

ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ
Директор института
Высшая школа экономики и
управления

23.08.2017 И. П. Савельева

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. Окольнішнікова

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

24.06.2017
(подпись)

Ю. В. Астахова

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
провести 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 окончании 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. Жмурова, 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: http://e.lanbook.com/book/62234 — 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: http://e.lanbook.com/book/47415 — 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	ЛокальнаяСеть / 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)