

**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»
(2 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: 2

2. Входные требования (реквизиты) для освоения дисциплины

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

- Научно-практический семинар 1 триместр
- История и методология управления (философия)
- Методы исследований в менеджменте
- 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 |
|--|--|--|
| УК-4. Способен организовывать и осуществлять руководство работой команды (группы), вырабатывая и реализуя командную стратегию для достижения поставленной цели | УК-4.И-1. Формирует эффективную команду | УК-4.И-1.3-1. Знает основные модели командообразования и факторы, влияющие на эффективность командной работы |
| | | УК-4.И-1.3-2. Знает основные современные технологии организации деятельности команд, в том числе - виртуальных |
| | | УК-4.И-1.У-1. Умеет распределять роли в команде с учетом индивидуальных характеристик участников |

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>УК-4.И-1.У-2. Умеет ставить перед каждым участником команды четко сформулированную задачу с учетом его роли</p> |
| | | <p>УК-4.И-1.У-3. Умеет выбирать методы организации работы команды с учетом специфики поставленной цели, временных и прочих ограничений</p> |
| | | <p>УК-4.И-1.У-4. Умеет планировать работу команды по достижению поставленных целей и оценивать необходимые ресурсы</p> |
| | <p>УК-4.И-2. Координирует и направляет деятельность участников команды на достижение поставленной цели с учетом особенностей поведения ее участников, временных и прочих ограничений</p> | <p>УК-4.И-2.3-1. Знает основные методы анализа взаимодействия в команде</p> |
| | | <p>УК-4.И-2.3-2. Знает основные принципы и современные технологии осуществления эффективного коммуникационного процесса</p> |
| | | <p>УК-4.И-2.У-1. Умеет поддерживать в команде атмосферу сотрудничества и достижения цели, показывая ценность вклада каждого участника</p> |
| | | <p>УК-4.И-2.У-2. Умеет предоставлять эффективную обратную связь участникам команды по промежуточным и конечным результатам работы</p> |
| | | <p>УК-4.И-2.У-3. Умеет выявлять конфликты, возникающие в процессе командной работы, и конструктивно управлять ими</p> |

| | | |
|---|--|---|
| | | УК-4.И-2.У-4. Умеет использовать различные типы коммуникации для обеспечения эффективного взаимодействия участников команды, в том числе - виртуальной |
| ОПК-5. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты | ОПК-5.И-1. Анализирует и систематизирует научные исследования в менеджменте и смежных областях | ОПК-5.И-1.3-1. Знает современное состояние научных исследований в менеджменте и смежных областях |
| | | ОПК-5.И-1.У-1. Умеет вырабатывать собственную точку зрения на основе обобщения и критической оценки научных достижений, полученных отечественными и зарубежными исследователями |
| | ОПК-5.И-2. Разрабатывает и реализует научно-исследовательские проекты | ОПК-5.И-3.3-1. Знает методы проведения научных исследований в менеджменте и способы представления результатов исследования |
| | | ОПК-5.И-3.У-1. Умеет самостоятельно разрабатывать план исследования, проводить исследование, представлять и защищать полученные результаты в виде презентации/доклада |
| ПК-9. Способен находить, систематизировать и анализировать информацию в области консультирования управленческой | ПК-9.И-1. Определяет информационную базу исследования в области консультирования управленческой деятельности | ПК-9.И-1.3-1. Знает информационную базу исследования в области консультирования управленческой деятельности |

| | | |
|--|--|--|
| деятельности | | ПК-9.И-1.У-1. Умеет собирать информацию в области консультирования управленческой деятельности |
| | ПК-9.И-2. Выбирает методологию и разрабатывает инструментарий для систематизации и анализа информации в области консультирования управленческой деятельности | ПК-9.И-2.3-1. Знает методы систематизации и анализа информации в области консультирования управленческой деятельности |
| | | ПК-9.И-2.У-1. Умеет анализировать и систематизировать собранную информацию в области консультирования управленческой деятельности |
| 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 | МПК-1.И-1. Выявляет рыночные возможности и варианты оптимизации маркетинговых-процессов клиентоориентированной компании на основе комплексного анализа внешних и внутренних факторов | МПК-1.И-1.3-1. Знает методы, инструменты и модели стратегического анализа рынка и маркетинговой деятельности компании |
| | | МПК-1.И-1.У-1. Умеет разрабатывать рекомендации по оптимизации маркетинговых-процессов на основе анализа внешних и внутренних факторов |
| | МПК-1.И-2. Оценивает на основе аналитических показателей результаты маркетинговой деятельности компании для повышения клиентоориентированности | МПК-1.И-2.3-1. Знает системы показателей оценки маркетинговой деятельности и метрики клиентоориентированности |
| | | МПК-1.И-2.У-1. Умеет оценивать результаты маркетинговой деятельности компании на основе комплексной системы показателей |

| | | |
|--|---|---|
| <p>МПК-2. Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговую стратегию и маркетинговые программы на уровне отдельных организаций, сетевых структур, регионов</p> | <p>МПК-2.И-1. Формулирует маркетинговую стратегию для различных уровней</p> | <p>МПК-2.И-1.3-1. Знает понятия, терминологию, теоретические аспекты и современные управленческие подходы в сфере стратегического маркетинга</p> |
| | | <p>МПК-2.И-1.У-1. Умеет разрабатывать стратегию и отдельные ее элементы для осуществления маркетинговой деятельности с учетом специфики организации или уровня управления</p> |
| | <p>МПК-2.И-2. Принимает необходимые управленческие решения по реализации маркетинговой стратегии и программы</p> | <p>МПК-2.И-2.У-1. Умеет принимать управленческие решения, нацеленные на реализацию маркетинговой стратегии и программы</p> |
| | | <p>МПК-2.И-2.У-2. Умеет оценивать соответствие принимаемых управленческих решений стратегическим маркетинговым целям</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> <p>МПК-4.И-2.У-2. Умеет интегрировать результаты исследовательских и аналитических проектов в принимаемые управленческие решения в маркетинговой деятельности компании</p> |
|--|---|---|

4. Объем дисциплины по видам занятий

Объем дисциплины составляет 3 зачетных единицы: 108 академических часов, из которых 52 академических часа составляет контактная работа с преподавателем, 56 академических часов составляет самостоятельная работа магистранта.

5. **Формат обучения:** используется электронная информационная среды экономического факультета МГУ имени М.В.Ломоносова «ON.ECON».

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

| <p>Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля), Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)</p> | <p>Всего (часы)</p> | <p>В том числе</p> | |
|---|---------------------|--|---|
| | | <p>Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) <i>Виды контактной работы, часы</i></p> | <p>Самостоятельная работа обучающегося <i>Виды самостоятельной работы, часы</i></p> |
| | | | |

| | | Занятия семинарского типа | Групповые консультации | Индивидуальные консультации | Всего | Всего |
|--|-----|---------------------------------|---------------------------|--------------------------------|-------|-------|
| Тема 1. Вводное занятие научно-практического семинара во втором триместре. Формат, требования и особенности выполнения заданий по научно-практическому семинару во втором триместре | 8 | 4 | - | 0 | 4 | 4 |
| Тема 2. Разработка проблематики магистерской диссертации: особенности формата обзора литературы (научного обзора) | 28 | 4 | - | 12 | 16 | 12 |
| Тема 3. Разработка проблематики магистерской диссертации: особенности подготовки обзорной части (первой главы) диссертации | 24 | 4 | - | 8 | 14 | 12 |
| Тема 4. Особенности и методы проведения научно-практических маркетинговых исследований в отдельных отраслях и сферах деятельности | 36 | 12 | - | 4 | 16 | 20 |
| Промежуточная аттестация | 12 | 4 | | 0 | | 8 |
| Итого | 108 | | | 52 | | 56 |

Краткое содержание тем дисциплины

Тема 1. Вводное занятие научно-практического семинара во втором триместре. Формат, требования и особенности выполнения заданий по научно-практическому семинару во втором триместре

Обзор задач научно-практического семинара во втором триместре. Знакомство с программой курса, заданиями и требованиями к их

выполнению. Обзор основных форм научно-практической активности студентов, в том числе презентация весенних молодежных конференций.

Литература:

1. Портал конференций «Ломоносов» // URL: <https://lomonosov-msu.ru>
2. Эко У. Как написать дипломную работу // Гуманитарные науки: Учебно-методическое пособие / Пер. с ит. Е. Костюкович.– М.: Книжный дом «Университет. – 2003. – Т. 2.

Тема 2. Разработка проблематики магистерской диссертации: особенности формата обзора литературы (научного обзора)

Формат обзора литературы и его особенности. Структура написания литературного обзора. Логика подбора и анализа источников для написания литературного обзора.

Литература:

1. Booth W. C., Colomb G. G., Williams J. M. The craft of research. – University of Chicago press, 2003.
2. Palmatier R. W., Houston M. B., Hulland J. Review articles: Purpose, process, and structure //Journal of the Academy of Marketing Science. – 2018. – Т. 46. – С. 1-5.
3. Радаев В. В. Как организовать и представить исследовательский проект: 75 простых правил. – М.: ВШЭ, 2001.

Тема 3. Разработка проблематики магистерской диссертации: особенности подготовки обзорной части (первой главы) диссертации

Особенности выбора научных, практических и статистических источников для написания обзора исследований в рамках магистерской диссертации. Основные подходы к оценке качества и научного уровня источников. Структура и особенности первой главы магистерской диссертации.

Литература:

1. Booth W. C., Colomb G. G., Williams J. M. The craft of research. – University of Chicago press, 2003.
2. Kremer M. Writing Papers: A Checklist // URL: http://qed.econ.queensu.ca/pub/faculty/sumon/mkremer_checklist_paper.pdf
3. Радаев В. В. Как организовать и представить исследовательский проект: 75 простых правил. – М.: ВШЭ, 2001.

Тема 4. Особенности и методы проведения научно-практических маркетинговых исследований в отдельных отраслях и сферах деятельности

Маркетинговые исследования в сфере FMCG (товаров массового потребления): методы, подходы, данные, практика применения ведущими компаниями. Маркетинговые исследования в финансовом секторе экономики: методы, подходы, данные, практика применения ведущими компаниями. Маркетинговые исследования в инновационных компаниях: методы, подходы, данные, практика применения.

Литература:

1. Belk R. W. (ed.). Handbook of qualitative research methods in marketing. – Edward Elgar Publishing, 2007.
2. Hair J. F. et al. Essentials of marketing research. – McGraw-Hill/Higher Education, 2008.
3. Perry C. Processes of a case study methodology for postgraduate research in marketing // European journal of marketing. – 1998. – Vol. 32. – №. 9/10. – P. 785-802.
4. Иллюстративные раздаточные материалы (слайды, буклеты, гайды) от приглашенных спикеров из трех компаний: FMCG-сектора, финансового сектора и инновационной компании.

7. Фонд оценочных средств для оценивания результатов обучения по дисциплине
7.1. Примеры оценочных средств:

| Результаты обучения по дисциплине | Виды оценочных средств |
|---|---|
| УК-4.И-1.3-1. Знает основные модели командообразования и факторы, влияющие на эффективность командной работы | Задание по подготовке рецензии на обзорную статью |
| УК-4.И-1.3-2. Знает основные современные технологии организации деятельности команд, в том числе - виртуальных | Задание по подготовке рецензии на обзорную статью |
| УК-4.И-1.У-1. Умеет распределять роли в команде с учетом индивидуальных характеристик участников | Работа на мастер-классах и выполнение заданий от компаний-партнеров программы |
| УК-4.И-1.У-2. Умеет ставить перед каждым участником команды четко сформулированную задачу с учетом его роли | Работа на мастер-классах и выполнение заданий от компаний-партнеров программы |
| УК-4.И-1.У-3. Умеет выбирать методы организации работы команды с учетом специфики поставленной цели, временных и прочих ограничений | Работа на мастер-классах и выполнение заданий от компаний-партнеров программы |
| УК-4.И-1.У-4. Умеет планировать работу команды по достижению поставленных целей и оценивать необходимые ресурсы | Работа на мастер-классах и выполнение заданий от компаний-партнеров программы |
| УК-4.И-2.3-1. Знает основные методы анализа взаимодействия в команде | Задание по подготовке рецензии на обзорную статью |
| УК-4.И-2.3-2. Знает основные принципы и современные технологии осуществления эффективного коммуникационного процесса | Задание по подготовке рецензии на обзорную статью |
| УК-4.И-2.У-1. Умеет поддерживать в команде атмосферу сотрудничества и достижения цели, показывая ценность вклада каждого участника | Работа на мастер-классах и выполнение заданий от компаний-партнеров программы |
| УК-4.И-2.У-2. Умеет предоставлять эффективную обратную связь участникам команды по промежуточным и конечным результатам работы | Работа на мастер-классах и выполнение заданий от компаний-партнеров программы |

| | |
|---|--|
| УК-4.И-2.У-3. Умеет выявлять конфликты, возникающие в процессе командной работы, и конструктивно управлять ими | Работа на мастер-классах и выполнение заданий от компаний-партнеров программы |
| УК-4.И-2.У-4. Умеет использовать различные типы коммуникации для обеспечения эффективного взаимодействия участников команды, в том числе - виртуальной | Работа на мастер-классах и выполнение заданий от компаний-партнеров программы |
| ОПК-5.И-1.3-1. Знает современное состояние научных исследований в менеджменте и смежных областях | Задание по подготовке рецензии на обзорную статью |
| ОПК-5.И-1.У-1. Умеет вырабатывать собственную точку зрения на основе обобщения и критической оценки научных достижений, полученных отечественными и зарубежными исследователями | Работа на мастер-классах и выполнение заданий от компаний-партнеров программы |
| ОПК-5.И-3.3-1. Знает методы проведения научных исследований в менеджменте и способы представления результатов исследования | Задание по подготовке рецензии на обзорную статью |
| ОПК-5.И-3.У-1. Умеет самостоятельно разрабатывать план исследования, проводить исследование, представлять и защищать полученные результаты в виде презентации/доклада | Работа на мастер-классах и выполнение заданий от компаний-партнеров программы |
| ПК-9.И-1.3-1. Знает информационную базу исследования в области консультирования управленческой деятельности | Научно-аналитический обзор по теме магистерской диссертации (в формате обзорной статьи для научного семинара) ¹ |
| ПК-9.И-1.У-1. Умеет собирать информацию в области консультирования управленческой деятельности | Итоговое занятие с предзащитой результатов работы над магистерской диссертацией |
| ПК-9.И-2.3-1. Знает методы систематизации и анализа информации в области консультирования управленческой деятельности | Научно-аналитический обзор по теме магистерской диссертации (в формате обзорной статьи для научного семинара) ² |
| ПК-9.И-2.У-1. Умеет анализировать и систематизировать собранную информацию в области консультирования управленческой деятельности | Итоговое занятие с предзащитой результатов работы над магистерской диссертацией |
| МПК-1.И-1.3-1. Знает методы, инструменты и модели стратегического анализа рынка и | Научно-аналитический обзор по теме магистерской |

¹ В случае успешного отбора студента на всероссийскую или международную конференцию с докладом, соответствующим теме магистерской диссертации, участие в такой конференции может быть зачтено в качестве выполнения указанного задания. Кроме того, в качестве этого задания может быть зачтена разработка учебно-практического кейса олимпиадного уровня (с решением).

² В случае успешного отбора студента на всероссийскую или международную конференцию с докладом, соответствующим теме магистерской диссертации, участие в такой конференции может быть зачтено в качестве выполнения указанного задания. Кроме того, в качестве этого задания может быть зачтена разработка учебно-практического кейса олимпиадного уровня (с решением).

| | |
|--|--|
| маркетинговой деятельности компании | диссертации (в формате обзорной статьи для научного семинара) ³ |
| МПК-1.И-1.У-1. Умеет разрабатывать рекомендации по оптимизации маркетинговых-процессов на основе анализа внешних и внутренних факторов | Итоговое занятие с предзащитой результатов работы над магистерской диссертацией |
| МПК-1.И-2.3-1. Знает системы показателей оценки маркетинговой деятельности и метрики клиенториентированности | Научно-аналитический обзор по теме магистерской диссертации (в формате обзорной статьи для научного семинара) ⁴ |
| МПК-1.И-2.У-1. Умеет оценивать результаты маркетинговой деятельности компании на основе комплексной системы показателей | Итоговое занятие с предзащитой результатов работы над магистерской диссертацией |
| МПК-2.И-1.3-1.Знает понятия, терминологию, теоретические аспекты и современные управленческие подходы в сфере стратегического маркетинга | Научно-аналитический обзор по теме магистерской диссертации (в формате обзорной статьи для научного семинара) ⁵ |
| МПК-2.И-1.У-1. Умеет разрабатывать стратегию и отдельные ее элементы для осуществления маркетинговой деятельности с учетом специфики организации или уровня управления | Итоговое занятие с предзащитой результатов работы над магистерской диссертацией |
| МПК-2.И-2.У-1. Умеет принимать управленческие решения, нацеленные на реализацию маркетинговой стратегии и программы | Итоговое занятие с предзащитой результатов работы над магистерской диссертацией |
| МПК-2.И-2.У-2. Умеет оценивать соответствие принимаемых управленческих решения стратегическим маркетинговым целям | Итоговое занятие с предзащитой результатов работы над магистерской диссертацией |
| МПК-4.И-1.3-1.Знает современные методы сбора, обработки и анализа данных для принятия управленческих решений и развития маркетинга в компании | Научно-аналитический обзор по теме магистерской диссертации (в формате обзорной статьи для научного семинара) ⁶ |

³ В случае успешного отбора студента на всероссийскую или международную конференцию с докладом, соответствующим теме магистерской диссертации, участие в такой конференции может быть зачтено в качестве выполнения указанного задания. Кроме того, в качестве этого задания может быть зачтена разработка учебно-практического кейса олимпиадного уровня (с решением).

⁴ В случае успешного отбора студента на всероссийскую или международную конференцию с докладом, соответствующим теме магистерской диссертации, участие в такой конференции может быть зачтено в качестве выполнения указанного задания. Кроме того, в качестве этого задания может быть зачтена разработка учебно-практического кейса олимпиадного уровня (с решением).

⁵ В случае успешного отбора студента на всероссийскую или международную конференцию с докладом, соответствующим теме магистерской диссертации, участие в такой конференции может быть зачтено в качестве выполнения указанного задания. Кроме того, в качестве этого задания может быть зачтена разработка учебно-практического кейса олимпиадного уровня (с решением).

⁶ В случае успешного отбора студента на всероссийскую или международную конференцию с докладом, соответствующим теме магистерской диссертации, участие в такой конференции может быть зачтено в качестве выполнения указанного задания. Кроме того, в качестве этого задания может быть зачтена разработка учебно-практического кейса олимпиадного уровня (с решением).

| | |
|---|---|
| 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 магистерской диссертацией |
| МПК-4.И-2.У-1. Умеет разрабатывать программу маркетинговых исследований, включающую постановку гипотез и исследовательских вопросов | Итоговое занятие с предзащитой результатов работы над магистерской диссертацией |
| 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 магистерской диссертацией |

7.2. Критерии оценивания (баллы) по дисциплине:

| Виды оценочных средств | Баллы |
|--|------------|
| Задание по подготовке рецензии на обзорную статью | 15 |
| Работа на мастер-классах и выполнение заданий от компаний-партнеров программы | 55 |
| Научно-аналитический обзор по теме магистерской диссертации (в формате обзорной статьи для научного семинара) ⁷ | 50 |
| Итоговое занятие с предзащитой результатов работы над магистерской диссертацией | 30 |
| Итого | 150 |

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

| Оценка | Минимальное количество баллов | Максимальное количество баллов |
|----------------------------|-------------------------------|--------------------------------|
| <i>Отлично</i> | 127,5 | 150,0 |
| <i>Хорошо</i> | 97,5 | 127,0 |
| <i>Удовлетворительно</i> | 60,0 | 97,0 |
| <i>Неудовлетворительно</i> | 0,0 | 59,5 |

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

⁷ В случае успешного отбора студента на всероссийскую или международную конференцию с докладом, соответствующим теме магистерской диссертации, участие в такой конференции может быть зачтено в качестве выполнения указанного задания. Кроме того, в качестве этого задания может быть зачтена разработка учебно-практического кейса олимпиадного уровня (с решением).

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 по подготовке рецензии на научную обзорную статью

Для выполнения задания группа делится на команды рецензентов численностью 3–5 человек. Капитан команды рецензентов получает от преподавателя текст статьи. В течение установленного срока команда готовит рецензию на предоставленную статью по предложенной форме:

Критерии оценки

(по каждому критерию выделить заливкой балл, соответствующий мнению рецензента об уровне рукописи):

| Критерий | Оценка (1-минимальный балл, 5 - максимальный) | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Актуальность темы | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Структура и логика статьи | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Качество аргументации | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Использование иллюстративного материала | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Научный уровень использованных источников | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Комментарии рецензентов (не менее 1 страницы):

Пожалуйста, прокомментируйте Ваши оценки по каждому критерию из вышеприведенной таблицы. Должны быть отмечены как сильные, так и слабые стороны рукописи. Если есть возможность улучшений, пожалуйста, дайте максимально конкретные рекомендации.

Задание по подготовке авторской научной обзорной статьи

Научно-аналитический обзор готовится по теме магистерской диссертации и должен соответствовать базовым требованиям, предъявляемым к обзорным статьям, публикуемым в хороших научных журналах.

Формальные требования:

- 1) Объем 15-25 тысяч знаков (с пробелами), минимум 15 использованных источников, из которых не менее 7 - англоязычные
- 2) Текст обзора готовится на русском или английском языках

В случае успешного отбора студента на всероссийскую или международную конференцию с докладом, соответствующим теме магистерской диссертации, участие в такой конференции может быть зачтено в качестве выполнения задания по научно-аналитическому обзору.

Оценка научного обзора основана на следующих критериях: соответствие заявленной теме, актуальность, оригинальность, владение теоретическим материалом, практическая значимость и обоснованность выводов. Подготовленные обзоры отправляются в электронном виде через страницу дисциплины на портале онлайн-курсов ЭФ МГУ. Работы, содержащие более элементы плагиата или сданные с нарушением установленного срока, не проверяются и не оцениваются.

Итоговое занятие

Итоговое занятие проводится в формате предзащиты результатов работы над магистерской диссертацией. На предзащиту выносятся:

- Формулировка темы диссертации
- Цель, задачи, объект, предмет исследования
- Актуальность (в т. ч. в контексте трендов мировых научных исследований в данной области)
- Методология исследования (выбор и обоснование)
- Результаты аналитического обзора литературы

7.5. Методические рекомендации и требования к выполнению заданий:

Все перечисленные пункты должны быть представлены с учетом изменений, внесенных по результатам исправления замечаний, сформулированных преподавателями дисциплины «Научно-практический семинар» на предзащите в конце первого триместра, а также с учетом результатов работы во втором триместре. Выставляемая оценка основана на следующих критериях: корректность формулировки темы и целевых установок магистерской диссертации, обоснование актуальности, владение методологией научных исследований, и использование научных исследований по выбранной теме.

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. Kremer M. Writing Papers: A Checklist // URL: http://qed.econ.queensu.ca/pub/faculty/sumon/mkremer_checklist_paper.pdf

3. Palmatier R. W., Houston M. B., Hulland J. Review articles: Purpose, process, and structure //Journal of the Academy of Marketing Science. – 2018. – Т. 46. – С. 1-5.
4. Эко У. Как написать дипломную работу //Гуманитарные науки: Учебно-методическое пособие / Пер. с ит. Е. Костюкович.– М.: Книжный дом «Университет. – 2003. – Т. 2.

Дополнительная литература:

1. Belk R. W. (ed.). Handbook of qualitative research methods in marketing. – Edward Elgar Publishing, 2007.
2. Hair J. F. et al. Essentials of marketing research. – McGraw-Hill/Higher Education, 2008.
3. Perry C. Processes of a case study methodology for postgraduate research in marketing // European journal of marketing. – 1998. – Vol. 32. – №. 9/10. – P. 785-802.
4. Радаев В. В. Как организовать и представить исследовательский проект: 75 простых правил. – М.: ВШЭ, 2001.
5. Портал конференций «Ломоносов» // URL: <https://lomonosov-msu.ru>

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