

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

СОГЛАСОВАНО

на заседании Учебно-методической комиссии
института
Протокол №8 от «24» апреля 2020 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор ИНЭФБ



Гришин
К.Е.

«29» апреля 2020 г

**ПРОГРАММА НАУЧНОГО СЕМИНАРА
«НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В МАРКЕТИНГЕ:
МЕТОДЫ, СОВРЕМЕННАЯ ПРОБЛЕМАТИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ»**

**Уровень высшего образования:
магистратура**

Направление подготовки (специальность)
38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль) подготовки:
«Маркетинговое управление»

Форма обучения
(очная, заочная)

Для приема: 2020 г.

Уфа - 2020 г.

Составитель / составители: Барлыбаев У.А.

Программа утверждена ученым советом факультета / института: протокол № 8 от «29» апреля 2020 г.

Директор



К.Е. Гришин

Дополнения и изменения, внесенные в программу научного семинара, утверждены на заседании ученого совета факультета / института экономики, финансов и бизнеса,

протокол № 10 от «25» июня 2021 г.

Директор



К.Е. Гришин

Дополнения и изменения, внесенные в программу научного семинара, утверждены на заседании ученого совета факультета / института:

протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Декан/ Директор

/ Ф.И.О./

Дополнения и изменения, внесенные в программу научного семинара, утверждены на заседании ученого совета факультета / института:

протокол № ____ от « ____ » _____ 201 _ г.

Декан/ Директор

/ Ф.И.О./

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Перечень планируемых результатов обучения понаучному семинару, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2.	Место научного семинара в структуре образовательной программы	6
3.	Объем научного семинара	6
4.	Содержание научного семинара	8
5.	Фонд оценочных средств по научному семинару	22
5.1.	Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	22
5.2.	Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	26
6.	Учебно-методическое и информационное обеспечение научного семинара	30
6.1.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для проведения научного семинара	30
6.2.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для проведения научного семинара	30
7.	Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по научному семинару	34

1. Перечень планируемых результатов обучения по научно-исследовательской работе, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Основной целью научного семинара «Научные исследования в маркетинге: методы, современная проблематика и организация» является формирование у магистрантов навыков и компетенций научных коммуникаций, публичного обсуждения результатов своей научно-исследовательской работы на ее различных этапах и возможности обоснования выбора предметной области и темы диссертационной работы.

1.2. Основными задачами научного семинара «Научные исследования в маркетинге: методы, современная проблематика и организация» являются:

- знакомство студентов с проблемными научными областями в государственном управлении экономическим развитием;
- углубление знаний, формирование навыков разработки методологии, организации и проведения научных исследований, освоение методов сбора и анализа данных;
- обсуждение проектов и готовых исследовательских работ студентов;
- формирование у студентов навыков коллективной работы, ведения научной дискуссии и презентации исследовательских результатов;
- развитие практических навыков по организации и проведению научных исследований.

1.3. Компетенции обучающегося, формируемые по результатам научного семинара:

Результаты обучения ¹		Формируемая компетенция (с указанием кода)	Примечание
Знания	1. Знать: основные понятия, методы и модели количественного и качественного анализа процессов управления; методы сбора, обработки и анализа управленческой, маркетинговой и статистической информации	ПК-4 - способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	
	2. Знать: методические основы стратегического анализа поведения экономических агентов, главные принципы и правила управленческого учета и анализа, особенности функционирования рынков в глобальной среде	ПК-5 - владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	
	3. Знать: принципы представления промежуточных и конечных результатов исследования, основные понятия, категории, методы и инструменты, применяемые при анализе и воздействии на внешнюю и внутреннюю среду организации	ПК-7- способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	
	4. Знать: методологию проведения научных исследований; основные этапы и последовательность проведения исследования; способы обоснования актуальности, цели, теоретической и практической значимости результатов исследования	ПК-8 - способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	

Умения	1. Уметь: обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные, проводить количественное прогнозирование и моделирование бизнес-процессов в области менеджмента и маркетинга	ПК-4 - способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	
	2. Уметь: применять методы стратегического анализа в профессиональной деятельности для улучшения деятельности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д., анализировать тенденции в поведении экономических агентов и в изменениях состояния рынков	ПК-5 - владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	
	3. Уметь: отбирать материал и готовить сообщения, доклады, обзоры, научные публикации, иные материалы по собственному научному исследованию, а также готовить презентации к сообщениям; оценивать и интерпретировать полученные результаты, соотносить результаты собственных исследований с другими исследованиями в области менеджмента и маркетинга	ПК-7- способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	
	4. Уметь: обосновывать актуальность избранной темы исследования; обосновывать практическую и теоретическую значимость результатов проведенного исследования	ПК-8 - способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	
Владения (навыки / опыт деятельности)	1. Владеть: навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих и маркетинговых решений	ПК-4 - способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	
	2. Владеть: методами и моделями анализа маркетинговой информации о поведении агентов и рынков в глобальной среде	ПК-5 - владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	
	3. Владеть: навыками письменного и устного представления результатов научного исследования; современными технологиями, способствующими подготовке представления результатов исследования	ПК-7- способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	
	4. Владеть: методами самостоятельного проведения исследований по избранной теме; навыками доказательного объяснения актуальности и практической и теоретической	ПК-8 - способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	

	значимости результатов исследования		
--	-------------------------------------	--	--

2. Место научно-исследовательской работы в структуре образовательной программы

Научный семинар «Научные исследования в маркетинге: методы, современная проблематика и организация» проводится в соответствии с календарным учебным графиком в 1,2,3 семестрах и ориентирован на закрепление изученных и осваиваемых дисциплин учебного плана.

Научный семинар «Научные исследования в маркетинге: методы, современная проблематика и организация» необходим для успешного прохождения практики и государственной итоговой аттестации.

Индекс и наименование предшествующей, текущий дисциплины (модуля)	Индекс и наименование последующей дисциплины (модуля) <i>при наличии</i>
Б1.Б.01 Управленческая экономика	Б2.В.02.02(П)- Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
Б1.Б.02 Методы исследований в менеджменте	Б2.В.02.03(Пд)– Преддипломная практика
Б1.Б.04 Современный стратегический анализ	Б3.Б.01(Д) Подготовка и защита выпускной квалификационной работы
Б1.Б.05 Теория организации и организационное поведение	
Б1.В.02 Стратегический менеджмент (продвинутый уровень)	
Б1.В.03 Маркетинг-менеджмент	
Б1.В.04 Основные управленческие навыки и принятие решений в бизнесе	
Б1.В.05 Технологии маркетинговых исследований	
Б1.В.06 Маркетинговое планирование	
Б1.В.07 Кросс-культурный маркетинг	
Б1.В.08 Международный маркетинг (бизнес исследования)	
Б1.В.ДВ.01.01 Экономическая оценка инвестиций	
Б1.В.ДВ.02.01 Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями	
Б1.В.ДВ.02.02 Управление изменениями	
Б1.В.10 Основы научных исследований	
Б1.В.09 Моделирование маркетинговых решений	
Б2.В.01.01(У)- Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	
Б2.В.02.01(П)- Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (педагогическая практика)	

3. Объем программы научного семинара

Учебным планом по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленность «Маркетинговое управление», предусмотрено проведение научного семинара «Научные исследования в маркетинге: методы, современная проблематика и организация» общей трудоемкостью для всех форм обучения 9 зачетных единиц (324 академических часа).

При очной форме обучения научный семинар проводится в 1,2,3 семестре.

В каждом семестре продолжительность научного семинара «Научные исследования в маркетинге: методы, современная проблематика и организация» по 3 зачетных единицы трудоемкости (108 академических часов), в том числе: аудиторной работы – по 6 часов.

При заочной форме обучения научный семинар проводится в летнюю сессию на 1 курсе, в зимнюю и летнюю сессии на 2 курсе.

Во 2 семестре трудоемкость научного семинара «Научные исследования в маркетинге: методы, современная проблематика и организация» 4 зачетных единицы или 144 академических часа, в том числе аудиторная работа – 4 часа.

В 3 семестре трудоемкость научного семинара «Научные исследования в маркетинге: методы, современная проблематика и организация» составляет 2 зачетные единицы или 72 академических часа, в том числе аудиторная работа – 4 часа.

В 4 семестре трудоемкость научного семинара «Научные исследования в маркетинге: методы, современная проблематика и организация» составляет 3 зачетные единицы или 108 академических часа, в том числе аудиторная работа – 4 часа.

4. Содержание научного семинара

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

научного семинара на 1 семестр

очная
форма обучения

Вид работы	Объем НИР
Общая трудоемкость научного семинара (ЗЕТ / часов)	3/108
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	
лекций	
практических/ семинарских	6
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем)(ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	101,8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	

Форма(ы) контроля:
зачет _____ 1__ семестр

№ п/п	Тема и содержание НИР	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задачи самостоятельной работы студента
		ЛК	ПР/ СЕМ	ЛР	СР		
1	2	3	4	5	6	7	
1.	Тема 1. Методологические основы научного познания в маркетинге. Основные этапы планирования и выполнения магистерской диссертации.		3		50	1-3	<ul style="list-style-type: none"> ● посещение лекций ученых и преподавателей; ● обсуждение научных планов на занятиях; ● работа над вопросами и ответами на вопросы; ● работа над методическими материалами; ● работа с ресурсами ИТ; ● дискуссии по теме исследования; ● работа над исследованием работы магистранта; ● дискуссии по теме исследования магистранта; ● круглый стол; ● диспуты; ● обсуждение научных работ магистрантов.
2	Тема 2. Введение в научные исследования в области маркетинга		3		52		<ul style="list-style-type: none"> ● посещение лекций ученых и преподавателей; ● обсуждение научных планов на занятиях; ● работа над вопросами и ответами на вопросы; ● работа над методическими материалами; ● работа с ресурсами ИТ; ● дискуссии по теме исследования; ● работа над исследованием работы магистранта; ● дискуссии по теме исследования магистранта; ● круглый стол; ● диспуты; ● обсуждение научных работ магистрантов.
Всего часов:					108		

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

научного семинара на 2 семестр

очная

форма обучения

Вид работы	Объем НИР
Общая трудоемкость научного семинара (ЗЕТ / часов)	3/108
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	
лекций	
практических/ семинарских	6
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем)(ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	101,8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	

Форма(ы) контроля:

зачет ____ 2 __ семестр

№ п/ п	Тема и содержание НИР	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельному изучению
		ЛК	ПР/ СЕМ	ЛР	СР		
1.	Тема 3. Современная проблематика исследований в области маркетинга		3		50	1-3	<ul style="list-style-type: none"> ● посещение лекций ведущих у ● обсуждение вынесенных в пл вопросов тем и контрольных во ● работа с учебной и метод ресурсами Интернет; ● дискуссия по концепции и ис работы магистра; ● дискуссии по плану и исс магистерской работы магистра; ● круглый стол; ● диспуты; ● обсуждения результатов п магистрантов и т.д.
2.	Тема 4. Этапы развития научных исследований в области маркетинга		3		52		<ul style="list-style-type: none"> ● посещение лекций ведущих у ● обсуждение вынесенных в пл вопросов тем и контрольных во ● работа с учебной и метод ресурсами Интернет; ● дискуссия по концепции и ис работы магистра; ● дискуссии по плану и исс магистерской работы магистра; ● круглый стол; ● диспуты; ● обсуждения результатов п магистрантов и т.д.
Всего часов:					108		

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

научного семинара на 3 семестр

очная

форма обучения

Вид работы	Объем НИР
Общая трудоемкость научного семинара (ЗЕТ / часов)	3/108
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	
лекций	
практических/ семинарских	6
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем)(ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	101,8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	

Форма(ы) контроля:

зачет _____ 3 _____ семестр

№ п/п	Тема и содержание НИР	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студента
		ЛК	ПР/ СЕМ	ЛР	СР		
1.	Тема 5. Маркетинговый исследовательский проект		3		50	1-3	<ul style="list-style-type: none"> ● посещение лекций ведущими специалистами; ● обсуждение вынесенных на семинар вопросов тем и кейсов; ● работа с учебной и методической литературой, ресурсами Интернет; ● дискуссия по концепции модели работы магистранта; ● дискуссии по плану и содержанию магистерской работы магистранта; ● круглый стол; ● диспуты; ● обсуждения результатов работы магистрантов и т.д.
	Тема 6. Разработка инструментария и процедур сбора данных, общего плана анализа данных		3		52		<ul style="list-style-type: none"> ● посещение лекций ведущими специалистами; ● обсуждение вынесенных на семинар вопросов тем и кейсов; ● работа с учебной и методической литературой, ресурсами Интернет; ● дискуссия по концепции модели работы магистранта; ● дискуссии по плану и содержанию магистерской работы магистранта; ● круглый стол; ● диспуты; ● обсуждения результатов работы магистрантов и т.д.
	Всего часов:				108		

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

научного семинара на 2 семестр

заочная
форма обучения

Вид работы	Объем НИР
Общая трудоемкость научного семинара (ЗЕТ / часов)	4/144
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	
лекций	
практических/ семинарских	4
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем)(ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	135,8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	4

Форма(ы) контроля:
зачет _____ 2 __ семестр

№ п/п	Тема и содержание НИР	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задачи самостоятельной работы
		ЛК	ПР/ СЕМ	ЛР	СР		
1	2	3	4	5	6	7	
1.	Тема 1. Методологические основы научного познания в маркетинге. Основные этапы планирования и выполнения магистерской диссертации.		2		68	1-3	<ul style="list-style-type: none"> ● посещение лекций ученых и преподавателей; ● обсуждение научных планов на занятиях; ● работа над вопросами и ответами на вопросы; ● работа над методическими рекомендациями; ● дискуссии по теме исследования; ● дискуссии по теме работы магистрантов; ● дискуссии по теме магистерской диссертации; ● круглый стол; ● диспуты; ● обсуждение научных работ магистрантов.
2	Тема 2. Введение в научные исследования в области маркетинга		2		68		<ul style="list-style-type: none"> ● посещение лекций ученых и преподавателей; ● обсуждение научных планов на занятиях; ● работа над вопросами и ответами на вопросы; ● работа над методическими рекомендациями; ● дискуссии по теме исследования; ● дискуссии по теме работы магистрантов; ● дискуссии по теме магистерской диссертации; ● круглый стол; ● диспуты; ● обсуждение научных работ магистрантов.
Всего часов:					144		

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

научного семинара на 3 семестр

заочная
форма обучения

Вид работы	Объем НИР
Общая трудоемкость научного семинара (ЗЕТ / часов)	2/72
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	
лекций	
практических/ семинарских	4
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем)(ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	63,8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	4

Форма(ы) контроля:
зачет ____ 3 __ семестр

№ п/п	Тема и содержание НИР	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР		
1.	Тема 3. Современная проблематика исследований в области маркетинга		2		30	1-3	<ul style="list-style-type: none"> ● посещение лекций ведущих ученых и практиков ● обсуждение вынесенных в планах научного семинара контрольных вопросов; ● работа с учебной и методической литературой, ● дискуссия по концепции и исследовательской модели ● дискуссии по плану и исследовательской модели магистранта; ● круглый стол; ● диспуты; ● обсуждения результатов научных исследований
2.	Тема 4. Этапы развития научных исследований в области маркетинга		2		33,8		<ul style="list-style-type: none"> ● посещение лекций ведущих ученых и практиков ● обсуждение вынесенных в планах научного семинара контрольных вопросов; ● работа с учебной и методической литературой, ● дискуссия по концепции и исследовательской модели ● дискуссии по плану и исследовательской модели магистранта; ● круглый стол; ● диспуты; ● обсуждения результатов научных исследований
	Всего часов:				72		

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

научного семинара на 4 семестр

заочная
форма обучения

Вид работы	Объем НИР
Общая трудоемкость научного семинара (ЗЕТ / часов)	3/108
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	
лекций	
практических/ семинарских	4
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем)(ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	99,8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	4

Форма(ы) контроля:

зачет ____ 4 __ семестр

№ п/п	Тема и содержание НИР	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР		
1.	Тема 5. Маркетинговый исследовательский проект		2		48	1-3	<ul style="list-style-type: none"> ● посещение лекций ведущих ученых и п ● обсуждение вынесенных в планах вопросов тем и контрольных вопросов; ● работа с учебной и методической литературе Интернет; ● дискуссия по концепции и исследованию работы магистра; ● дискуссии по плану и исследованию магистерской работы магистра; ● круглый стол; ● диспуты; ● обсуждения результатов научной работы магистрантов и т.д.
2.	Тема 6. Разработка инструментария и процедур сбора данных, общего плана анализа данных		2		51,8		<ul style="list-style-type: none"> ● посещение лекций ведущих ученых и п ● обсуждение вынесенных в планах вопросов тем и контрольных вопросов; ● работа с учебной и методической литературе Интернет; ● дискуссия по концепции и исследованию работы магистра; ● дискуссии по плану и исследованию магистерской работы магистра; ● круглый стол; ● диспуты; ● обсуждения результатов научной работы магистрантов и т.д.
	Всего часов:				108		

5. Фонд оценочных средств по научному семинару

5.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

ПК-4 - способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания р
		Незачтено
Первый этап (уровень)	Знать: основные понятия, методы и модели количественного и качественного анализа процессов управления; методы сбора, обработки и анализа управленческой, маркетинговой и статистической информации	Отсутствие или фрагментарные представления об основных понятиях, методах и моделях количественного и качественного анализа процессов управления; методах сбора, обработки и анализа управленческой, маркетинговой и статистической информации
Второй этап (уровень)	Уметь: обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные, проводить количественное прогнозирование и моделирование бизнес-процессов в области менеджмента и маркетинга	Отсутствие или фрагментарные умения обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные, проводить количественное прогнозирование и моделирование бизнес-процессов в области менеджмента и маркетинга
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих и маркетинговых решений	Отсутствие или фрагментарные навыки количественного и качественного анализа для принятия управленческих и маркетинговых решений

ПК-5 - владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания р
		Незачтено
Первый этап (уровень)	Знать: методические основы стратегического анализа поведения экономических агентов, главные принципы и правила управленческого учета и анализа, особенности функционирования рынков в глобальной среде	Отсутствие или фрагментарные представления о методических основах стратегического анализа поведения экономических агентов, главных принципах и правилах управленческого учета и анализа, особенностях функционирования рынков в глобальной среде
Второй этап (уровень)	Уметь: применять методы стратегического анализа в профессиональной деятельности	Отсутствие или фрагментарные умения применять методы стратегического

	для улучшения деятельности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д., анализировать тенденции в поведении экономических агентов и в изменениях состояния рынков	анализа в профессиональной деятельности для улучшения деятельности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д., анализировать тенденции в поведении экономических агентов и в изменениях состояния рынков
Третий этап (уровень)	Владеть: методами и моделями анализа маркетинговой информации о поведении агентов и рынков в глобальной среде	Отсутствие или фрагментарные владение методами и моделями анализа маркетинговой информации о поведении агентов и рынков в глобальной среде

ПК-7- способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания р
		Незачтено
Первый этап (уровень)	Знать: принципы представления промежуточных и конечных результатов исследования, основные понятия, категории, методы и инструменты, применяемые при анализе и воздействии на внешнюю и внутреннюю среду организации	Отсутствие или фрагментарные представления об основных принципах представления промежуточных и конечных результатов исследования, основных понятиях, категориях, методах и инструментах, применяемых при анализе и воздействии на внешнюю и внутреннюю среду организации
Второй этап (уровень)	Уметь: отбирать материал и готовить сообщения, доклады, обзоры, научные публикации, иные материалы по собственному научному исследованию, а также готовить презентации к сообщениям; оценивать и интерпретировать полученные результаты, соотносить результаты собственных исследований с другими исследованиями в области менеджмента и маркетинга	Отсутствие или фрагментарные умения отбирать материал и готовить сообщения, доклады, обзоры, научные публикации, иные материалы по собственному научному исследованию, а также готовить презентации к сообщениям; оценивать и интерпретировать полученные результаты, соотносить результаты собственных исследований с другими исследованиями в области менеджмента и маркетинга
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками письменного и устного представления результатов научного исследования; современными технологиями, способствующими подготовке представления результатов исследования	Отсутствие или фрагментарные владение навыками письменного и устного представления результатов научного исследования; современными технологиями, способствующими подготовке представления результатов исследования

ПК-8 - способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания р
		Незачтено
Первый этап (уровень)	Знать: методологию проведения научных исследований; основные этапы и последовательность проведения исследования; способы обоснования актуальности, цели, теоретической и практической значимости результатов исследования	Отсутствие или фрагментарные представления о методологии проведения научных исследований; основных этапах и последовательности проведения исследования; способах обоснования актуальности, цели, теоретической и практической значимости результатов исследования
Второй этап (уровень)	Уметь: обосновывать актуальность избранной темы исследования; обосновывать практическую и теоретическую значимость результатов проведенного исследования	Отсутствие или фрагментарные умения обосновывать актуальность избранной темы исследования; обосновывать практическую и теоретическую значимость результатов проведенного исследования
Третий этап (уровень)	Владеть: методами самостоятельного проведения исследований по избранной теме; навыками доказательного объяснения актуальности и практической и теоретической значимости результатов исследования	Отсутствие или фрагментарные владение методами самостоятельного проведения исследований по избранной теме; навыками доказательного объяснения актуальности и практической и теоретической значимости результатов исследования

5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
1-й этап Знания	1. Знать: основные понятия, методы и модели количественного и качественного анализа процессов управления; методы сбора, обработки и анализа управленческой, маркетинговой и статистической информации	ПК-4	Вопросы (задания) для обсуждения на практических занятиях, вопросы к зачету
	2. Знать: методические основы стратегического анализа поведения экономических агентов, главные принципы и правила управленческого учета и анализа, особенности функционирования рынков в глобальной среде	ПК-5	Вопросы (задания) для обсуждения на практических занятиях, вопросы к зачету
	7. Знать: принципы представления промежуточных и конечных результатов исследования, основные понятия, категории, методы и инструменты, применяемые при анализе и воздействии на внешнюю и внутреннюю среду организации	ПК-7	Вопросы (задания) для обсуждения на практических занятиях, вопросы к зачету
	8. Знать: методологию проведения научных исследований; основные этапы и последовательность проведения исследования; способы обоснования актуальности, цели, теоретической и практической значимости результатов исследования	ПК-8	Вопросы (задания) для обсуждения на практических занятиях, вопросы к зачету
2-й этап Умения	5. Уметь: обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные, проводить количественное прогнозирование и моделирование бизнес-процессов в области менеджмента и маркетинга	ПК-4	презентация (доклад) результатов самостоятельной работы магистра по заданию руководителя научного семинара для последующего обучения
	6. Уметь: применять методы стратегического анализа в профессиональной деятельности для улучшения деятельности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д., анализировать тенденции в поведении экономических агентов и в изменениях состояния рынков	ПК-5	презентация (доклад) результатов самостоятельной работы магистра по заданию руководителя научного семинара для последующего обучения; диспут; дискуссия
	7. Уметь: отбирать материал и готовить сообщения, доклады, обзоры, научные публикации, иные материалы по собственному научному исследованию, а также готовить презентации к сообщениям; оценивать и интерпретировать полученные	ПК-7	презентация (доклад) результатов самостоятельной работы магистра по заданию руководителя научного семинара для последующего обучения, круглый стол; диспут; дискуссия

	результаты, соотносить результаты собственных исследований с другими исследованиями в области менеджмента и маркетинга		
	8. Уметь: обосновывать актуальность избранной темы исследования; обосновывать практическую и теоретическую значимость результатов проведенного исследования	ПК-8	круглый стол; диспут; дискуссия
3-й этап Владеть навыками	1. Владеть: навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих и маркетинговых решений	ПК-4	презентация (доклад) результатов самостоятельной работы магистра по заданию руководителя научного семинара для последующего обучения, статья
	2. Владеть: методами и моделями анализа маркетинговой информации о поведении агентов и рынков в глобальной среде	ПК-5	презентация (доклад) результатов самостоятельной работы магистра по заданию руководителя научного семинара для последующего обучения, статья
	3. Владеть: навыками письменного и устного представления результатов научного исследования; современными технологиями, способствующими подготовке представления результатов исследования	ПК-7	презентация (доклад) результатов самостоятельной работы магистра по заданию руководителя научного семинара для последующего обучения, статья; круглый стол, дискуссия
	4. Владеть: методами самостоятельного проведения исследований по избранной теме; навыками доказательного объяснения актуальности и практической и теоретической значимости результатов исследования	ПК-8	Отчет: Концепция магистерской диссертации; статья; диспут; дискуссия

Вопросы к зачету:

1. Почему основы проведения научных исследований необходимо изучать магистранту?
2. Как вы себе представляете последовательность выполнения научно-исследовательской работы?
3. Что такое «целесолагание»? Как взаимосвязаны цель и задачи исследования? Что такое объект и предмет исследования? Кто выступает в качестве субъекта исследования?
4. Процесс определения научной проблемы маркетингового исследования и разработки подхода.
5. Классификация планов маркетингового исследования.
6. Основные научные направления в менеджменте и маркетинге.
7. Научная парадигма маркетинга: истоки и современное понимание. Парадигмы и структура научного сообщества.
8. Современные исследовательские приоритеты в маркетинге.
9. Развитие маркетинга как области знаний в XX- начале XXI вв. От маркетинга как системы поддержки текущих продаж к маркетингу как основе долгосрочного роста фирмы и ее стоимости.
10. Изменение моделей конкуренции и поведения потребителей как причины смены парадигм маркетинга.
11. Что такое метод исследования? Чем отличаются теоретические и эмпирические методы исследования? Опишите элементы исследовательской программы, дайте их характеристику.
12. Классификация информации в маркетинговом исследовании. Перечислите основные

- источники социально-экономической информации и их характеристики.
13. Понятие и классификация маркетинговых исследований.
 14. Качественные методы маркетинговых исследований и возможности их применения в магистерской диссертации.
 15. Опишите сущность системного подхода. Раскройте смысл факторного анализа.
 16. В чем суть, и в каких случаях эффективен метод экспертных оценок? Что такое анкетный опрос, в чем суть метода? Процесс разработки анкеты.
 17. Процесс выборочного наблюдения. Методы выборки. Определение объема выборки с помощью среднего и доли.
 18. Что такое метод картографического анализа, графоаналитический метод?
 19. Процесс организации и проведения маркетинговых исследований.
 20. Аналитические процедуры в маркетинговых исследованиях: определение ценовой эластичности; измерение здоровья бренда, определение ключевых потребительских характеристик, расчет чистого индекса промютера как один из индикаторов лояльности.

Вопросы (задания) для обсуждения на практических занятиях

Тема 1. Методологические основы научного познания в маркетинге. Основные этапы планирования и выполнения магистерской диссертации.

Методологические основы научного познания. Наука и ее роль в современном обществе. Процесс научного исследования. Основные понятия научного познания: исследование, логика, концепция, гипотеза, информация, системный подход, синергия, объект и предмет исследования, научная проблема, парадигма, суждение, теория, понятие, принцип, объект, умозаключение, методология, научная идея, термин, анализ, цель научного исследования, наука, мышление, закон, метод. Особенности социально-экономических систем. Виды научных исследований: теоретические и экспериментальные. Уровни научных исследований: эмпирический, теоретический, экспериментально-теоретический. Цели и задачи теоретического исследования. Математические методы в исследованиях. Классификация, типы экспериментов, обработка результатов эксперимента. Виды магистерских диссертаций. Эмпирическое исследование – выдвижение одной или нескольких гипотез относительно предмета или объекта исследования, сбор данных, их обработка и анализ. Выдвигаемые гипотезы могут быть заимствованы из работ, в которых рассматривается схожая проблема. Методологическая работа – разработка методики решения управленческих задач или совершенствование аналитического инструментария исследования. Исследовательская работа – изучение, эксперимент, проверка теории в целях получения научных знаний о структуре, свойствах и закономерностях изучаемого объекта, явления. Консультационный проект или прикладная работа – решение практической задачи, стоящей перед конкретной организацией, выработка практических рекомендаций.

Основные этапы планирования и выполнения магистерской диссертации. Требования к магистерской диссертации, структура диссертации и содержание разделов. Построение теоретических положений диссертации. Формулирование научных выводов. Актуальная проблема, стоящая перед конкретным объектом (компанией, отраслью, регионом, страной и т.п.). Поиск решений аналогичных задач в теории и на практике. Анализ литературы и формулировка собственного подхода к решению задачи. Аналитика внутреннего и внешнего окружения. Собственно решение задачи. Анализ результатов и последствий. Формулировка исследовательских проблем. Разработка конкретных алгоритмов (способов, методов) решения управленческих задач.

Критерии оценки диссертации: сформулированность целей и задач работы; точность названия и полнота раскрытия заявленной темы; соответствие названия, заявленных целей и задач содержанию работы, обоснованность выбора темы, актуальность темы исследования, логика исследования; последовательность и названия разделов, глав, параграфов и

подпараграфов; качество оформления введения и заключения работы, органичность работы: взаимосвязь между частями работы, теоретической и практической сторонами исследования; отсутствие логических перекосов в пользу отдельных вопросов. Качество содержания работы: умение выделить, понять и грамотно изложить определенную проблему, предложить варианты ее решения; самостоятельность, проявленная при обработке и анализе изучаемой литературы, т.е. отсутствие значительных объемов прямого цитирования; отсутствие фактических, логических, орфографических и грамматических ошибок; соблюдение стиля научной работы; актуальность содержания. Обоснование темы диссертации. Классики менеджмента и маркетинга.

Тема 2. Введение в научные исследования в области маркетинга.

Цели и задачи научного семинара. Научный семинар и его роль в подготовке магистра по направлению «Менеджмент», направленность «Маркетинговое управление». Концепция научного семинара кафедры.

Понятие научной парадигмы, его истоки и современное понимание. Парадигмы и структура научного сообщества. К вопросу о новой научной парадигме маркетинга.

Дискуссия: Маркетинг услуг - новая доминирующая логика маркетинга: pro и contra.

Современные исследовательские приоритеты в маркетинге.

Тема 3. Современная проблематика исследований в области маркетинга

Выступления преподавателей кафедры и приглашенных лекторов по трем тематическим направлениям: профориентационные лекции, презентация исследований, презентация применения современных методов сбора и анализа данных. Современные зарубежные и российские научные журналы и отражение в них актуальных проблем маркетинга.

Тема 4. Этапы развития научных исследований в области маркетинга.

Развитие маркетинга как области знаний в XX- начале XXI вв. От маркетинга как системы поддержки текущих продаж к маркетингу как основе долгосрочного роста фирмы и ее стоимости. Изменение моделей конкуренции и поведения потребителей как причины смены парадигм маркетинга.

Требования к научным исследованиям и публикациям в области маркетинга. Типовая структура научной статьи.

Тема 5. Маркетинговый исследовательский проект.

Обзор основных качественных методов маркетинговых исследований. Возможности их применения в магистерской диссертации. Проведение фокус-групп с участием студентов.

Аналитические процедуры в маркетинговых исследованиях: определение ценовой эластичности; измерение здоровья бренда, определение ключевых потребительских характеристик, расчет чистого индекса промоутера как один из индикаторов лояльности.

Тема 6. Разработка инструментария и процедур сбора данных, общего плана анализа данных.

Методология количественного подхода к анализу данных. Обсуждение различных методов анализа, преимущества и недостатки, границы применимости. Доступные источники статистических и вторичных данных. Основные стратегии качественного исследования. Методы полевой работы. Проблема выборки в качественном исследовании.

Формы предоставления результатов. Инструментарий: список всех видов используемого инструментария в привязке к целевым группам респондентов.

Характер результатов: что планируется получить на выходе, какого рода результаты; оценка выполнения поставленных задач. Формы проведения занятий: мастер-классы, консультации, в т.ч. индивидуальные проектные семинары, разбор кейсов.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение научного семинара

6.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для проведения научного семинара

Основная литература:

1. Горелов, В. П. Магистерская диссертация [Электронный ресурс] : практическое пособие для магистрантов всех специальностей вузов / В.П. Горелов ; С.В. Горелов ; Л.В. Садовская .— М.|Берлин : Директ-Медиа, 2016 .— 116 с. — ISBN 978-5-4475-8697-3 .— [URL:http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=447692](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=447692)
2. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : учеб. пособие .— Москва : Дашков и Ко, 2017 .— 294 с. — (Учебные издания для бакалавров) .— Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему «Университетская библиотека online» .— ISBN 978-5-394-01470-3 .— [URL:https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454102&sr=1](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454102&sr=1)
3. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Коротков А. В. — М. :Юнити-Дана, 2012 .— 304 с. — Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему «Университетская библиотека online» .— ISBN 5-238-00810-4 .— [URL:http://www.biblioclub.ru/book/119143/](http://www.biblioclub.ru/book/119143/)

Дополнительная литература:

4. Мельникова, А.Я. Выпускная квалификационная работа магистра. Магистерская диссертация. Построение, оформление, защита [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А.Я. Мельникова, В.В. Райский, Н.А. Абдуллин ; Башкирский государственный университет .— Уфа : РИЦ БашГУ, 2018 .— Электрон. версия печ. публикации .— Доступ возможен через Электронную библиотеку БашГУ .— [URL:https://elib.bashedu.ru/dl/local/Melnikovaidr_VKR_mag_up_2018.pdf](https://elib.bashedu.ru/dl/local/Melnikovaidr_VKR_mag_up_2018.pdf) .
5. Лебедева, О. А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие / О. А. Лебедева [и др.] .— Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015 .— 125 с. — Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему «Университетская библиотека online» .— [URL:https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=426545&sr=1](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=426545&sr=1)
6. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. Учебник [Электронный ресурс] .— М. : Дашков и Ко, 2016 .— 446 с. — Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему «Университетская библиотека online» .— ISBN 978-5-394-1695-0 .— [URL:http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=418086](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=418086)

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для проведения научного семинара

№	Наименование Интернет-ресурса	Ссылка (URL) на Интернет ресурс
1.	Федеральная служба государственной статистики	www.gks.ru
2.	Административно-управленческий портал	www.aup.ru/books/i002.htm .
3.	Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»	www.ecsocman.edu.ru

4.	Министерство экономического развития и торговли Российской Федерации	www.economy.gov.ru
5.	Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по РБ	www.bashstat.ru
6.	Министерство регионального развития Российской Федерации	www.minregion.ru
7.	«Российский журнал менеджмента»	www.rjm.ru
8.	Вестник Ассоциации менеджеров	www.vam.amr.ru
9.	Менеджмент в России и за рубежом	http://www.mevriz.ru
10.	Клуб менеджеров: профессиональное бизнес-сообщество топ-менеджеров и руководителей среднего звена	http://www.executive.ru
11.	Реинжиниринг бизнеса, бизнес-процессов, предприятий, организаций	http://www.reengine.ru
12.	Институт маркетинговых исследований	www.forum.gfk.ru
13.	Интернет-маркетинг	www.internet-marketing.ru
14.	Маркетинг в России и за рубежом	www.cfin.ru
15.	Маркетинг и маркетинговые исследования в России	www.marketingandresearch.ru
16.	Маркетинг успеха	www.a88.narod.ru/mu2002.htm
17.	Практика рыночных исследований	www.marketing.spb.ru
18.	Практический маркетинг	www.bci-marketing.aha.ru
19.	Управление продажами	www.salesmanagement.ru

В ходе подготовки к практическим занятиям, а также выполнению заданий для самостоятельной работы обучающиеся могут при необходимости использовать возможности информационно-справочных систем, электронных библиотек и архивов БашГУ.

Пользователям библиотеки БашГУ предоставляется возможность использования следующих электронных информационных ресурсов:

№	Учебные и научные ресурсы	Характеристика	Доступ	Регистрация	Ссылка на ресурс
Учебные ресурсы					
1.	Электронно-библиотечная система «Электронный читальный зал»	Полнотекстовая БД учебных и научных электронных изданий, которая включает издания преподавателей БашГУ	Авторизованный доступ по паролю из любой точки сети Интернет	Регистрация из сети БашГУ, дальнейший доступ из любой точки сети Интернет	https://bashedu.bibliotech.ru/Account/LogOn
2.	Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online»	Полнотекстовая БД учебных и научных электронных изданий	Авторизованный доступ по паролю из любой точки сети Интернет	Регистрация из сети БашГУ, дальнейший доступ из любой точки сети Интернет	http://www.biblioclub.ru/
3.	Электронно-библиотечная система	Полнотекстовая БД учебных и научных изданий	Авторизованный доступ по паролю из любой точки сети Интернет	Регистрация из сети БашГУ, дальнейший доступ из любой точки сети Интернет	http://e.lanbook.com/

	издательства «Лань»	электронных изданий	любой точки сети Интернет	доступ из любой точки сети Интернет	
Российские научные ресурсы					
1.	Научная электронная библиотека (eLibrary)	Полнотекстовая и аннотированная БД электронных научных изданий и публикаций в периодических изданиях; доступ к информационно-аналитической системе ScienceIndex	Авторизованный доступ по паролю в сети вуза. Пользование ресурсами открытого доступа с любого компьютера в сети Интернет	Регистрация из сети БашГУ	http://elibrary.ru/
2.	База данных «Вестники Московского университета» (на платформе EastView)	Полнотекстовая БД научных статей, опубликованных в журнале «Вестник МГУ» (25 серий)	Доступ в сети вуза	Без регистрации	http://online.ebiblioteka.ru/
3.	База данных «Издания по общественным и гуманитарным наукам» (на платформе EastView)	Полнотекстовая БД статей, опубликованных в научных журналах (более 80 названий)	Доступ в сети вуза	Без регистрации	http://online.ebiblioteka.ru/
4.	База данных «POLPRED»		Доступ в сети вуза	Без регистрации	http://www.polpred.com/
5.	Электронная база данных диссертаций РГБ	Полнотекстовая БД электронных диссертаций, хранящихся в РГБ	Авторизованный доступ по паролю в сети вуза	Регистрация в Отделе Электронной информации Библиотеки (корпус физмата, к.201)	http://www.diss.rsl.ru/
Зарубежные научные ресурсы					
1.	SCOPUS	Наукометрическая, библиографическая и реферативная база данных издательской корпорации Elsevier. Язык английский	Доступ в сети вуза	Без регистрации	http://www.scopus.com/
2.	TaylorandFrancis	Полнотекстовые научные журналы, книги и реферативные журналы. В ресурс включены издания по химии, физике, биологии, наукам о земле, медицине, инженерным и компьютерным наукам, математике, статистике и информатике, а также по экономике и менеджменту, социологии, образованию, праву, филологии, искусствоведению,	Доступ в сети вуза	Без регистрации	http://www.tandfonline.com/

		психологии и т. д. Язык английский			
3.	Wiley	Полнотекстовые научные журналы и электронные книги по следующим темам: бизнес, биология, генетика, география, вычислительная техника, математика, история, литература, образование, право, психология, социология, физика, философия, химия, материаловедение. Язык английский.	Доступ в сети вуза	Без регистрации	http://onlinelibrary.wiley.com/

1. База данных периодических изданий на платформе EastView: «Вестники Московского университета», «Издания по общественным и гуманитарным наукам» - <https://dlib.eastview.com/>
2. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://window.edu.ru>
3. Научная электронная библиотека eLibrary.ru - <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
4. Справочно-правовая система Консультант Плюс - <http://www.consultant.ru/>
5. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» – <https://biblioclub.ru/>
6. Электронная библиотечная система «ЭБ БашГУ» – <https://elib.bashedu.ru/>
7. Электронная библиотечная система издательства «Лань» – <https://e.lanbook.com/>
8. Электронный каталог Библиотеки БашГУ – <http://www.bashlib.ru/catalogi>.
9. Архивы научных журналов на платформе НЭИКОН (Cambridge University Press, SAGE Publications, Oxford University Press) - <https://archive.neicon.ru/xmlui/>
10. Издательство «Annual Reviews» - <https://www.annualreviews.org/>
11. Издательство «Taylor&Francis» - <https://www.tandfonline.com/>
12. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.
13. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.
14. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные

7. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по научному семинару

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1. учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул. Карла Маркса,	лаборатория социально-экономического моделирования № 107: учебная мебель, доска, проекционный экран с	1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от

<p>д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).</p> <p>2. учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).</p> <p>3. помещения для самостоятельной работы: аудитория № 302 читальный зал (гуманитарный корпус).</p> <p>4. помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: аудитория №</p>	<p>электродiodomlumienmastercontrol, проектор casio, персональный компьютер пэвмкламас в комплекте – 18 шт.</p> <p>лаборатория анализа данных № 108: учебная мебель, доска, персональный компьютер пэвмкламас в комплекте – 17 шт.</p> <p>аудитория № 110: учебная мебель, доска, телевизор led.</p> <p>аудитория № 111: учебная мебель, доска, телевизор led.</p> <p>аудитория № 114: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 115: учебная мебель, колонки (2 шт.), динамики, dvd плеер toshiba, магнитола sony (4 шт.)</p> <p>аудитория № 118: учебная мебель, проектор benq, колонки (2 шт.), музыкальный центр lg, флипчарт магнитно-маркерный на треноге</p> <p>аудитория № 122: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 204: учебная мебель, доска, проекционный экран с электродiodomlumienmastercontrol, проектор casio.</p> <p>аудитория № 207: учебная мебель, доска, телевизор ledtcl.</p> <p>аудитория № 208: учебная мебель, доска, телевизор ledtcl.</p> <p>аудитория № 209: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 210: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 212: учебная мебель, доска, проектор infocus.</p> <p>аудитория № 213: учебная мебель, доска, проекционный экран с электродiodomlumienmastercontrol, проектор casio.</p> <p>аудитория № 218: учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор infocus.</p> <p>аудитория № 220: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 221: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 222</p>	<p>17.06.2013 г. Лицензии – бессрочные. MicrosoftOfficeStandard 2013 Russian. Договор № 114 от 12.11.2014 г. Лицензии – бессрочные.</p>
---	---	---

<p>115(помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), 118 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4)</p>	<p>учебная мебель, доска. аудитория № 301 учебная мебель, экран на штативе, проектор aser. аудитория № 302 учебная мебель, персональный компьютер в комплекте hp, моноблок, персональный компьютер в комплекте моноблок i7u. аудитория № 305 учебная мебель, доска, проектор infocus. аудитория № 307 учебная мебель, доска. аудитория № 308 учебная мебель, доска. аудитория № 309 учебная мебель, доска. лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а учебная мебель, доска, персональный компьютер lenovothinkcentre – 16 шт. лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в учебная мебель, доска, персональный компьютер в комплекте № 1 irucorp 510 – 14 шт. аудитория № 312 учебная мебель, доска.</p>	
---	---	--