

**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»  
(4 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 для освоения дисциплины**

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

- Научно-практический семинар (1-3 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
ОПК-2. Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских	ОПК-2.И-1. Эффективно использует современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа	ОПК-2.И-1.3-1. Знает основные источники и методы поиска и сбора информации
		ОПК-2.И-1.У-1. Умеет грамотно использовать продвинутые методы анализа данных сообразно поставленной исследовательской или управленческой задаче

задач	ОПК-2.И-2. Использует интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении управленческих и исследовательских задач	ОПК-2.И-2.У-1. Умеет пользоваться информационно-аналитическими системами, находить и анализировать необходимую информацию в соответствии с решаемой задачей
ПК-7.Способен оценить потребности организации в информации, готовить аналитические материалы для экспертизы управленческих процессов	ПК-7.И-1. Проводит анализ потребности организации в информации	ПК-7.И-1.3-1 Знает цели и задачи информационного менеджмента, причины возникновения информационных потребностей, методы изучения информационных потребностей
		ПК-7.И-1.У-1. Умеет анализировать информационные потребности и определять запросы организации в информационно-аналитическом обеспечении
		ПК-7.И-1.У-2. Умеет готовить материалы, раскрывающие потребности организации в информации для экспертизы управленческих процессов
ПК-9. Способен находить, систематизировать и анализировать информацию в области консультирования управленческой деятельности	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
		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

**4. Объем дисциплины по видам занятий**

Объем дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 академических часов, из которых 88 академических часов составляет контактная работа с преподавателем, 76 академических часов составляет самостоятельная работа студента магистратуры

**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**

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
<b>Тема 1.</b> Написание второй главы магистерской диссертации: рекомендации, подходы, требования	24	4	-	8	12	12
<b>Тема 2.</b> Разработка исследовательских гипотез и концепции научного исследования	32	8	-	8	16	16
<b>Тема 3.</b> Выбор методов и инструментов для тестирования гипотез	32	8	-	8	16	16
<b>Тема 4.</b> Практика маркетинга и маркетинговых исследований в российских и международных компаниях	36	12	-	8	20	16
<b>Промежуточная аттестация</b>	20	4	-	0		16
<b>Итого</b>	144			66		76

### Краткое содержание тем дисциплины

#### **Тема 1. Написание второй главы магистерской диссертации: рекомендации, подходы, требования**

Обзор задач научно-практического семинара в четвертом триместре. Знакомство с программой курса, заданиями и требованиями к их выполнению. Вторая глава магистерской диссертации: требования к содержанию, оформлению, подбору источников, гипотезам.

#### **Тема 2. Разработка исследовательских гипотез и концепции научного исследования**

Основные подходы к разработке гипотез исследования. Исследовательские гипотезы и исследовательские вопросы: основные различия. Особенности разработки гипотез маркетинговых исследований. Обоснование гипотез.

#### *Литература:*

1. Малхотра Н. К. Маркетинговые исследования: практ. руководство: пер. с англ. –4-е изд.:–М.: ООО «ИД Вильямс. – 2007.
2. Burns A. C., Bush R. F. Marketing Research: Online Research Applications with SPSS 13.0 Student Version for Windows. – 2005.

3. McDaniel C., Gates R. Marketing research. – Singapore, 201
4. What is and How to Write a Good Hypothesis in Research? // URL: <https://scientific-publishing.webshop.elsevier.com/manuscript-preparation/what-how-write-good-hypothesis-research/>

**Тема 3. Выбор методов и инструментов для тестирования гипотез**

Количественные и качественные, статистические и эконометрические методы тестирования гипотез. Выбор эмпирической стратегии проверки гипотез с учетом особенностей исследования.

*Литература:*

1. Малхотра Н. К. Маркетинговые исследования: практ. руководство: пер. с англ. –4-е изд.:–М.: ООО «ИД Вильямс. – 2007.
2. Burns A. C., Bush R. F. Marketing Research: Online Research Applications with SPSS 13.0 Student Version for Windows. – 2005.
3. McDaniel C., Gates R. Marketing research. – Singapore, 2013.

**Тема 4. Практика маркетинга и маркетинговых исследований в российских и международных компаниях**

Маркетинговые исследования и стратегии в розничной торговле: практика применения ведущими компаниями отрасли. Маркетинговые исследования и стратегии в сфере B2B: практика применения ведущими компаниями отрасли.

*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.

**7. Фонд оценочных средств для оценивания результатов обучения по дисциплине**

**7.1. Примеры оценочных средств:**

Результаты обучения по дисциплине	Виды оценочных средств
ОПК-2.И-1.3-1. Знает основные источники и методы поиска и сбора информации	Задание по исследовательским гипотезам
ОПК-2.И-1.У-1. Умеет грамотно использовать продвинутые методы анализа данных сообразно поставленной исследовательской или управленческой задаче	Работа на мастер-классах и выполнение заданий от компаний-партнеров программы
ОПК-2.И-2.У-1. Умеет пользоваться информационно-аналитическими системами, находить и анализировать необходимую информацию в соответствии с решаемой задачей	Работа на мастер-классах и выполнение заданий от компаний-партнеров программы

ПК-7.И-1.3-1 Знает цели и задачи информационного менеджмента, причины возникновения информационных потребностей, методы изучения информационных потребностей	Задание по исследовательским гипотезам
ПК-7.И-1.У-1. Умеет анализировать информационные потребности и определять запросы организации в информационно-аналитическом обеспечении	Работа на мастер-классах и выполнение заданий от компаний-партнеров программы
ПК-7.И-1.У-2. Умеет готовить материалы, раскрывающие потребности организации в информации для экспертизы управленческих процессов	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	Задание по разработке и обоснованию методологии исследования
ПК-9.И-1.У-1. Умеет собирать информацию в области консультирования управленческой деятельности	Итоговое занятие с предзащитой результатов методологической части диссертационного исследования
ПК-9.И-2.3-1. Знает методы систематизации и анализа информации в области консультирования управленческой деятельности	Задание по разработке и обоснованию методологии исследования
ПК-9.И-2.У-1. Умеет анализировать и систематизировать собранную информацию в области консультирования управленческой деятельности	Итоговое занятие с предзащитой результатов методологической части диссертационного исследования

**7.2. Критерии оценивания (баллы) по дисциплине:**

Виды оценочных средств	Баллы
Задание по исследовательским гипотезам	40
Задание по разработке и обоснованию методологии исследования	60
Работа на мастер-классах и выполнение заданий от компаний-партнеров программы	60
Итоговое занятие с предзащитой результатов методологической части диссертационного исследования	40
<b>Итого</b>	<b>200</b>

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



Оценка	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
<i>Отлично</i>	170	200
<i>Хорошо</i>	130	169,9
<i>Удовлетворительно</i>	80	129,9
<i>Неудовлетворительно</i>	40	79,9

**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 по разработке гипотез исследования:**

В рамках задания студентам нужно сформулировать 4 гипотезы своего исследования, планируемого к реализации в магистерской диссертации.

К каждой гипотезе необходимо написать абзац текста с ее обоснованием (background)

Задание оценивается по 40-балльной шкале, по 10 баллов на каждую гипотезу.

Критерии проверки задания по разработке гипотез:

- ▶ Формулировка гипотез: по 5 баллов за каждую из гипотез (по 1 баллу за соответствие каждому из критериев правильной постановки гипотез)
- ▶ Обоснование гипотез: по 5 баллов за обоснование каждой из гипотез (3 балла — за использование в обосновании научных статей, обзоров, данных статистики, кейсов и т.д., 2 балла — за логичность и убедительность обоснования)

##### **Задание по разработке методологии тестирования гипотез:**

Для каждой из 4 гипотез, разработанных в рамках предыдущего задания, нужно кратко обосновать методы (способы) их тестирования и описать данные, на которых будет проводиться тестирование

Обоснование методов и описание данных должно быть кратким, но по возможности конкретным. Обязательным является использование источников со ссылками на них.

Желательна доработка гипотез по замечаниям, полученным в результате проверки первого задания.

Критерии проверки задания по разработке и обоснованию методов тестирования гипотез:

- ▶ Выбор и обоснование методов: по 10 баллов за методы тестирования для каждой из гипотез
- ▶ Описание данных: по 5 баллов за описание данных, на основе которых будет тестироваться каждая из гипотез

## **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)
- Основные результаты, полученные в первой и второй главах диссертации

### **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 второго триместра, а также с учетом результатов работы в третьем триместре.

Устное выступление сопровождается слайдами (иллюстративным материалом). Выставляемая оценка основана на следующих критериях: корректность формулировки темы и целевых установок магистерской диссертации, обоснование актуальности, владение методологией научных исследований, использование научных исследований по выбранной теме.

## **8. Ресурсное обеспечение**

### **8.1. Перечень основной и дополнительной литературы**

#### ***Основная литература:***

1. Малхотра Н. К. Маркетинговые исследования: практ. руководство: пер. с англ. .–4-е изд.:–М.: ООО «ИД Вильямс. – 2007.
2. Burns A. C., Bush R. F. Marketing Research: Online Research Applications with SPSS 13.0 Student Version for Windows. – 2005.
3. McDaniel C., Gates R. Marketing research. – Singapore, 2013.

#### ***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. What is and How to Write a Good Hypothesis in Research? // URL: <https://scientific-publishing.webshop.elsevier.com/manuscript-preparation/what-how-write-good-hypothesis-research/>

#### **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](https://www.econ.msu.ru/elibrary/is/inst_subs)

#### **8.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (при необходимости)**

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