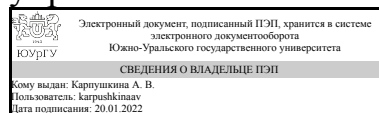


# ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:  
Директор института  
Высшая школа экономики и  
управления



А. В. Карпушкина

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины П.1.В.06.03 Сравнительное науковедение в области маркетинга  
для направления 38.06.01 Экономика

**уровень аспирант тип программы**

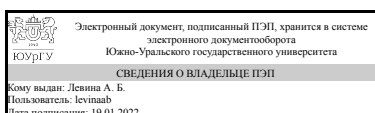
**направленность программы**

**форма обучения очная**

**кафедра-разработчик Менеджмент**

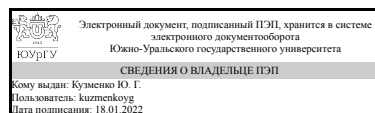
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.06.01 Экономика, утверждённым приказом Минобрнауки от 30.07.2014 № 898

Зав.кафедрой разработчика,  
к.экон.н., доц.



А. Б. Левина

Разработчик программы,  
д.экон.н., доц., профессор



Ю. Г. Кузменко

## 1. Цели и задачи дисциплины

Сформировать представление о научной проблематике в маркетинге.

## Краткое содержание дисциплины

дисциплина ориентирована на обзор научных концепций, разработанных в рамках научных школ, изучение маркетинга как научной дисциплины, выработке навыков написания научных статей и изучение методологии исследования в маркетинге.

## 2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУНы)
ПК-6.4 знанием в областях: спрос и предложение, структура и развитие рынков, их исследование и сегментация, рыночное позиционирование продуктов и компаний, конкурентоспособность и конкуренция, концепции маркетинга, методы и формы управления маркетинговой деятельностью в организации в современных условиях развития российской экономики и глобализации рынков	Знать: основные направления научных исследований в маркетинге
	Уметь: критически оценивать результаты существующих исследований
	Владеть: методами исследований в маркетинге

## 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Нет	П.1.В.07.03 Современные проблемы маркетинга

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Нет

## 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч.

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
<i>Аудиторные занятия:</i>	40	40
Лекции (Л)	40	40
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	0	0

Лабораторные работы (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа (СРС)	68	68
Подготовка статьи к публикации	36	36
Разработка методологии исследования по индивидуальной тематике	32	32
Вид итогового контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен

## 5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Маркетинг как научное направление	12	12	0	0
2	Научные школы маркетинга	12	12	0	0
3	Методология исследований в маркетинге	16	16	0	0

### 5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Место маркетинга в структуре экономических наук	6
2	1	Содержание паспорта научной специальности "Маркетинг"	6
3	2	Российские школы маркетинга	6
4	2	Американская и европейская школы маркетинга	6
5	3	Обоснование методологии исследования	6
6	3	Подготовка научной статьи	6
7	3	Бинарная лекция	4

### 5.2. Практические занятия, семинары

Не предусмотрены

### 5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

### 5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС		
Вид работы и содержание задания	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц)	Кол-во часов
Подготовка статьи к публикации	Т. Н. МИХЕЛЬСОН Н. В. УСПЕНСКАЯ КАК ПИСАТЬ ПО-АНГЛИЙСКИ НАУЧНЫЕ СТАТЬИ, РЕФЕРАТЫ И РЕЦЕНЗИИ	36
Разработка методологии исследования по индивидуальной тематике	Волков Ю.Г. Диссертация. Подготовка, защита, оформление. Практическое пособие. Глава 2.	32

## 6. Инновационные образовательные технологии, используемые в учебном процессе

Инновационные формы учебных занятий	Вид работы (Л, ПЗ, ЛР)	Краткое описание	Кол-во ауд. часов
бинарная лекция	Лекции	Лекция в форме диалога преподавателя и студента	24

### **Собственные инновационные способы и методы, используемые в образовательном процессе**

Инновационные формы обучения	Краткое описание и примеры использования в темах и разделах
проблемные лекции	по 2 и 3 разделу дисциплины по основным направлениям научных исследований в маркетинге

Использование результатов научных исследований, проводимых университетом, в рамках данной дисциплины: нет

### **7. Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

#### **7.1. Паспорт фонда оценочных средств**

Наименование разделов дисциплины	Контролируемая компетенция ЗУНы	Вид контроля (включая текущий)	№№ заданий
Все разделы	ПК-6.4 знанием в областях: спрос и предложение, структура и развитие рынков, их исследование и сегментация, рыночное позиционирование продуктов и компаний, конкурентоспособность и конкуренция, концепции маркетинга, методы и формы управления маркетинговой деятельностью в организации в современных условиях развития российской экономики и глобализации рынков	экзамен	1
Методология исследований в маркетинге	ПК-6.4 знанием в областях: спрос и предложение, структура и развитие рынков, их исследование и сегментация, рыночное позиционирование продуктов и компаний, конкурентоспособность и конкуренция, концепции маркетинга, методы и формы управления маркетинговой деятельностью в организации в современных условиях развития российской экономики и глобализации рынков	разработка методологии исследования по индивидуальной тематике (текущий контроль)	1-8
Маркетинг как научное направление	ПК-6.4 знанием в областях: спрос и предложение, структура и развитие рынков, их исследование и сегментация, рыночное позиционирование продуктов и компаний, конкурентоспособность и конкуренция, концепции маркетинга, методы и формы управления маркетинговой деятельностью в организации в современных условиях развития российской экономики и глобализации рынков	подготовка статьи к публикации (текущий контроль)	9

#### **7.2. Виды контроля, процедуры проведения, критерии оценивания**

Вид контроля	Процедуры проведения и оценивания	Критерии оценивания
экзамен	устно	Отлично: на вопросы билета даны исчерпывающие ответы, приведены примеры, на дополнительные вопросы даны полные ответы Хорошо: на вопросы билета даны ответы, примеры не приводятся Удовлетворительно: на вопросы билета даны неполные ответы Неудовлетворительно: студент затрудняется в ответах, нет ответов на дополнительные вопросы
разработка методологии исследования по индивидуальной тематике (текущий контроль)	проводится устное собеседование с соискателем, на котором определяется методология исследования, включая методы и методики	Зачтено: соискателем представлена методология индивидуального исследования, согласованы методы и методики Не зачтено: соискателем не представлена методология индивидуального исследования, не согласованы методы и методики
подготовка статьи к публикации (текущий контроль)	с соискателем проводится устное собеседование	Зачтено: статья по тематике исследования подготовлена и опубликована в открытой печати Не зачтено: статья по тематике исследования не подготовлена и не опубликована в открытой печати

### 7.3. Типовые контрольные задания

Вид контроля	Типовые контрольные задания
экзамен	1. Маркетинг как наука. Место маркетинга в системе научных знаний. 2. Американская школа маркетинга: основные представители и концепции 3. Европейская школа маркетинга: основные представители и концепции 4. Российская школа маркетинга: основные представители и концепции 5. Основные направления исследований в сфере маркетинга 6. Генезис и эволюция современных концепций маркетинга 7. Методологические подходы к исследованиям в сфере маркетинга 8. Общенаучные и предметные методы исследования в маркетинге 9. Научная статья: требования к структуре и содержанию основных разделов Вопросы по дисциплине Сравнительное науковедение.docx
разработка методологии исследования по индивидуальной тематике (текущий контроль)	
подготовка статьи к публикации (текущий контроль)	

## 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### Печатная учебно-методическая документация

#### а) основная литература:

1. Багиев, Г. Л. Маркетинг Учеб. для вузов по экон. специальностям Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн; Под общ. ред. Г. Л. Багиева; Предисл. Н. Я. Петракова. - 2-е изд., стер. - М.: Экономика, 2001. - 717, [1] с. ил.
2. Багиев, Г. Л. Международный маркетинг Текст учеб. для вузов по специальности "Маркетинг" Г. Л. Багиев, Н. К. Моисеева, В. И. Черенков. - 2-е изд., перераб. и доп. - СПб. и др.: Питер, 2009. - 688 с.
3. Современное бизнес-пространство : традиции, инновации, поиск Текст монография Г. К. Альхамова и др.; под общ. ред. И. Ю. Окольнишниковой ; Юж.-Урал. гос. ун-т ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2014. - 437, [1] с.
4. Окольнишникова, И. Ю. Внедрение бренд-технологий и адаптация организационных структур предприятия Текст монография И. Ю. Окольнишникова, А. Н. Воробьев ; Юж.-Урал. гос. ун-т ; ЮУрГУ. - М.: Экономика, 2011. - 103 с. ил.
5. Грант, Д. 12 тем. Маркетинг 21 века Текст пер. с англ. Д. - М.; СПб.: Коммерсантъ: Питер, 2007. - 447 с. 24 см.

#### б) дополнительная литература:

1. Экономика и бизнес. Взгляд молодых Международная заочная научно-практическая конференция Челябинск 2015 Материалы Международной заочной научно-практической конференции молодых ученых "Экономика и бизнес. Взгляд молодых", 15 декабря 2015 г., Челябинск Текст сб. ст. редкол.: А. Л. Шестаков и др.; Юж.-Урал. гос. ун-т, Ин-т экономики, торговли и технологий ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2016. - 459, [1] с. ил.
2. Экономика и бизнес. Взгляд молодых Международная заочная научно-практическая конференция Челябинск 2014 Материалы Международной заочной научно-практической конференции молодых ученых "Экономика и бизнес. Взгляд молодых", 3 декабря 2014 г., Челябинск Текст сб. ст. редкол.: А. Л. Шестаков и др.; Юж.-Урал. гос. ун-т, Ин-т экономики, торговли и технологий ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2015. - 363 с. ил.
3. Экономика и бизнес. Взгляд молодых Международная заочная научно-практическая конференция Челябинск 2013 Материалы Международной заочной научно-практической конференции молодых ученых "Экономика и бизнес. Взгляд молодых", 3 декабря 2013 г., Челябинск Текст сб. ст. редкол.: А. Л. Шестаков и др.; Юж.-Урал. гос. ун-т, Ин-т экономики, торговли и технологий ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2014. - 510 с. ил.

#### в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

Не предусмотрены

#### г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Т. Н. МИХЕЛЬСОН Н. В. УСПЕНСКАЯ КАК ПИСАТЬ ПО-АНГЛИЙСКИ НАУЧНЫЕ СТАТЬИ, РЕФЕРАТЫ И РЕЦЕНЗИИ, Санкт-Петербург, 1995.

*из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:*

1. Т. Н. МИХЕЛЬСОН Н. В. УСПЕНСКАЯ КАК ПИСАТЬ ПО-АНГЛИЙСКИ НАУЧНЫЕ СТАТЬИ, РЕФЕРАТЫ И РЕЦЕНЗИИ, Санкт-Петербург, 1995.

### Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Гутгарц, Р. Д. Подготовка кандидатской диссертации по экономике: практический аспект : учебно-методическое пособие / Р. Д. Гутгарц. — Москва : Дашков и К, 2017. — 160 с. — ISBN 978-5-394-02252-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/93454">https://e.lanbook.com/book/93454</a> (дата обращения: 05.01.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Короткова, Т. Л. Коммерциализация и маркетинг инноваций : монография / Т. Л. Короткова, А. В. Власов. — Москва : Креативная экономика, 2012. — 168 с. — ISBN 978-5-91292-087-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/3991">https://e.lanbook.com/book/3991</a> (дата обращения: 05.01.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3	Методические пособия для самостоятельной работы студента	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Маркетинг в вопросах и ответах : учебное пособие / А. А. Курочкин, И. В. Палаткин, О. К. Атюкова, Л. И. Малюк. — Пенза : ПензГТУ, 2012. — 139 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/62697">https://e.lanbook.com/book/62697</a> (дата обращения: 18.01.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

### 9. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса

Перечень используемого программного обеспечения:

Нет

Перечень используемых информационных справочных систем:

1. -База данных ВИНТИ РАН(бессрочно)
2. -Информационные ресурсы ФИПС(бессрочно)

### 10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Самостоятельная работа студента	574 (2)	компьютеры с выходом в интернет