

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
М.В.ЛОМОНОСОВА»**

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

«УТВЕРЖДАЮ»

Декан экономического факультета МГУ

профессор _____ А.А.Аузан

«__» _____ 2021 год

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины:

**НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ СЕМИНАР
МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ «МАРКЕТИНГ»
(5 ТРИМЕСТР)**

Уровень высшего образования:

МАГИСТРАТУРА

Направление подготовки:

38.04.02. МЕНЕДЖМЕНТ

Форма обучения:

ОЧНАЯ

Рабочая программа рассмотрена и одобрена
Учебно-методической комиссией экономического факультета
(протокол № _____, дата)

Москва 2021

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом (ОС МГУ) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки магистратуры 38.04.02. Менеджмент.

ОС МГУ утвержден решением Ученого совета МГУ имени М.В.Ломоносова от 28 декабря 2020 года, протокол №7

Год (годы) приема на обучение: 2021 и последующие

1. Место и статус дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы подготовки магистра

Статус дисциплины: *обязательная*

Триместр: 4

2. Входные требования (реквизиты) для освоения дисциплины

Для успешного освоения данного курса требуются знания и навыки, полученные в следующих дисциплинах:

- Научно-практический семинар (1-4 триместр)
- История и методология экономической науки (Философия)
- Современные технологии анализа данных
- Маркетинговые исследования 1, 2
- Иностранный язык

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с требуемыми компетенциями выпускников

Компетенции выпускников (коды)	Индикаторы (показатели) достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), сопряженные с компетенциями
ПК-3. Способен обобщать и представлять научные результаты в рамках отдельного исследования	ПК-3.И-1. Представляет результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	ПК-3.И-1.3-1. Знает актуальные требования к структуре основных форм представления результатов исследования, в том числе научного отчета, статьи и доклада
		ПК3.И-1.У-1. Умеет представлять результаты научно-исследовательской деятельности в устной и письменной форме в профессиональном сообществе

<p>МПК-1. Способен проводить анализ состояния рынков, маркетинговой деятельности коммерческих и некоммерческих организаций, вносить предложения по оптимизации бизнес-процессов клиентоориентированной компании, разрабатывать системы показателей оценки результативности маркетинга</p>	<p>МПК-1.И-1. Выявляет рыночные возможности и варианты оптимизации маркетинговых-процессов клиентоориентированной компании на основе комплексного анализа внешних и внутренних факторов</p>	<p>МПК-1.И-1.3-1. Знает методы, инструменты и модели стратегического анализа рынка и маркетинговой деятельности компании</p>
		<p>МПК-1.И-1.У-1. Умеет разрабатывать рекомендации по оптимизации маркетинговых-процессов на основе анализа внешних и внутренних факторов</p>
	<p>МПК-1.И-2. Оценивает на основе аналитических показателей результаты маркетинговой деятельности компании для повышения клиентоориентированности</p>	<p>МПК-1.И-2.3-1. Знает системы показателей оценки маркетинговой деятельности и метрики клиентоориентированности</p>
		<p>МПК-1.И-2.У-1. Умеет оценивать результаты маркетинговой деятельности компании на основе комплексной системы показателей</p>
<p>МПК-4. Способен проводить самостоятельные исследования в сфере маркетинга в соответствии с разработанной программой</p>	<p>МПК-4.И-1. Эффективно применяет современные техники и методики сбора данных, а также продвинутые методы их обработки и анализа с использованием информационно-аналитических систем</p>	<p>МПК-4.И-1.3-1. Знает современные методы сбора, обработки и анализа данных для принятия управленческих решений и развития маркетинга в компании</p>
		<p>МПК-4.И-1.У-1. Умеет применять современные методы сбора, обработки и анализа данных для принятия управленческих решений в сфере маркетинга</p>
	<p>МПК-4.И-2. Разрабатывает и осуществляет исследовательские и аналитические проекты для реализации маркетинговой деятельности компании</p>	<p>МПК-4.И-2.У-1. Умеет разрабатывать программу маркетинговых исследований, включающую постановку гипотез и исследовательских вопросов</p>

МПК-4.И-2.У-2. Умеет интегрировать результаты исследовательских и аналитических проектов в принимаемые управленческие решения в маркетинговой деятельности компании

4. Объем дисциплины по видам занятий

Объем дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 академических часов, из которых 144 академических часов составляет контактная работа с преподавателем, 144 академических часа составляет самостоятельная работа студента магистратуры

5. **Формат обучения:** очное с применением электронных средств обучения

6. **Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий**

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля), Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Всего (часы)	В том числе				
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) <i>Виды контактной работы, часы</i>				Самостоятельная работа обучающегося <i>Виды самостоятельной работы, часы</i>
		Занятия семинарского типа	Групповые консультации	Индивидуальные консультации	Всего	Всего
Раздел 1. Составление индивидуального плана эмпирического исследования студента	32	8	-	12	20	12

Раздел 2. Выполнение поставленных задач в рамках 1-го этапа, согласно индивидуальному плану	76	20	-	20	40	36
Раздел 3. Выполнение поставленных задач в рамках 2-го этапа, согласно индивидуальному плану	76	20	-	20	40	36
Раздел 4. Выполнение поставленных задач в рамках 3-го этапа, согласно индивидуальному плану	76	20	-	20	40	36
Промежуточная аттестация	28	4	-	0		24
Итого	288			144		144

Краткое содержание тем дисциплины

Раздел 1. Составление индивидуального плана эмпирического исследования студента

План-график своей работы по выполнению магистерского исследования – задачи, результаты, сроки. Выбор и обоснование методов эмпирического исследования.

Раздел 2. Выполнение поставленных задач в рамках 1-го этапа, согласно индивидуальному плану

Результаты работы по задачам, поставленным для 1 этапа, и презентация этих результатов с последующим обсуждением в формате научной дискуссии.

Раздел 3. Выполнение поставленных задач в рамках 2-го этапа, согласно индивидуальному плану

Результаты работы по задачам, поставленным для 2 этапа, и презентация этих результатов с последующим обсуждением в формате научной дискуссии.

Раздел 4. Выполнение поставленных задач в рамках 3-го этапа, согласно индивидуальному плану

Результаты работы по задачам, поставленным для 3 этапа, и презентация этих результатов с последующим обсуждением в формате научной дискуссии.

7. Фонд оценочных средств для оценивания результатов обучения по дисциплине

7.1. Примеры оценочных средств:

Результаты обучения по дисциплине	Виды оценочных средств
ПК-3.И-1.3-1. Знает актуальные требования к структуре основных форм представления результатов исследования, в том числе научного отчета, статьи и доклада	План-график своей работы по выполнению эмпирической (лабораторной, экспериментальной и т.д.) части магистерской диссертации
ПК-3.И-1.У-1. Умеет представлять результаты научно-исследовательской деятельности в устной и письменной форме в профессиональном сообществе	Занятия (воркшопы) по эмпирическим методам сбора (опросы, интервью и др.) и анализа данных
МПК-1.И-1.3-1. Знает методы, инструменты и модели стратегического анализа рынка и маркетинговой деятельности компании	Результаты работы по задачам, поставленным для 1 этапа исследования (научный текст с описанием полученных на данном этапе результатов)
МПК-1.И-1.У-1. Умеет разрабатывать рекомендации по оптимизации маркетинговых-процессов на основе анализа внешних и внутренних факторов	Защита результатов, выполненных по 1 этапу, в формате презентации и ответов на вопросы
МПК-1.И-2.3-1. Знает системы показателей оценки маркетинговой деятельности и метрики клиентоориентированности	Результаты работы по задачам, поставленным для 2 этапа исследования (научный текст с описанием полученных на данном этапе результатов)
МПК-1.И-2.У-1. Умеет оценивать результаты маркетинговой деятельности компании на основе комплексной системы показателей	Защита результатов, выполненных по 2 этапу, в формате презентации и ответов на вопросы
МПК-4.И-1.3-1. Знает современные методы сбора, обработки и анализа данных для принятия управленческих решений и развития маркетинга в компании	Результаты работы по задачам, поставленным для 3 этапа исследования (научный текст с описанием полученных на данном этапе результатов)
МПК-4.И-1.У-1. Умеет применять современные методы сбора, обработки и анализа данных для принятия управленческих решений в сфере маркетинга	Итоговое занятие с предзащитой результатов работы над эмпирической частью диссертационного исследования
МПК-4.И-2.У-1. Умеет разрабатывать программу маркетинговых исследований, включающую постановку гипотез и исследовательских вопросов	Итоговое занятие с предзащитой результатов работы над эмпирической частью диссертационного исследования
МПК-4.И-2.У-2. Умеет интегрировать результаты исследовательских и аналитических проектов в принимаемые управленческие решения в маркетинговой деятельности компании	Итоговое занятие с предзащитой результатов работы над эмпирической частью диссертационного исследования

7.2. Критерии оценивания (баллы) по дисциплине:

Виды оценочных средств	Баллы
План-график своей работы по выполнению эмпирической (лабораторной, экспериментальной и т.д.) части магистерской диссертации	20
Занятия (воркшопы) по эмпирическим методам сбора (опросы, интервью и др.) и анализа данных	30
Результаты работы по задачам, поставленным для 1 этапа исследования (научный текст с описанием полученных на данном этапе результатов)	70
Защита результатов, выполненных по 1 этапу, в формате презентации и ответов на вопросы	30
Результаты работы по задачам, поставленным для 2 этапа исследования (научный текст с описанием полученных на данном этапе результатов)	70
Защита результатов, выполненных по 2 этапу, в формате презентации и ответов на вопросы	30
Результаты работы по задачам, поставленным для 3 этапа исследования (научный текст с описанием полученных на данном этапе результатов)	70
Итоговое занятие с предзащитой результатов работы над эмпирической частью диссертационного исследования	80
Итого	400

7.3. Оценка по дисциплине выставляется, исходя из следующих критериев:

Оценка	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
<i>Отлично</i>	340	400
<i>Хорошо</i>	260	339,9
<i>Удовлетворительно</i>	160	259,9
<i>Неудовлетворительно</i>	80	159,9

Примечание: в случае, если магистрант за триместр набирает менее 20% баллов от максимального количества по дисциплине, то уже на промежуточном контроле (и далее на пересдачах) действует следующее правило сдачи: «магистрант может получить только оценку «Удовлетворительно», и только если получит за промежуточный контроль, включающий весь материал дисциплины, не менее, чем 85% от баллов за промежуточный контроль».

7.4. Типовые задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения:

Задание «Составление графика проведения эмпирического исследования»

В начале триместра каждый студент составляет план-график своей работы по выполнению эмпирического исследования, в котором выделяются задачи / подзадачи, результаты, сроки.

План-график должен быть таким, чтобы к концу триместра у каждого было выполнено намеченное исследование, направленное на достижение цели магистерской диссертации.

В плане-графике выделяется 3 этапа, на каждом этапе должно выполняться не менее одной задачи диссертации (или несколько подзадач).

Структура плана-графика во многом определяется спецификой исследования (исследования с экспериментальной частью vs. исследования без нее, исследования на первичных данных vs. исследования на вторичных данных)

План-график должен быть сбалансирован по нагрузке: нагрузка по выполнению задач должна быть распределена равномерно на протяжении триместра с "запасом" под форс-мажоры.

Шаблон плана-графика:



Индивидуальный план-график работы на 5 триместр 2019 года

Фамилия, имя студента:

Этап	Задача/задачи диссертации, относящиеся к данному этапу	Подзадачи (технические задачи), выполняемые на этапе	Ожидаемые результаты этапа
Первый (январь 2019)		1.	1.
Второй (февраль 2019)		1.	1.
Третий (март 2019)		1.	1.

Задания «Отчет об этапе проведения эмпирического исследования»

На каждом этапе сдается файл с оформленными результатами выполнения задачи, поставленной в рамках соответствующего этапа (файл

загружается на портал on.econ). Оформленный результат является научным текстом, сопровождающим полученный результат - описывающим ход работы, аргументирующим выбор метода/базы данных/дизайн эксперимента и т.д.

В ходе презентации результатов каждого этапа представляются конкретные результаты, согласно задачам, поставленным в плане-графике. Результаты представляются в виде авторских схем, таблиц, графиков, наглядно демонстрирующих достигнутый результат.

Защита результатов исследования на итоговом занятии включает презентацию следующих элементов магистерского исследования:

- Введение (проблема, гипотезы, базы данных, методология исследования)
- Корректировки по теоретической части работы
- Стратегия и результаты эмпирического исследования.

7.5. Методические рекомендации и требования к выполнению заданий:

Устное выступление сопровождается слайдами (иллюстративным материалом). Выставляемая оценка основана на следующих критериях: соответствие заявленной теме, соответствие задачам, поставленным на данный этап в индивидуальном плане, актуальность, оригинальность, владение теоретическим материалом, владение методами исследования, практическая значимость и обоснованность выводов.

8. Ресурсное обеспечение

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Booth W. C., Colomb G. G., Williams J. M. The craft of research. – University of Chicago press, 2003.
2. Hair J. F. et al. Essentials of marketing research. – McGraw-Hill/Higher Education, 2008.
3. Rendle-Short J. The academic presentation: Situated talk in action. – Ashgate Publishing, Ltd., 2006.

8.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

Word, Excel, PowerPoint

8.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

Институциональная подписка ЭФ МГУ: https://www.econ.msu.ru/elibrary/is/inst_subs

8.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Портал онлайн-курсов ЭФ МГУ: <https://on.econ.msu.ru/>

8.5. Описание материально-технической базы

Для организации занятий по дисциплине необходимы мультимедийные аудитории с проектором и доступом в Интернет. Презентации занятий, статьи и учебно-методические материалы размещаются на странице дисциплины на портале онлайн-курсов ЭФ МГУ.

9. Язык преподавания: русский

10. Преподаватели:

Гудкова Татьяна Викторовна, доцент кафедры микро- и макроэкономического анализа ЭФ МГУ

Пахалов Александр Михайлович, научный сотрудник лаборатории институционального анализа ЭФ МГУ

Рыбалко Мария Александровна, доцента кафедры маркетинга ЭФ МГУ

Серпухова Мария Александровна, ассистент кафедры экономики труда и персонала ЭФ МГУ

11. Разработчик программы: Пахалов Александр Михайлович, научный сотрудник лаборатории институционального анализа ЭФ МГУ