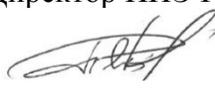


МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

СОГЛАСОВАНО  
на заседании Учебно-методической  
комиссии института  
Протокол № 10 от «16» июня 2017 г.

УТВЕРЖДАЮ  
Директор ИНЭФБ  
 /А.В.Янгиров  
«23» июня 2017 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: 2017 г.

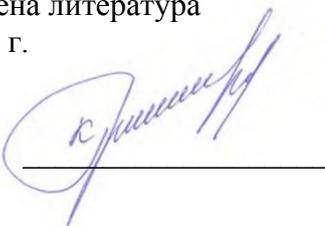
Уфа - 2017 г.

Составитель / составители: Беглова Е.И.

Программа утверждена ученым советом института: протокол № 13 от «23» июня 2017 г.

Дополнения и изменения, внесенные в программу практики, утверждены на заседании ученого совета института: обновлена литература протокол № 13 от «22» июня 2018 г.

И.о. директора

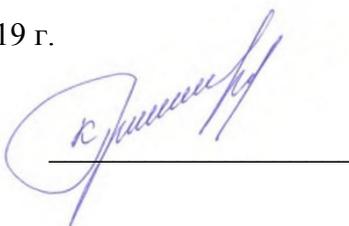


/ К.Е. Гришин

Дополнения и изменения, внесенные в программу практики, утверждены на заседании ученого совета института: обновлены программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные системы.

протокол № 6 от «25» января 2019 г.

И.о. 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 по научному 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	33

## 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 <sup>1</sup>		Формируемая компетенция (с указанием кода)	Примечание
Знания	1. 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. 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	ПК-4 - способность использовать	

	эмпирические и экспериментальные данные, проводить количественное прогнозирование и моделирование бизнес-процессов в области менеджмента и маркетинга	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 значимости результатов исследования	ПК-8 - способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	
	1.		

## 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

<b>Вид работы</b>	<b>Объем НИР</b>
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)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма контроля успеваемости (контрольные задания, подготовка отчета, научного доклада, статьи и т.п.)
		ЛК	ПР/ СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
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"> <li>• посещение лекций ведущих ученых и практиков;</li> <li>• обсуждение вынесенных в планах научного семинара вопросов тем и контрольных вопросов;</li> <li>• работа с учебной и методической литературой, с ресурсами Интернет;</li> <li>• дискуссия по концепции и исследовательской модели работы магистра;</li> <li>• дискуссии по плану и исследовательской модели магистерской работы магистра;</li> <li>• круглый стол;</li> <li>• диспуты;</li> <li>• обсуждения результатов научных исследований магистрантов и т.д.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Отчет: Концепция магистерской диссертации</li> </ul>
2	Тема 2. Введение в научные исследования в области маркетинга		3		52		<ul style="list-style-type: none"> <li>• посещение лекций ведущих ученых и практиков;</li> <li>• обсуждение вынесенных в планах научного семинара вопросов тем и контрольных вопросов;</li> <li>• работа с учебной и</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Доклад о научном вкладе одного из классиков менеджмента, маркетинга</li> </ul>

							<p>методической литературой, с ресурсами Интернет;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• дискуссия по концепции и исследовательской модели работы магистра;</li> <li>• дискуссии по плану и исследовательской модели магистерской работы магистра;</li> <li>• круглый стол;</li> <li>• диспуты;</li> <li>• обсуждения результатов научных исследований магистрантов и т.д.</li> </ul>	
	<b>Всего часов:</b>				108			

## СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

научного семинара на 2 семестр

очная

форма обучения

<b>Вид работы</b>	<b>Объем НИР</b>
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 самостоятельной работе студентов	Форма контроля успеваемости (контрольные задания, подготовка отчета, научного доклада, статьи и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1.	Тема 3. Современная проблематика исследований в области маркетинга		3		50	1-3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• посещение лекций ведущих ученых и практиков;</li> <li>• обсуждение вынесенных в планах научного семинара вопросов тем и контрольных вопросов;</li> <li>• работа с учебной и методической литературой, с ресурсами Интернет;</li> <li>• дискуссия по концепции и исследовательской модели работы магистра;</li> <li>• дискуссии по плану и исследовательской модели магистерской работы магистра;</li> <li>• круглый стол;</li> <li>• диспуты;</li> <li>• обсуждения результатов научных исследований магистрантов и т.д.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• презентация (доклад) результатов самостоятельной работы магистра по заданию руководителя научного семинара для последующего обучения</li> </ul>
2.	Тема 4. Этапы развития научных исследований в области маркетинга		3		52		<ul style="list-style-type: none"> <li>• посещение лекций ведущих ученых и практиков;</li> <li>• обсуждение вынесенных в планах научного семинара вопросов тем и контрольных вопросов;</li> <li>• работа с учебной и методической литературой, с ресурсами Интернет;</li> <li>• дискуссия по концепции и исследовательской модели работы магистра;</li> <li>• дискуссии по плану и исследовательской модели магистерской работы магистра;</li> <li>• круглый стол;</li> <li>• диспуты;</li> <li>• обсуждения результатов научных исследований магистрантов и т.д.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• презентация (доклад) результатов самостоятельной работы магистра по заданию руководителя научного семинара для последующего обучения</li> </ul>
	<b>Всего часов:</b>				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 студентов	Форма контроля успеваемости (контрольные задания, подготовка отчета, научного доклада, статьи и т.п.)
		ЛК	ПР/ СЕМ	ЛР	СР			
1.	Тема 5. Маркетинговый исследовательский проект		3		50	1-3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• посещение лекций ведущих ученых и практиков;</li> <li>• обсуждение вынесенных в планах научного семинара вопросов тем и контрольных вопросов;</li> <li>• работа с учебной и методической литературой, с ресурсами Интернет;</li> <li>• дискуссия по концепции и исследовательской модели работы магистра;</li> <li>• дискуссии по плану и исследовательской модели магистерской работы магистра;</li> <li>• круглый стол;</li> <li>• диспуты;</li> <li>• обсуждения результатов научных исследований магистрантов и т.д.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• презентация (доклад) результатов самостоятельной работы магистра по заданию руководителя научного семинара для последующего обучения</li> </ul>
	Тема 6. Разработка инструментария и процедур сбора данных, общего плана анализа данных		3		52		<ul style="list-style-type: none"> <li>• посещение лекций ведущих ученых и практиков;</li> <li>• обсуждение вынесенных в планах научного семинара вопросов тем и контрольных вопросов;</li> <li>• работа с учебной и методической литературой, с ресурсами Интернет;</li> <li>• дискуссия по концепции и исследовательской модели работы магистра;</li> <li>• дискуссии по плану и исследовательской модели магистерской работы магистра;</li> <li>• круглый стол;</li> <li>• диспуты;</li> <li>• обсуждения результатов научных исследований магистрантов и т.д.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• презентация (доклад) результатов самостоятельной работы магистра по заданию руководителя научного семинара для последующего обучения</li> </ul>

	<b>Всего часов:</b>			108			
--	---------------------	--	--	-----	--	--	--

## СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

научного семинара на 2 семестр

заочная  
форма обучения

<b>Вид работы</b>	<b>Объем НИР</b>
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)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма контроля успеваемости (контрольные задания, подготовка отчета, научного доклада, статьи и т.п.)
		ЛК	ПР/ СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
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"> <li>• посещение лекций ведущих ученых и практиков;</li> <li>• обсуждение вынесенных в планах научного семинара вопросов тем и контрольных вопросов;</li> <li>• работа с учебной и методической литературой, с ресурсами Интернет;</li> <li>• дискуссия по концепции и исследовательской модели работы магистра;</li> <li>• дискуссии по плану и исследовательской модели магистерской работы магистра;</li> <li>• круглый стол;</li> <li>• диспуты;</li> <li>• обсуждения результатов научных исследований магистрантов и т.д.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Отчет: Концепция магистерской диссертации</li> </ul>
2	Тема 2. Введение в научные исследования в области маркетинга		2		68		<ul style="list-style-type: none"> <li>• посещение лекций ведущих ученых и практиков;</li> <li>• обсуждение вынесенных в планах научного семинара вопросов тем и контрольных вопросов;</li> <li>• работа с учебной и</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Доклад о научном вкладе одного из классиков менеджмента, маркетинга</li> </ul>

							<p>методической литературой, с ресурсами Интернет;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• дискуссия по концепции и исследовательской модели работы магистра;</li> <li>• дискуссии по плану и исследовательской модели магистерской работы магистра;</li> <li>• круглый стол;</li> <li>• диспуты;</li> <li>• обсуждения результатов научных исследований магистрантов и т.д.</li> </ul>	
	<b>Всего часов:</b>				144			

## СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

научного семинара на 3 семестр

заочная  
форма обучения

<b>Вид работы</b>	<b>Объем НИР</b>
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 студентов	Форма контроля успеваемости (контрольные задания, подготовка отчета, научного доклада, статьи и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1.	Тема 3. Современная проблематика исследований в области маркетинга		2		30	1-3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• посещение лекций ведущих ученых и практиков;</li> <li>• обсуждение вынесенных в планах научного семинара вопросов тем и контрольных вопросов;</li> <li>• работа с учебной и методической литературой, с ресурсами Интернет;</li> <li>• дискуссия по концепции и исследовательской модели работы магистра;</li> <li>• дискуссии по плану и исследовательской модели магистерской работы магистра;</li> <li>• круглый стол;</li> <li>• диспуты;</li> <li>• обсуждения результатов научных исследований магистрантов и т.д.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• презентация (доклад) результатов самостоятельной работы магистра по заданию руководителя научного семинара для последующего обучения</li> </ul>
2.	Тема 4. Этапы развития научных исследований в области маркетинга		2		33,8		<ul style="list-style-type: none"> <li>• посещение лекций ведущих ученых и практиков;</li> <li>• обсуждение вынесенных в планах научного семинара вопросов тем и контрольных вопросов;</li> <li>• работа с учебной и методической литературой, с ресурсами Интернет;</li> <li>• дискуссия по концепции и исследовательской модели работы магистра;</li> <li>• дискуссии по плану и исследовательской модели магистерской работы магистра;</li> <li>• круглый стол;</li> <li>• диспуты;</li> <li>• обсуждения результатов научных исследований магистрантов и т.д.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• презентация (доклад) результатов самостоятельной работы магистра по заданию руководителя научного семинара для последующего обучения</li> </ul>
	<b>Всего часов:</b>				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 студентов	Форма контроля успеваемости (контрольные задания, подготовка отчета, научного доклада, статьи и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1.	Тема 5. Маркетинговый исследовательский проект		2		48	1-3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• посещение лекций ведущих ученых и практиков;</li> <li>• обсуждение вынесенных в планах научного семинара вопросов тем и контрольных вопросов;</li> <li>• работа с учебной и методической литературой, с ресурсами Интернет;</li> <li>• дискуссия по концепции и исследовательской модели работы магистра;</li> <li>• дискуссии по плану и исследовательской модели магистерской работы магистра;</li> <li>• круглый стол;</li> <li>• диспуты;</li> <li>• обсуждения результатов научных исследований магистрантов и т.д.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• презентация (доклад) результатов самостоятельной работы магистра по заданию руководителя научного семинара для последующего обучения</li> </ul>
2.	Тема 6. Разработка инструментария и процедур сбора данных, общего плана анализа данных		2		51,8		<ul style="list-style-type: none"> <li>• посещение лекций ведущих ученых и практиков;</li> <li>• обсуждение вынесенных в планах научного семинара вопросов тем и контрольных вопросов;</li> <li>• работа с учебной и методической литературой, с ресурсами Интернет;</li> <li>• дискуссия по концепции и исследовательской модели работы магистра;</li> <li>• дискуссии по плану и исследовательской модели магистерской работы магистра;</li> <li>• круглый стол;</li> <li>• диспуты;</li> <li>• обсуждения результатов научных исследований магистрантов и т.д.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• презентация (доклад) результатов самостоятельной работы магистра по заданию руководителя научного семинара для последующего обучения</li> </ul>
<b>Всего часов:</b>					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 результатов обучения	
		Незачтено	Зачтено
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	Сформированные 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	В целом успешные 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	В целом успешные 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**

<b>Этап (уровень) освоения компетенции</b>	<b>Планируемые результаты обучения</b> (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>	
		<b>Незачтено</b>	<b>Зачтено</b>
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	Сформированные 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 для улучшения деятельности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д., анализировать тенденции в поведении экономических агентов и в изменениях состояния рынков	Отсутствие или фрагментарные умения 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	В целом успешное использование умения 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
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	В целом успешное применение методов и моделей 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 результатов обучения	
		Незачтено	Зачтено
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	Сформированные 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	В целом успешное использование 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	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применения навыков 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 результатов обучения	
		Незачтено	Зачтено
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	Сформированные 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	В целом успешное использование 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	В целом успешное применение методов самостоятельного проведения исследований по избранной теме; навыков 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	5. 1. Знать: основные понятия, методы и модели количественного и качественного анализа процессов управления; методы сбора, обработки и анализа управленческой, маркетинговой и статистической информации	<b>ПК-4</b>	Вопросы (задания) для обсуждения на практических занятиях, вопросы к зачету
	6. 2. Знать: методические основы стратегического анализа поведения экономических агентов, главные принципы и правила управленческого учета и анализа, особенности функционирования рынков в глобальной среде	<b>ПК-5</b>	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	<b>ПК-7</b>	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	<b>ПК-8</b>	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	<b>ПК-4</b>	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	<b>ПК-5</b>	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	<b>ПК-7</b>	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	<b>ПК-8</b>	круглый стол; диспут; дискуссия
3-й этап  Владеть навыками	1. Владеть: навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих и маркетинговых решений	<b>ПК-4</b>	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	<b>ПК-5</b>	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	<b>ПК-7</b>	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	<b>ПК-8</b>	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 «целеполагание»? 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 промоутера 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>
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/>

#### 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/Melnikova\\_i\\_dr\\_VKR\\_mag\\_up\\_2018.pdf](https://elib.bashedu.ru/dl/local/Melnikova_i_dr_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	<a href="http://www.gks.ru">www.gks.ru</a>
2.	Административно-управленческий портал	<a href="http://www.aup.ru/books/i002.htm">www.aup.ru/books/i002.htm</a> .
3.	Федеральный образовательный портал «Экономика»	<a href="http://www.ecsocman.edu.ru">www.ecsocman.edu.ru</a>

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

В ходе подготовки к практическим занятиям, а также выполнении 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
<b>Учебные ресурсы</b>					
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	<a href="https://bashedu.bibliotech.ru/Account/LogOn">https://bashedu.bibliotech.ru/Account/LogOn</a>
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	<a href="http://www.biblioclub.ru/">http://www.biblioclub.ru/</a>
3.	Электронно-библиотечная	Полнотекстовая БД учебных и научных	Авторизованный доступ по паролю из	Регистрация из сети БашГУ,	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a>

	система издательства «Лань»	электронных изданий	любой точки сети Интернет	дальнейший доступ из любой точки сети Интернет	
<b>Российские научные ресурсы</b>					
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	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
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	<a href="http://online.ebiblioteka.ru/">http:// online.ebiblioteka.ru/</a>
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	<a href="http://online.ebiblioteka.ru/">http:// online.ebiblioteka.ru/</a>
4.	База данных «POLPRED»		Доступ в сети вуза	Без регистрации	<a href="http://www.polpred.com/">http://www.polpred.com/</a>
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)	<a href="http://www.diss.rsl.ru/">http://www.diss.rsl.ru/</a>
<b>Зарубежные научные ресурсы</b>					
	SCOPUS	Наукометрическая, библиографическая и реферативная база данных издательской корпорации Elsevier. Язык английский	Доступ в сети вуза	Без регистрации	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a>
	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,	Доступ в сети вуза	Без регистрации	<a href="http://www.tandfonline.com/">http://www.tandfonline.com/</a>

		праву, филологии, искусствоведению, психологии и т. д. Язык английский			
	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	<a href="http://onlinelibrary.wiley.com/">http://onlinelibrary.wiley.com/</a>

- База данных периодических изданий на платформе EastView: «Вестники Московского университета», «Издания по общественным и гуманитарным наукам» - <https://dlib.eastview.com/>
- Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://window.edu.ru>
- Научная электронная библиотека eLibrary.ru - <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
- Справочно-правовая система Консультант Плюс - <http://www.consultant.ru/>
- Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» – <https://biblioclub.ru/>
- Электронная библиотечная система «ЭБ БашГУ» – <https://elib.bashedu.ru/>
- Электронная библиотечная система издательства «Лань» – <https://e.lanbook.com/>
- Электронный каталог Библиотеки БашГУ – <http://www.bashlib.ru/catalogi>
- Архивы научных журналов на платформе НЭИКОН (Cambridge University Press, SAGE Publications, Oxford University Press) - <https://archive.neicon.ru/xmlui/>
- Издательство «Annual Reviews» - <https://www.annualreviews.org/>
- Издательство «Taylor&Francis» - <https://www.tandfonline.com/>
- Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.
- Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.
- 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
<b>1. учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:</b> лаборатория социально-экономического моделирования № 107	<b>лаборатория социально-экономического моделирования № 107:</b>	1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные

<p>(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><b>2. учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации:</b> 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</p>	<p>учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 18 шт.</p> <p><b>лаборатория анализа данных № 108:</b></p> <p>учебная мебель, доска, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 17 шт.</p> <p><b>аудитория № 110:</b></p> <p>учебная мебель, доска, телевизор led.</p> <p><b>аудитория № 111:</b></p> <p>учебная мебель, доска, телевизор led.</p> <p><b>аудитория № 114:</b></p> <p>учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 115:</b></p> <p>учебная мебель, колонки (2 шт.), динамики, dvd плеер toshiba, магнитола sony (4 шт.)</p> <p><b>аудитория № 118:</b></p> <p>учебная мебель, проектор benq, колонки (2 шт.), музыкальный центр lg, флипчарт магнитно-маркерный на треноге</p> <p><b>аудитория № 122:</b></p> <p>учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 204:</b></p> <p>учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio.</p> <p><b>аудитория № 207:</b></p> <p>учебная мебель, доска, телевизор led tcl.</p> <p><b>аудитория № 208:</b></p> <p>учебная мебель, доска, телевизор led tcl.</p> <p><b>аудитория № 209:</b></p> <p>учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 210:</b></p> <p>учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 212:</b></p> <p>учебная мебель, доска, проектор infocus.</p> <p><b>аудитория № 213:</b></p> <p>учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio.</p> <p><b>аудитория № 218:</b></p> <p>учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор infocus.</p> <p><b>аудитория № 220:</b></p> <p>учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 221</b></p>	<p>Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии – бессрочные. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор № 114 от 12.11.2014 г. Лицензии – бессрочные.</p>
---	--	---

<p>информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).</p> <p><b>3. помещения для самостоятельной работы:</b> аудитория № 302 читальный зал (гуманитарный корпус).</p> <p><b>4. помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования:</b> аудитория № 115 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), 118 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4)</p>	<p>учебная мебель, доска. <b>аудитория № 222</b> учебная мебель, доска. <b>аудитория № 301</b> учебная мебель, экран на штативе, проектор aser. <b>аудитория № 302</b> учебная мебель, персональный компьютер в комплекте hp, моноблок, персональный компьютер в комплекте моноблок iru. <b>аудитория № 305</b> учебная мебель, доска, проектор infocus. <b>аудитория № 307</b> учебная мебель, доска. <b>аудитория № 308</b> учебная мебель, доска. <b>аудитория № 309</b> учебная мебель, доска. <b>лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а</b> учебная мебель, доска, персональный компьютер lenovo thinkcentre – 16 шт. <b>лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в</b> учебная мебель, доска, персональный компьютер в комплекте № 1 iru corp 510 – 14 шт. <b>аудитория № 312</b> учебная мебель, доска.</p>	
---	---	--