організації наукових досліджень: навч. посіб. для студентів, курсантів, аспірантів і ад'юнтів / за ред. А. Є. Конверського. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 352 с.
9. Остапенко Г. Комунікація та комунікативна активність суспільства в добу інтернет-технологій: соціальний аспект // Вісник Книжкової палати. – 2013. – № 9. – С. 1–4.
10. Письменний В. В., Кириленко О. П. Основи наукових досліджень у схемах і таблицях: навчальний посібник. – Тернопіль: ТНЕУ, 2013. – 228 с.

11. Приходченко О. А. Инновационный продукт: особенности его восприятия потребителем // ЭКО. – 2007. – № 2. – С. 173–186.
12. Проектний менеджмент: регіональний зріз: навчальний посібник / За заг. ред. Бутка М. П. [М. П. Бутко, М. І. Мурашко, І. М. Олійченко та ін.]. – К.: «Центр учбової літератури», 2016. – 416 с.
13. Пугачева О. В. Маркетинг инноваций: региональный аспект: монография. – Министерство образования Республики Беларусь, Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины, 2005. – 238 с.
14. П'ятницька-Позднякова І. С. Основи наукових досліджень у вищій школі: навч. посібник. – К.: [б.в.], 2003. – 116 с.
15. Соловьева К. Н. Основы подготовки к научной деятельности и оформление ее результатов. – М.: Академия, 2005. – 100 с.
16. Стратегия экспорта и продвижения научных разработок на рынок. Методические рекомендации по проведению маркетинговой работы и продвижения разработок организаций НАН Беларуси на внутренний и внешний рынок / Под ред. С. М. Дедкова. – Минск: Центр системного анализа и стратегических исследований НАН Беларуси, 2008. – 169 с.
17. Трілленберг В. Проектний менеджмент: конспект лекцій і семінарів. – Тернопіль: Економічна думка, 2001. – 95 с.
18. Управление проектами / Под ред. И. И. Мазура, В. Д. Шапиро. – М.: Омега-Л., 2010. – 960 с.
19. Ястремська О. О. Інтелектуальна власність: навчальний посібник. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2013. – 124 с.
20. Gök A., Rigby J. and Shapira P. The impact of research funding on scientific outputs: Evidence from six smaller European countries // Journal of the Association for Information Science and Technology. – №, 67. – 2016. – P. 715–730. – doi: 10.1002/asi.23406
21. Rigby J. Looking for the impact of peer review: does count of funding acknowledgements really predict research impact? // Scientometrics. - Volume 94, Issue 1. – 2013. – P. 57–73. – DOI: 10.1007/s11192-012-0779-5
22. Science, Technology and Innovation Indicators. Thematic Paper 1. Challenges in measuring the efficiency of national science, technology & innovation systems. - Utrecht, the Netherlands, 2014. – 58 p.

Інтернет-ресурс

1. esnuir.eenu.edu.ua – електронний репозитарій СНУ імені Лесі Українки;
2. <http://eenu.edu.ua/uk/naukovcyu-innovatoru> - сторінка «Науковцю-інноватору» на сайті СНУ імені Лесі Українки;
3. <http://orcid.org/> - цифрова ідентифікація науковця;
4. <http://usw.com.ua/> - сайт «Українські науковці у світі».
5. <http://wokinfo.com/researcherid/> - Цифровий профіль науковця від Web of Science;
6. <http://www.sips.gov.ua/> - Державна служба інтелектуальної власності України;

7. <http://www.ukrpatent.org/> - ДП “Український інститут інтелектуальної власності”;
8. <https://scholar.google.com.ua/> - інформаційно-пошукова платформа Google-академія;
9. <https://www.linkedin.com> - професійна соціальна мережа;
10. <https://www.researchgate.net> – світова інформаційно-комунікаційна платформа для науковців;