

**ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ  
Директор института  
Высшая школа экономики и  
управления

\_\_\_\_\_ И. П. Савельева  
23.08.2017

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
практики  
к ОП ВО от 28.06.2017 №007-03-1005**

**Практика** Научно-исследовательская работа  
**для направления** 38.04.02 Менеджмент

**Уровень** магистр **Тип программы**

**магистерская программа** Стратегический и инновационный маркетинг

**форма обучения** очная

**кафедра-разработчик** Маркетинг

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению  
подготовки 38.04.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки от  
30.03.2015 № 322

Зав.кафедрой разработчика,  
д.экон.н., проф.  
(ученая степень, ученое звание)

24.06.2017  
(подпись)

И. Ю. Окольнишникова

Разработчик программы,  
к.экон.н., доц., доцент  
(ученая степень, ученое звание,  
должность)

24.06.2017  
(подпись)

Ю. В. Асташова

Челябинск

## 1. Общая характеристика

### Вид практики

Производственная

### Способ проведения

Стационарная или выездная

### Тип практики

научно-исследовательская работа

### Форма проведения

Дискретная

### Цель практики

Сформировать научное направление исследовательской работы

### Задачи практики

определить перспективную сферу научного исследования

обосновать актуальность исследования

проводить анализ научной литературы по теме исследования

### Краткое содержание практики

Практика предполагает поисковую работу с научными изданиями, подборку статей, монографий и других источников по тематике исследования.

## 2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения при прохождении практики (ЗУНЫ)
ОК-3 готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Знать: основные направления исследований в маркетинге Уметь: определять перспективные направления исследования Владеть: методами поиска информации
ОПК-3 способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	Знать: подходы к обоснованию актуальности и значимости научных исследований Уметь: проводить самостоятельные исследования Владеть: методами проведения исследований

ПК-6 способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	Знать:результаты исследований актуальных проблем управления Уметь:обобщать и оценивать результаты исследований Владеть:методами оценки результатов исследований
ПК-7 способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	Знать:структуру научного доклада, статьи и отчета и требования, предъявляемые к ним Уметь:обобщать материал в виде статьи, доклада или научного отчета Владеть:методами презентации результатов научного исследования
ПК-8 способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	Знать:подходы к обоснованию актуальности и значимости научных исследований Уметь:обосновывать актуальность темы научного исследования Владеть:методами анализ информации
ПК-9 способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	Знать:подходы к проведению исследования Уметь:разрабатывать программу исследования Владеть:методами проведения исследования

### 3. Место практики в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ	Перечень последующих дисциплин, видов работ
В.1.03 Стратегии взаимоотношений с потребителями	Научно-исследовательская работа (2 семестр)

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым для прохождения данной практики и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
В.1.03 Стратегии взаимоотношений с потребителями	Знать:знать результаты зарубежных и отечественных исследований в области маркетинга и управления взаимодействия с потребителями Уметь:критически оценивать результаты исследований в области маркетинга и управления взаимодействия с потребителями Владеть:способностью обобщать результаты исследований в области маркетинга и управления взаимодействием с потребителями

## 4. Время проведения практики

Время проведения практики (номер уч. недели в соответствии с графиком) с 1 по 18

## 5. Структура практики

Общая трудоемкость практики составляет зачетных единиц 11, часов 396, недель 0.

№ раздела (этапа)	Наименование разделов (этапов) практики	Кол-во часов	Форма текущего контроля
1	Подбор научной литературы по предполагаемой тематике исследования и ее анализ	132	устное собеседование
2	Выбор направления исследования и обоснование его актуальности	132	устное собеседование
3	Подготовка письменного отчета по НИРС	132	проверка отчета

## 6. Содержание практики

№ раздела (этапа)	Наименование или краткое содержание вида работ на практике	Кол-во часов
1	Подбор научной литературы	132
2	выбор темы исследования и обоснование ее актуальности	132
3	подготовка отчета НИРС	132

## 7. Формы отчетности по практике

По окончанию практики, студент предоставляет на кафедру пакет документов, который включает в себя:

- дневник прохождения практики, включая индивидуальное задание и характеристику работы практиканта организацией;
- отчет о прохождении практики.

Формы документов утверждены распоряжением заведующего кафедрой от 26.09.2016 №3/01.

## 8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

Форма итогового контроля – зачет.

### 8.1. Паспорт фонда оценочных средств

Наименование разделов практики	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Вид контроля
Подготовка письменного отчета по НИРС	ОПК-3 способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного	зачет

	исследования	
Все разделы	ОК-3 готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	зачет
Все разделы	ПК-6 способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	зачет
Все разделы	ПК-7 способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	зачет
Все разделы	ПК-8 способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	зачет
Все разделы	ПК-9 способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	зачет

## 8.2. Виды контроля, процедуры проведения, критерии оценивания

Вид контроля	Процедуры проведения и оценивания	Критерии оценивания
зачет	защита отчета по НИРС (доклад, ответы на вопросы)	зачтено: доклад структурирован, актуальность исследования обосновано недостаточно не зачтено: доклад не подготовлен, исследование не проведено

## 8.3. Примерный перечень индивидуальных заданий

1. Обзор научных направлений в рамках научной школы "Маркетинг взаимодействия"
2. Представители научной школы "Маркетинг взаимодействия" и их основные научные труды.
3. маркетинг на промышленном рынке
4. Маркетинг в сфере услуг
5. Товарная политика фирмы
6. Лояльность потребителей
7. Интернет-маркетинг

## 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

### Печатная учебно-методическая документация

*а) основная литература:*

1. Диссертация : как написать и защитить диссертацию Текст метод.

рекомендации авт.-сост.: Т. В. Жмуро娃, Л. А. Зайцева ; под ред. И. М. Мацкевича ; Моск. гос. юрид. акад. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Элит, 2006. - 224 с. ил.

2. Алексеев, Ю. В. Научно-исследовательские работы : курсовые, дипломные, диссертация : общая методология, методика подготовки и оформление Текст учеб. пособие для вузов по направлениям "Стр-во" Ю. В. Алексеев, В. П. Казачинский, Н. С. Никитина. - М.: Издательство Ассоциации строительных вузов, 2006. - 119 с.

3. Амблер, Т. Практический маркетинг Текст Т. Амблер ; пер. с англ.: И. Петрова, В. Васильева ; под общ. ред. Ю. Н. Каптуревского. - СПб. и др.: Питер, 1999. - 393, [2] с. ил.

4. Котлер, Ф. Маркетинг. Менеджмент: Анализ, планирование, внедрение, контроль Ф. Котлер; Под ред. О. А. Третьяк и др.; Пер. с англ. М. Бугаева и др. - 2-е изд., испр. - СПб. и др.: Питер, 2000. - 887 с.

5. Соловьев, Б. А. Маркетинг Текст учеб. для образоват. учреждений по программе МВА и др. программам подготовки упр. кадров Б. А. Соловьев ; Ин-т экономики и финансов "Синергия". - М.: ИНФРА-М, 2008. - 382 с.

б) дополнительная литература:

1. Маркетинг Электронный ресурс. - М.: LDL, 2003
2. Басовский, Л. Е. Маркетинг Текст учеб. пособие Л. Е. Басовский. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 132, [1] с.

из них методические указания для самостоятельной работы студента:

Не предусмотрена

**Электронная учебно-методическая документация**

№	Вид литературы	Наименование разработки	Наименование ресурса в электронной форме	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
1	Основная литература	Манн, И.Б. 77 коротких рецензий на лучшие книги по маркетингу и продажам. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2005. — 86 с. — Режим доступа: <a href="http://e.lanbook.com/book/62234">http://e.lanbook.com/book/62234</a> — Загл. с экрана.	Электронно-библиотечная система Издательства Лань	Интернет / Авторизованный
2	Дополнительная литература	Белов, Н.А. Методические указания к выполнению магистерской диссертации: курсовые работы и проекты по направлению подготовки, научно-исследовательская работа, подготовка, оформление и защита выпускной квалификационной	Электронно-библиотечная система Издательства Лань	Интернет / Авторизованный

		работы. [Электронный ресурс] / Н.А. Белов, М.В. Пикунов, С.В. Лактионов. — Электрон. дан. — М. : МИСИС, 2013. — 105 с. — Режим доступа: <a href="http://e.lanbook.com/book/47415">http://e.lanbook.com/book/47415</a> — Загл. с экрана.		
3	Методические пособия для самостоятельной работы студента	Научно-исследовательская работа магистра по направлениям «Менеджмент» и «Экономика»: методические указания / сост. Ю.В. Асташова, А.И. Демченко, И.П. Савельева. — Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2014. — 58 с.	Учебно-методические материалы кафедры	Локальная Сеть / Свободный

## 10. Информационные технологии, используемые при проведении практики

Перечень используемого программного обеспечения:

Нет

Перечень используемых информационных справочных систем:

Нет

## 11. Материально-техническое обеспечение практики

Место прохождения практики	Адрес места прохождения	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, обеспечивающие прохождение практики
ЮУрГУ, Научная библиотека	454080, Челябинск, пр-т Ленина, 87	Основные фонды библиотеки
Кафедра Маркетинг	454080, Челябинск, Пр.Ленина, 85, а.572/2	методический фонд кафедры (авторефераты диссертаций)