**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования
"Национальный исследовательский университет
"Высшая школа экономики"**

Факультет экономики, менеджмента и бизнес-информатики

Департамент менеджмента

**Рабочая программа дисциплины** Научно-исследовательская практика

для образовательной программы магистратуры

38.04.02 «Маркетинг»

Разработчик(и) программы

Папушина Ю. О., к.с.н., доцент департамента менеджмента, yupapushina@hse.ru

[Введите Фамилию И.О., ученую степень, звание автора 2, электронный адрес]

Одобрена на заседании департамента менеджмента «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2015 г.

Руководитель департамента И. Н. Шафранская\_\_\_\_\_\_\_ [подпись]

Рекомендована Академическим советом образовательной программы Маркетинг

«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2015 г., № протокола\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Утверждена «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2015 г.

Академический руководитель образовательной программы

И. Н. Шафранская\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ [подпись]

Пермь, 2016

*Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения подразделения-разработчика программы.*

# Область применения и нормативные ссылки

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих данную дисциплину, учебных ассистентов и студентов, обучающихся по магистерской программе 38.04.02 «Маркетинг», изучающих дисциплину «Научно-исследовательская практика».

Программа разработана в соответствии с:

* Положением об организации практики студентов в ГУ-ВШЭ (см., приложение 3 к протоколу Ученого совета ГУ-ВШЭ от 25 февраля 2005 г., №11);
* Рабочим учебным планом университета по направлению подготовки 38.04.02 «Маркетинг», утвержденным в 2015/2016 годах.

# Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Научно-исследовательская практика» являются сбор, анализ и обобщение эмпирического материала для подготовки магистерской диссертации, в результате чего закрепляются навыки самостоятельной научно-исследовательской работы

# Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

* Знать методологическую и методическую основу применения качественных и количественных методов исследований в маркетинге; знать, каким образом применяются маркетинговые модели и модели поведения потребителей в маркетинговых исследования;
* Уметь фокусировать исследовательский вопрос; интерпретировать и операционализировать основные понятия; формулировать и тестировать гипотезы; подбирать соответствующие исследовательскому вопросу методы исследования; проводить анализ качественных и количественных данных; писать отчёт по результатом исследования; проводить презентацию результатов исследования;
* Иметь навыки (приобрести опыт) организации процесса исследования в условиях ограниченных ресурсов и разработки направлений применения полученных результатов в маркетинге организации.

В результате освоения дисциплины студент осваивает следующие компетенции:

| Компетенция | Код по ФГОС/ НИУ | Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата) | Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции |
| --- | --- | --- | --- |
| Способен выявлять данные, необходимые для решения поставленных управленческих и предпринимательских задач; осуществлять сбор данных и их обработку | ПК-26 | Операционализирует поставленные управленческие и предпринимательские задачи в терминах маркетинга, использует методы кабинетных и полевых исследований, обосновывает выбор методов исследований, использует методы анализа данных, обосновывает выбор методов анализа данных.  | Реализация эмпирического исследовательского проекта  |
| Способен находить и оценивать новые рыночные возможности, формировать и оценивать бизнес-идеи, разрабатывать бизнес-планы создания нового бизнеса | ПК-25 | Распознаёт и формулирует проблемы потребителя, способен организовать тестирование концепции продукта/услуги, способен рассчитать основные показатели бизнес-плана  | Реализация эмпирического исследовательского проекта |
| Способен выбирать и обосновывать инструментальные средства, современные информационные технологии для обработки информации в соответствии с поставленной задачей в сфере управления, анализировать результаты расчетов и обосновывать управленческие рекомендации | ПК-27 | Умеет работать с наиболее используемыми статистическими пакетами по анализу данных, знает возможности, плюсы и минусы этих пакетов  | Реализация эмпирического исследовательского проекта |
| Способен формировать проект консультационных работ в сфере менеджмента и управлять им | ПК-28 | Умеет разрабатывать программу исследования и бюджетировать исследовательский или консультационный проект  | Реализация эмпирического исследовательского проекта |
| Способен представлять результаты проведенного исследования в виде отчета по консультационному проекту в сфере менеджмента | ПК-29 | Умеет грамотно и ясно излагать мысли, знает и умеет применять правила результативных презентаций, способен создать презентацию  | Реализация эмпирического исследовательского проекта |

# Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к циклу практик.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

* Методология научных исследований в менеджменте: Методы научных исследований в маркетинге, Маркетинговая инженерия, Прикладной анализ отраслевых рынков.

Для освоения учебной дисциплины, студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

* Способен рефлексировать (оценивать и перерабатывать) освоенные научные методы и способы деятельности;
* Способен выявлять и формулировать актуальные научные проблемы в области менеджмента, обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями по избранной теме;
* Способен выявлять данные, необходимые для решения поставленных исследовательских задач в сфере управления; осуществлять сбор данных, как в полевых условиях, так и из основных источников социально-экономической информации: отчетности организаций различных форм собственности, ведомств и т.д., баз данных, журналов, и др., анализ и обработку этих данных, информацию отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях;
* Способен формулировать и проверять научные гипотезы, выбирать и обосновывать инструментальные средства, современные технические средства и информационные технологии для обработки информации в соответствии с поставленной научной задачей в сфере управления, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы;
* Способен использовать методы количественного и качественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального в сфере управления;
* Способен представлять результаты проведенного исследования в виде отчета, статьи или доклада.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

* Подготовка выпускной квалификационной работы магистра.

# Тематический план учебной дисциплины

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Название раздела | Всего часов  | Аудиторные часы | Самостоя­тельная работа |
| Лекции | Семинары | Практические занятия |
| 1 | Разработка и согласование плана практики  |  |  |  |  |  |
| 2 | Разработка программы исследования, в том числе формулировка исследовательского вопроса, выбор и обоснование методов, определение выборки  |  |  |  |  |  |
| 3 | Сбор данных  |  |  |  |  |  |
| 4 | Анализ данных  |  |  |  |  |  |
| 5  | Написание и защита отчёта по практике |  |  |  |  |  |
| 6 | Всего  |  |  |  |  |  |

# Формы контроля знаний студентов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Тип контроля | Форма контроля | 1 год | Параметры \*\* |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Итоговый | Экзамен |  |  | \* |  | Защита отчёта по практике |

## Критерии оценки знаний, навыков

|  |  |
| --- | --- |
| Тема  | Знания и навыки  |
| Разработка и согласование плана практики | Планирование исследовательского проекта, полнота и глубина планирования  |
| Разработка программы исследования, в том числе формулировка исследовательского вопроса, выбор и обоснование методов, определение выборки | Точность и объём формулировки, знание сферы и правил применения качественных и количественных методов, способ определения выборки |
| Сбор данных | Методика и техника реализации методов «в поле», соответствие реальной выборки запланированной выборке  |
| Анализ данных | Соответствие выбранных методов анализа данных гипотезам, корректность интерпретации результатов  |
| Написание и защита отчёта по практике | Логичность и грамотность текста отчета, правильность подбора иллюстративного материала  |

Оценки по всем формам текущего контроля выставляются по 10-ти балльной шкале.

## Порядок формирования оценок по дисциплине

Преподаватель оценивает защиту отчёта по практике: критерии смотрите в предыдущей таблице.

**Результирующая оценка** за дисциплину рассчитывается следующим образом:

1. Если дисциплина преподается один модуль:

*Орезультирующая = Оэкз/зач*

Способ округления результирующей оценки промежуточного (итогового) контроля в форме зачета: арифметический.

В диплом выставляет результирующая оценка по учебной дисциплине, которая формируется равной результирующей оценке (О *результирующая)*.

# Содержание дисциплины

|  |  |
| --- | --- |
| Тема  | Содержание работы  |
| Разработка и согласование плана практики | Планирование исследовательского проекта  |
| Разработка программы исследования, в том числе формулировка исследовательского вопроса, выбор и обоснование методов, определение выборки | Уточнение выбранной темы и исследовательского вопроса, прояснение их значимости для решения научных и прикладных задач. Дополнение обзора литературы, поиск и анализ доступных баз данных по теме исследования. Критическое чтение научной и методической литературы, публикаций периодических научных и профессиональных изданий, законодательной и нормативной правовой базы, связанное с постановкой проблемы |
| Сбор данных | Определение источников эмпирических данных и способов их получения. Источниками эмпирических данных могут быть как готовые базы данных (RLMS, базы Росстата и т.д.), так и полевые исследования, проведенные студентом. Целесообразно провести критический анализ доступных данных с точки зрения методов сбора, выборки и т.д., чтобы определить ограничения данных и возможные источники искажений. |
| Анализ данных | Соответствие выбранных методов анализа данных гипотезам, корректность интерпретации результатов  |
| Написание и защита отчёта по практике | Отчет по результатам прохождения научно-исследовательской практики предоставляется студентами не позднее пяти дней после окончания практики научному руководителю. Отчет включает:- справку с места прохождения практики, подписанную руководителем подразделения, где студент магистратуры проходил практику, заверенную печатью организации,- рабочее введение и подготовленные в процессе прохождения практики разделы диссертации,- обработанные в электронном (база данных) или текстовом виде (транскрипты) эмпирические источники, а также документы исследования (программа, маршрутные листы, инструкции для интервьюеров, инструмент исследования и т.д.); - анализ организации, в которой студент проходил практику и/или организации, в которой будет осуществляться апробация полученных в диссертации результатов, с точки зрения проблемы, поднимаемой в работе, целей и задач исследования. |

# Образовательные технологии

Реализация эмпирического исследования для магистерской диссертации.

# Оценочные средства для текущего контроля и аттестации студента

## Вопросы для оценки качества освоения дисциплины

Вопросы формулируются и задаются в процессе защиты отчётов по практике.

## Примеры заданий итогового контроля

Обоснуйте, пожалуйста, свой выбор методов анализа данных.

Какие ограничения присущи вашему исследованию.

# Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

## Базовый учебник

Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для вузов/Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. 2-е изд., переработ. и доп. М: Издательство Юрайт, 2014.

Моосмюллер, Г., Ребик Н.Н. Маркетинговые исследования с SPSS: учебное пособие. Издательство: Инфра-М, 2013

## Основная литература

Власова М. Л. Социологические методы в маркетинговых исследованиях. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2006. Ильин В.И. Драматургия качественного полевого исследования. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет , 2006. Малхотра, Н. К., "Маркетинговые исследования. Практическое руководство" Маркетинговые исследования. Практическое руководство. 3-е издание. Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. Радаев В. В. Как организовать и представить исследовательский проект: 75 простых правил. М.: ГУ- ВШЭ: ИНФРА – М, 2001.

## Программные средства

SPSS

## Дистанционная поддержка дисциплины

Нет

# Материально-техническое обеспечение дисциплины

Компьютерный класс с лицензионной версией SPSS.22