

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Сыктывкарский государственный университет  
имени Питирима Сорокина»  
Институт менеджмента и предпринимательства  
Кафедра менеджмента и маркетинга

УТВЕРЖДАЮ:  
Директор института  
Л.И.Бушуева



Л.И.Бушуева  
«23» 05 2018г.

## **Программа научно-исследовательской работы**

**Направление подготовки:**  
**38.04.02 «Менеджмент»**

**Направленность (профиль) программы:**  
**«Маркетинг»**

**Квалификация (степень) выпускника:**  
**МАГИСТ**

**Формы обучения:**  
очная, очно-заочная, заочная

Сыктывкар 2018

**Лист согласования и утверждения рабочей программы**

Программа составлена и утверждена на основании ФГОС ВО с учетом рекомендаций и задачами ОПОП ВО и учебного плана направления 38.04.02 -«**Менеджмент**» направленность (профиль) программы «**Маркетинг**».

Составитель: д.э.н., профессор  Ю.Ф. Попова

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга.  
Протокол заседания № 9 от «28» мая 2018г.

Заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга:

д.э.н., профессор  Ю.Ф. Попова

Программа одобрена на заседании Учёного Совета института «Менеджмента и предпринимательства»

от 23.05.2018 года, протокол № 10.

Председатель  д.э.н., профессор Л.И. Бушуева

## 1. Общие положения о научно-исследовательской работе магистрантов

Научно-исследовательская работа магистров является составной частью Блока Б.2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)» федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент и включает в себя:

- научно-исследовательскую работу в семестре;
- научно-исследовательскую практику;
- научно-исследовательский семинар,
- подготовку и публикацию статей;
- написание курсовой работы;
- подготовку докладов на конференции;
- подготовку магистерской диссертации.

Содержание научно-исследовательской работы магистранта определяется в соответствии с профилем программы подготовки магистров, тематикой научных исследований института, кафедры менеджмента и маркетинга и закрепляется в соответствующем разделе индивидуального плана работы магистранта (Приложение № 1).

Общее руководство научно-исследовательской работой по программе осуществляет научный руководитель магистерской программы. Непосредственное руководство научно-исследовательской работой магистрантов осуществляют их научные руководители, закрепляемые приказом ректора СыктГУ.

**Целью** научно-исследовательской работы является формирование у магистрантов навыков научно-исследовательской деятельности, в том числе подготовки законченного научного проекта и презентации его результатов в научном сообществе.

В результате освоения программ магистерской подготовки выпускники должны быть подготовлены к выполнению следующих *задач* научно-исследовательской работы:

- обобщение и критический анализ результатов, полученных отечественными и зарубежными учеными в определенной области научного знания, выявление и формулирование актуальных научных проблем;
- обоснование актуальности, теоретической и практической значимости темы научного исследования, разработка плана и программы проведения научного исследования;
- проведение самостоятельного исследования в соответствии с разработанной программой;
- выбор методов и средств, разработка инструментария эмпирического исследования, сбор, обработка, анализ, оценка и интерпретация полученных результатов исследования;
- подготовка научных статей и тезисов докладов для научных конференций;
- выступление на научных конференциях с представлением материалов исследования, участие в научных дискуссиях на научных семинарах;
- представление результатов проведенного исследования в виде научного отчета, статьи, доклада, магистерской диссертации.

## 2. Место НИР в структуре образовательной программы

Программа «Научно-исследовательская работа» разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент и является составной частью Блока Б.2 «Практика, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)».

Объем научно-исследовательской работы составляет 15 зачетных единиц (540 часов).

Научно-исследовательская работа является основой для подготовки магистерской диссертации, в которой излагаются результаты, полученные в ходе научно-исследовательской работы.

Научно-исследовательская работа реализуется на всех курсах обучения в магистратуре. Конкретные виды, формы научно-исследовательской работы и сроки их исполнения указываются в индивидуальном плане магистра на каждый учебный год с учетом работы по семестрам и утверждаются научным руководителем магистерской диссертации.

Для научно-исследовательской работы необходимы знания и компетенции, сформированные в учебных дисциплинах общенаучного и профессионального циклов, в первую очередь в «Методы исследований в менеджменте», «Маркетинг взаимоотношений и сетевой подход в маркетинге», «Методология научных исследований в менеджменте», «Теория и методология маркетинговых исследований», «Качественные методы в маркетинговых исследованиях», «Анализ данных в SPSS», научно-исследовательского семинара и др.

### **3. Компетенции, формируемые у обучающихся в результате научно-исследовательской работы**

Процесс прохождения научно-исследовательской работы направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

#### ***общекультурные компетенции***

- способность к абстрактному мышлению, анализу и синтезу (ОК-1);
- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);

#### ***общепрофессиональные компетенции***

- способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования (ОПК-3);

#### ***профессиональные компетенции***

- способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (ПК-4);
- способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями (ПК-6);
- способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада (ПК-7);
- способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования (ПК-8);
- способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой (ПК-9).

В результате освоения данного вида деятельности магистранта обучающийся должен *знать*:

- методологические основания, методы исследований и анализа данных в области управления маркетингом (ОК-1, ОК-3, ПК-4);
- количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами (ПК-4);
- методы выявления и формулирования актуальных научных проблем в области менеджмента (ПК-8);
- правила оформления научного отчета, статьи или доклада (ПК-7);
- приемы оценки теоретической и практической значимости темы научного исследования в сфере управления инновациями (ПК-8);

- основные методы и инструменты количественного и качественного анализа процессов управления нововведениями (ПК-4);

***уметь:***

- самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения, расширять и углублять собственную научную компетенцию (ОК-1, ОК-3, ПК-7, ПК-6, ПК-8, ПК-9);

- готовить аналитические материалы по результатам их применения (ПК-4);

- обобщать и критически оценивать содержание и результаты научно-исследовательских проектов, полученные отечественными и зарубежными исследователями (ПК-6);

- профессионально представлять результаты проведения исследования (ПК-4, ПК-7);

- обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость темы научного исследования (ПК-8);

- самостоятельно проводить исследования в соответствии с разработанной программой (ПК-9);

***владеть:***

- навыками получения информации из различных источников, включая зарубежную литературу и Интернет (ОК-3);

- навыками оформления результатов научно-исследовательской работы (ПК-4, ПК-7);

- технологиями поиска и решения актуальных научных проблем в области организационных и технологических инноваций (ПК-6, ПК-7);

- приемами доведения результатов исследования до широкого круга научной общественности (ПК-7);

- технологиями оценки научной и практической значимости выбранного направления исследования в области менеджмента инноваций (ПК-8);

- технологиями проведения самостоятельных научных исследований в области управления инновациями (ПК-9).

Обучающийся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» по программе «Маркетинг» должен быть подготовлен к решению следующих профессиональных задач в соответствии с профессиональной направленностью магистерской программы и видом профессиональной деятельности:

- выявление и формулировка актуальных научных проблем в области состояния, развития и управления маркетинговой деятельностью предприятий и организаций;

- разработка программ научных исследований и разработок по проблемам состояния, развития и управления процессом принятия стратегических маркетинговых решений, организация их выполнения;

- выбор необходимых методов исследования маркетинговой среды предприятий и организаций;

- разработка и освоение новых методов и инструментов проведения научных исследований по проблемам состояния, развития и управления маркетинговой деятельностью предприятий и отраслевых рынков, а также анализ их результатов;

- обработка полученных результатов научных исследований на современном уровне и их анализ;

- разработка организационно-управленческих моделей процессов, явлений и объектов в области маркетинга, оценка и интерпретация результатов;

- работа с научной литературой с использованием новых информационных технологий, анализ новых поступлений в научной периодике;

- поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования;

- подготовка обзоров, отчетов, научных публикаций;

- формулировка новых задач, возникающих в ходе научных исследований;

- составление отчетов и докладов о научно-исследовательской работе, участие в научных конференциях.

#### **4. Объем, содержание, этапы и основные результаты научно-исследовательской работы**

Общая трудоемкость научно-исследовательской работы составляет 15 зачетных единиц, 540 часов контактной и самостоятельной работы студента. Проходит в сосредоточенной и рассредоточенной формах в течение 1-4 семестров (в 5 семестре при очно-заочной и заочной формах обучения).

Научно-исследовательская работа осуществляется через самостоятельную работу студента под руководством научного руководителя магистерской диссертации. Научный руководитель контролирует результаты самостоятельной работы студента. Результаты научно-исследовательской работы обсуждаются на научно-исследовательском семинаре.

##### ***Основные этапы научно-исследовательской работы***

###### ***1. Описание и обоснование методологии научных исследований, анализ литературы, разработка теоретико-методологических основ исследования (1-2 семестр).***

Выбор тематики исследования совместно с научным руководителем с учетом научных интересов студентов и специализации руководителя, возможностей реализации методологии исследования и создания информационной базы за время обучения в магистратуре. Формирование библиографической базы диссертационного исследования из публикаций российских и зарубежных авторов. Самостоятельная работа проводится в форме сбора информации, подготовки индивидуальных докладов, их обсуждения. Особое внимание уделяется процессу подбора литературы для магистерского исследования, подготовки литературного обзора по проблеме. Библиография исследования на данном этапе научно-исследовательской работы включает не менее 30 публикаций российских и зарубежных авторов из тематической области исследования.

Результатом научно-исследовательской работы является:

- утвержденные темы курсовой работы и магистерской диссертации. Контроль за работой по выбору темы и научного руководителя осуществляет руководитель семинара;
- индивидуальный план работы магистранта с указанием основных мероприятий и сроков их реализации. В ходе этого этапа обучающиеся совместно с научными руководителями определяют темы научных исследований. Результаты этой работы докладываются каждым студентом на семинаре и обсуждаются всеми его участниками;
- написание курсовой работы по научно-исследовательской теме.

*Формами текущего контроля* по итогам научно-исследовательской работы в первом семестре являются: индивидуальный план обучения магистранта, обсуждение темы исследования, оформление библиографического списка, отчет о научно-исследовательской работе. В качестве рубежного контроля предусматривается защита курсовой работы. В индивидуальный учебный план магистранта записывается тема диссертации, которая утверждается на заседании выпускающей кафедры

###### ***2. Разработка теоретико-методологических основ исследования, информационной базы для первой главы диссертации, инструментария, вторичный анализ данных, написание курсовой работы (2-3 семестр).***

В течение второго семестра обучающиеся должны провести обзор современного состояния исследований по выбранной ими теме, результатом которого является постановка цели и задачи собственного исследования, формулирование его объекта и предмета. Обосновывается актуальность выбранной темы и характеристика современного состояния изучаемой проблемы. Определяется научная новизна исследовательской работы. Проводится анализ литературы по теме научного исследования, дается характеристика методологического аппарата, который предлагается использовать.

Продолжается работа, включающая в себя подробный обзор литературы по теме исследования, который основывается на актуальных научно-исследовательских

публикациях и содержит анализ основных результатов и положений, полученных ведущими российскими и зарубежными специалистами в области проводимого исследования, оценку их применимости в рамках диссертационного исследования, а также предполагаемый личный вклад автора в разработку темы. Основу обзора литературы должны составлять источники, раскрывающие теоретические аспекты изучаемого вопроса, в первую очередь научные монографии и статьи научных журналов.

Отчетностью по итогам научно-исследовательской работы во втором семестре являются: курсовая работа, отчет о научно-исследовательской работе, подготовка статьи к публикации, а также доклад и тезисы к научной конференции с краткими итогами обзора теории и методологии исследования.

В качестве рубежного контроля предусматривается *зачет* по НИР и оценка по результатам защиты курсовой работы.

3. *Сбор информации, формирование информационной базы исследования. Анализ и интерпретация данных. Проведение аналитических и прогнозных расчетов и анализ их результатов (3-4 семестр).*

Это первый этап формирования информационной базы исследования, обоснования и реализация аналитической части исследования. Проведение аналитических и прогнозных расчетов с использованием избранного инструментария исследования и анализ результатов.

*Цель* этапа – отработка исследовательских навыков на практике, получение результатов собственных исследований магистрантом, подготовка второй (аналитической) главы магистерской диссертации, подготовка научного доклада и статьи по результатам исследования. Определяются и обсуждаются направления проведения исследовательских проектов в соответствии с темами магистерских диссертаций, планы и структура работ, а также результаты их выполнения.

В результате проведения научного исследования должны быть получены новые данные и знания об объекте исследований, выполнен их анализ, выявлены статистические закономерности и взаимосвязи. Результаты научного исследования должны представлять вклад в систему знаний об исследуемом объекте. Предполагается, что материалы научного исследования войдут в магистерскую диссертацию в качестве практического раздела.

Результатами научно-исследовательской работы в третьем семестре являются:

- вторая глава магистерской диссертации, включающая себя подробный анализ объекта исследования;
- доклад к конференции, тезисы и статья с итогами подготовки аналитической части магистерской диссертации.

*Отчетностью* научно-исследовательской работы в третьем семестре является отчет о научно-исследовательской работе, текст статьи и тезисов к конференции с итогами подготовки аналитической части. В качестве рубежного контроля предусматривается *зачет* по отчет о научно-исследовательской работе.

4. *Анализ и интерпретация данных. Презентация результатов исследования. Подготовка третьей главы магистерской диссертации (4 семестр).*

*Цель* этапа – написание третьей (проектной, рекомендательной) главы магистерской диссертации, представление и защита практической части проведенного исследования (разработка мероприятий и направлений, оценка их эффективности и т.п.).

Данный этап научно-исследовательской работы является заключительным. Его результат – представление практической части магистерской диссертации и защита работы.

По мере завершения научного исследования каждый магистр докладывает на семинаре полученные итоговые результаты, сделанные на их основе выводы и рекомендации. Магистерские диссертации дорабатываются с учетом полученных от преподавателя и участников семинара замечаний.

Отчетностью по итогам научно-исследовательской работы в 4-м семестре, в том числе научно-исследовательской практики (для студентов дневной формы обучения),

являются: выступление на научно-исследовательском семинаре, отчет о прохождении преддипломной практики, подготовленная статья к публикации, доклад и тезисы к научной конференции, отчет о научно-исследовательской работе. В качестве итогового контроля предусматривается защита магистерской диссертации и дифференцированная оценка по ее результатам.

Окончательный вариант магистерской диссертации магистрант представляет сначала для предзащиты, а затем и для защиты в четвертом семестре (в пятом семестре при очно-заочной форме обучения). Без прохождения предзащиты магистерской диссертации, к итоговой государственной аттестации магистрант не допускается.

## **5. Организация научно-исследовательской работы магистрантов**

Научно-исследовательская работа магистранта осуществляется в следующих *формах*:

- выполнение заданий научного руководителя в соответствии с утвержденным индивидуальным планом работы магистранта;
- участие в научно-исследовательском семинаре, а также в иных формах научно-методической работы кафедры;
- подготовка докладов и выступлений на научных конференциях, семинарах;
- подготовка и публикация тезисов докладов, научных статей;
- подготовка и защита курсовой работы по направлению проводимых научных исследований;
- сбор материала, написание и защита магистерской диссертации;
- участие в научно-исследовательских проектах, выполняемых на кафедре менеджмента и маркетинга в рамках научно-исследовательских программ;
- подготовка и защита магистерской диссертации.

Конкретные виды, формы научно-исследовательской работы и сроки их исполнения указываются в соответствующем разделе индивидуального плана работы магистранта. План разрабатывается магистрантом совместно с научным руководителем на каждый учебный год с учетом работы по семестрам и утверждается научным руководителем программы.

Магистрант в течение каждого семестра публично докладывает о результатах выполнения индивидуального плана в части научно-исследовательской работы на заседании научно-исследовательского семинара.

Результаты научно-исследовательской работы магистранта публикуются в виде научных статей и тезисов (1-2 публикации за весь период обучения).

### ***Научно-исследовательский семинар***

Научно-исследовательский семинар является одной из форм научно-исследовательской работы магистрантов, обеспечивающей возможности гибкого, интерактивного взаимодействия для повышения эффективности и результативности научной работы. Научно-исследовательский семинар обеспечивает методическую поддержку обучающихся в ходе подготовки и написания научных докладов, статей, курсовых работ и магистерских диссертаций.

*Целью* научно-исследовательского семинара является формирование у обучающихся навыков научных коммуникаций, самостоятельной научной и исследовательской работы, необходимых для успешной подготовки магистерской диссертации, а также обеспечение знаний актуальной проблематики по профилю магистерской программы.

Основные *задачи* научно-исследовательского семинара:

- проведение консультационной работы для магистрантов, позволяющей им выбрать направление исследования и тему магистерской диссертации;



- обучение магистрантов навыкам научной работы, включая подготовку и проведение исследований, написание научных работ;
- обсуждение проектов, научных и исследовательских работ магистрантов;
- обсуждение научных статей, монографий, результатов исследований, нормативно-правовых документов по профилю магистерской программы;
- выработка у магистрантов навыков публичных выступлений, научной дискуссии и презентации результатов научно-исследовательской работы.

*Функции:*

- методическая поддержка обучающихся в ходе подготовки и написания научных докладов, статей, курсовых работ и магистерских диссертаций;
- дискуссионная площадка для обсуждения и презентации результатов исследований;
- контроль выполнения и корректировка индивидуальных планов научно-исследовательской работы магистранта.

Научно-исследовательский семинар ведется в течение всего периода обучения. Посещение заседаний семинара для магистрантов является обязательным.

Семинар может проводиться в открытом формате. В нем могут участвовать аспиранты, преподаватели различных кафедр, приглашенные практики и представители работодателей.

Содержание научно-исследовательского семинара включает в себя задачи, выполняемые в течение семестра и отчетность по итогам научно-исследовательской работы в семестре, определяется этапами подготовки магистерской диссертации. Направление магистерского исследования определяется на первом курсе, тема магистерской диссертации утверждается на втором курсе обучения. Магистрант в обязательном порядке, не реже одного раза в семестр, должен представить результаты своей научно-исследовательской работы и материалы магистерской диссертации на научно-исследовательском семинаре.

Руководство научно-исследовательским семинаром осуществляется научным руководителем магистерской программы.

Для получения зачетов по результатам работы магистранту необходимо выполнить в установленные индивидуальным планом сроки и получить положительную оценку научного руководителя семинара и/или научного руководителя магистранта по указанным видам работ.

Все подготовленные и представленные тексты должны являться результатом самостоятельной научно-исследовательской (информационно-аналитической) работы магистрантов, которую они ведут под руководством своих научных руководителей. На их основе студенты готовят презентации для выступлений в ходе семинаров.

Все отчетные работы студентов комплектуются в единый формат академического портфолио (в печатном и электронном форматах) и хранятся на выпускающей кафедре.

Помимо текстов письменных работ студентов для получения зачетов необходимо учитывать:

- степень участия обучающегося в коллективных обсуждениях,
- качество промежуточных работ (презентаций, проектов, отчетов о теоретических и практических результатах исследования и пр.),
- степень самостоятельности студентов при выполнении зачетных работ;
- посещаемость (отсутствие пропусков заседаний научно-исследовательского семинара).

Статьи пишутся самостоятельно студентом под контролем руководителя магистранта. Статьи могут публиковаться в соавторстве магистранта и его научного руководителя, в соавторстве нескольких магистрантов.

Для сдачи зачетов магистранту необходимо решить поставленные в семестре задачи, подготовить отчетные документы, отчитаться на семинаре. Кроме того, магистрант должен сдать для публикации один материал в виде тезисов для конференции, одну статью и в течение всего срока обучения должен не менее одного раза выступить на

конференции, круглом столе или другом виде открытых научных мероприятий с представлением результатов исследования.

**Курсовая работа** – начальный этап работы по подготовке диссертации.

*Функции:*

- выполнение самостоятельной и логически завершенной работы, являющейся составным элементом магистерской диссертации;
- сбор и обработка материалов, которые станут основой теоретической и практической части магистерской диссертации;
- выбор объекта исследования и оценка доступной эмпирической базы для проведения работы по выбранной тематике.

**Преддипломная практика** – завершающий этап работы по подготовке диссертации. *Функции:*

- завершение теоретической и формирование эмпирической базы диссертационного исследования;
- обработка и интерпретация результатов финансово-экономического анализа, маркетинговых исследований и т.п.;
- расширение навыков применения инструментальных методов исследования (работа с базами данных, программными продуктами и т.д.).

**Магистерская диссертация** – выполняется в течение всего периода обучения. *Функции:*

- выполнение самостоятельной и логически завершенной работы, связанной с решением организационных, проектных, экспертно-аналитических, научно-исследовательских задач в сфере управления маркетингом;
- апробация знаний, умений и навыков, приобретаемых в процессе обучения, для решения комплексных научно-практических задач в сфере маркетинга.

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение научно-исследовательской работы**

### *Основная литература*

Радаев В.В. Как организовать и представить исследовательский проект: 75 простых правил. – М.: ГУ ВШЭ.: ИНФРА – М, 2001. – 203 с.  
<https://www.hse.ru/pubs/share/direct/document/74808941>

Рузавин Г.И. Методология научного познания: учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 288 с. ЭБС. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115020&sr=1>

### *Дополнительная литература*

1. Маркетинг взаимодействия: новые направления исследований и инструментарий: монография / под ред. Г.Л. Багиева, Ю.Ф. Поповой, Сыктывкар: Изд-во Сыктывкарского государственного университета. 2014.
2. Новиков А.М., Новиков Д.А. Методология научного исследования: учебно-методическое пособие. М.: URSS: ЛИБКОПРОМ, 2013 – 270с.
3. Попова Ю.Ф. Теория и методология управления межфирменными отношениями на промышленных рынках. Сыктывкар: Изд-во Сыктывкарского государственного университета, 2011.
4. Родионова Н.В. Методы исследования в менеджменте. Организация исследовательской деятельности: учебник / Н.В. Родионова – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2012.

## **7. Перечень информационных технологий, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Пакет прикладных программ Статистика и SPSS.

## **8. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения преддипломной практики.**

Для успешной организации научно-исследовательской работы, выполнения поставленных целей и задач необходимо обеспечить магистров доступом к информации, необходимой для проведения исследования, доступом к программам «Консультант-плюс», пакетам прикладных программ Статистика и SPSS, выходом в Интернет.

ФГБОУ ВО «СГУ им. Питирима Сорокина»  
 Институт Менеджмента и предпринимательства  
 Кафедра менеджмента и маркетинга  
**Направление 38.04.02 «Менеджмент»**  
**направленность (профиль) программы «Маркетинг»**

УТВЕРЖДАЮ  
 Руководитель ОПОП 38.04.02 «Менеджмент»  
 \_\_\_\_\_ Ю.Ф. Попова  
 \_\_\_\_\_ 2016

**Индивидуальный план работы магистранта**  
 .....

1. Институт Менеджмента и предпринимательства
2. Кафедра менеджмента и маркетинга
3. Научный руководитель магистерской программы – Ю.Ф. Попова
4. Научный руководитель магистранта – .....
5. Период обучения в магистратуре 20...– 20... гг.
6. Наименование профессионально - образовательной программы (специализация) –  
 направление подготовки : 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Маркетинг»
7. **Тема научно-исследовательской работы** «.....»
8. **Содержание программы** специализированной подготовки магистра

№ №	Наименование дисциплины, практик	Колич. ауд. час.	Формы аттестации	Отметка руководит. магист. программы
1 семестр				
2 семестр				
3 семестр				
4 семестр				

9. **Темы курсовых работ**

10. Срок представления магистерской диссертации к защите \_\_\_\_\_

11. **Научно - исследовательская работа магистранта**

11.1. Подготовка публикаций:

1 курс

- «.....» в

2 курс

11.2. Участие в научных конференциях

1 курс

2 курс

Подпись магистранта \_\_\_\_\_

Подпись научного руководителя \_\_\_\_\_

Подпись научного руководителя магистерской программы \_\_\_\_\_

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «СГУ им. Питирима Сорокина»  
Институт Менеджмента и предпринимательства  
Кафедра Менеджмента и маркетинга

Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент»  
направленность (профиль) программы «Маркетинг»

УТВЕРЖДАЮ  
Научный руководитель  
магистерской программы  
Попова Ю.Ф.

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 201 г.

**ОТЧЕТ**  
**О НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЕ МАГИСТРАНТА**

\_\_\_\_\_  
*(Ф.И.О. студента)*

за \_\_\_\_\_ семестр 20\_\_-20\_\_ учебного года

Научный руководитель \_\_\_\_\_  
*(Ф.И.О., должность, ученая степень, звание)*

## **Семестр I**

Отчет о выполнении научно-исследовательской работы за семестр

## **Семестр 2**

Отчет о результатах научно-исследовательской работы за семестр

## **Семестр 3**

Отчет о результатах научно-исследовательской работы за семестр

## **Семестр 4**

Отчет о результатах научно-исследовательской работы за семестр

Магистрант \_\_\_\_\_ « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ Г.  
(подпись) (дата)

Научный руководитель \_\_\_\_\_ « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ Г.  
(подпись) (дата)

**ПЕРЕЧЕНЬ ВИДОВ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ, КОТОРЫЕ  
МОГУТ БЫТЬ ИСПОЛЬЗОВАНЫ ДЛЯ ЗАПОЛНЕНИЯ ОТЧЕТА**

**Виды работ магистранта на 1 год обучения**

№	Наименование работы
<b>1</b>	<b>Научно-исследовательская работа в семестре</b>
1.1.	Изучение возможных направлений научно-исследовательской работы
1.2.	Выбор направления научно-исследовательской деятельности
1.3.	Формирование концепции исследования
1.4.	Формирование библиографического списка и базы источников. Оценка научной изученности и библиографической проработки научного исследования
1.5.	Утверждение темы магистерской диссертации
1.6.	Выбор необходимых методов исследования
1.7.	Подготовка тезисов и докладов для выступления на научной конференции
1.8.	Подготовка статьи к публикации
<b>2</b>	<b>Подготовка магистерской диссертации</b>
2.1.	Изучение теоретических источников по теме магистерской диссертации. Сбор теоретического материала. Подготовка теоретического раздела диссертации
2.2.	Написание курсовой работы
2.3.	Презентация результатов подготовки магистерской диссертации на научно-исследовательском семинаре
2.4.	Составление реферата по теме магистерской диссертации
<b>3.</b>	<b>Научно-исследовательский семинар</b>
3.1.	Подготовка докладов для выступлений на научно-исследовательском семинаре, подготовка материалов для дискуссий по теме исследования
3.2.	Представление результатов научно-исследовательской работы и материалов магистерской диссертации для обсуждения

**Виды работ магистранта на 2 и 3 годы обучения**

№	Наименование работы
<b>1</b>	<b>Научно-исследовательская работа в семестре</b>
1.1.	Систематизация материалов научного исследования
1.2.	Подготовка к публикации научной статьи
1.3.	Подготовка тезисов и докладов для выступления на студенческой научной конференции
1.5.	Участие в работе научно-исследовательского семинара
1.6.	Подготовка и защита курсовой работы
<b>2</b>	<b>Научно-исследовательская практика</b>
2.1.	Определение места проведения практики в соответствии с направлением подготовки и темой исследования.
2.2.	Разработка индивидуального задания для научно-исследовательской практики
2.3.	Сбор и анализ эмпирического материала
2.4.	Апробация в процессе прохождения практики авторских теоретических разработок
2.5.	Подготовка отчета по практике и выступления на научно-исследовательском семинаре
<b>3.</b>	<b>Подготовка и защита магистерской диссертации</b>
3.1.	Сбор и анализ эмпирического материала. Подготовка аналитического раздела



	диссертации
3.2.	Презентация результатов подготовки магистерской диссертации на научно-исследовательском семинаре и концепции практической части диссертации
3.3.	Работа над подготовкой текста магистерской диссертации
3.4.	Представление предварительного варианта магистерской диссертации научному руководителю
3.5.	Доработка магистерской диссертации
3.6.	Проведение предзащиты магистерской диссертации на выпускающей кафедре
3.8.	Защита магистерской диссертации (итоговая государственная аттестация)
<b>4.</b>	<b>Научно-исследовательский семинар</b>
4.1.	Подготовка докладов для выступлений на научно-исследовательском семинаре, подготовка материалов для дискуссий по теме исследования
4.2.	Представление результатов научно-исследовательской работы и материалов магистерской диссертации для обсуждения

### ПРИЛОЖЕНИЕ 3

**Примерная тематика выпускных квалификационных работ  
(магистерских диссертаций)  
по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент»  
направленность (профиль) программы «Маркетинг»**

1. Оценка конкурентоспособности предприятия на конкретном товарном рынке.
2. Диагностика и оценка факторов конкурентоспособности компаний РК.
3. Анализ конкурентной ситуации на региональном рынке и разработка деловой маркетинговой стратегии.
4. Новые товары. Стратегия разработки и выхода на рынок.
5. Анализ потребительской удовлетворенности: индикаторы оценки.
6. Организация маркетинговой деятельности в компании и мероприятия по ее совершенствованию.
7. Оценка и управление конкурентоспособностью торговой организации.
8. Разработка методов повышения эффективности маркетинговой деятельности компаний в РК.
9. Повышение эффективности маркетинговой деятельности компании сферы услуг.
10. Совершенствование организации маркетинговой деятельности предприятия.
11. Маркетинговая деятельность компании в сфере туризма.
12. Организация маркетинговой деятельности предприятия при выведении на рынок нового продукта.
13. Маркетинговая стратегия компании.
14. Разработка маркетинговой программы продвижения продукта (услуги) предприятия на рынке....
15. Оценка результативности маркетинговой деятельности фирмы.
16. Стратегия позиционирования товара на региональном рынке.
17. Роль маркетинга в обеспечении конкурентных преимуществ компании.
18. Формирование и организация управления маркетинговыми каналами предприятия.
19. Оценка эффективности рекламы.
20. Особенности маркетинговой деятельности предприятия сферы услуг.
21. Маркетинг в банке.
22. Стратегия формирования и управления взаимоотношениями с потребителями.
23. Новые стратегии ориентации на клиента.
24. Стратегический маркетинг: новые акценты и инструменты маркетинговой системы управления.
25. Современные технологии управления брендами.
26. Параметры оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятия.
27. Организация и внедрение бенчмаркинга на предприятии.
28. Оценка эффективности маркетинговых исследований.
29. Повышение конкурентоспособности предприятия на основе оценки потребительской удовлетворенности.
30. Роль сетевого подхода в разработке стратегии и организации маркетинговой

деятельности на предприятии.

31. Анализ конкуренции в отрасли.
32. Портфельный анализ бизнеса.
33. Разработка мероприятий по совершенствованию ассортиментной политики предприятия.
34. Анализ конкурентоспособности фирмы.
35. Методы совершенствования ассортиментной политики торговой организации.
36. Стратегии управления поставщиками.
37. Разработка стратегии роста.
38. Использование маркетинговых коммуникаций для продвижения бренда.
39. Взаимодействия в цепочке создания ценности.
40. Ценообразование в маркетинге.
41. Анализ конкурентной среды компании: структурные характеристики рынка, конкурентные стратегии.
42. Конкурентное преимущество компании: методы выявления, пути использования в конкурентной борьбе.
43. Формирование ассортиментной политики предприятия.
44. Выбор направления развития организации на основе формирования модели компетенций
45. Разработка комплекса организационных мероприятий по повышению эффективности маркетинговой деятельности компании.
46. Разработка маркетинговой стратегии фирмы на рынке на примере....
47. Управление цепями поставок предприятия.
48. Разработка маркетинговой стратегии фирмы.....
49. Исследование возможностей повышения эффективности маркетинговой деятельности компании, работающей на рынке B2B (B2C).
50. Исследование маркетинговых аспектов развития (отрасли промышленности, межфирменной сети, кластера, группы компаний, компании...)
51. Управление межфирменными отношениями на промышленном рынке.
52. Формирование и организация цепочки создания ценности на рынке.....
53. Совершенствование обслуживания потребителей в сфере услуг.
54. Состояние и проблемы развития розничных торговых сетей.
55. Разработка программы продвижения товаров (услуг) компании.
56. Организация системы коммуникаций предприятия и ее влияние на результативность деятельности предприятия.
57. Становление маркетинговой концепции на предприятиях России в современных условиях.
58. Политика формирования и управления каналами распределения.
59. Опыт применения маркетингового подхода на примере конкретного предприятия.
60. Использование маркетинговых инструментов в банке.
61. Стратегии выстраивания взаимоотношений с клиентами.
62. Исследования и разработка стратегии маркетинга при бизнес-планировании (развития фирмы, создания нового бизнеса и т.п.).
63. Управление взаимоотношениями с клиентами и партнерами (поставщиками, дилерами)
64. Разработка плана продвижения товара (услуги) на предприятии.
65. Совершенствование коммуникативной политики предприятия.
66. Стратегическое управление портфелем брендов на предприятии.

67. Вывод и продвижение нового товара на региональный рынок.
68. Оценка роли рекламы в совершенствовании коммерческой деятельности предприятия.
69. Разработка коммуникативной политики предприятия.
70. Организация рекламной кампании по продвижению на рынок нового товара.
71. Совершенствование механизма принятия решений при формировании ассортимента продукции.
72. Роль сегментирования и позиционирования товара на рынке в обеспечении конкурентоспособности предприятия.
73. Анализ поведения потребителей и потребительские рынки.
74. Маркетинг как стратегия предпринимательской деятельности.
75. Организация службы маркетинга на предприятии.
76. Разработка стратегии продвижения услуг предприятия.
77. Организация и планирование коммуникативной политики предприятия.
78. Организация рекламной деятельности компании.
79. Интернет-маркетинг.
80. Организация маркетинговой деятельности компаний в сети Интернет.
81. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия на основе комплексного внедрения информационных технологий.
82. Методы повышения эффективности маркетинговой деятельности предприятия в Интернет среде.
83. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности фирмы.
84. Организация коммерческой деятельности интернет-магазинов.
85. Пути и методы разработки программ потребительской лояльности
86. Анализ имиджа образовательного учреждения.
87. Анализ стратегии межфирменных взаимодействий фирмы...
88. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций.
89. Роль ресурсного подхода в определении ключевых компетенций компании и формировании ее конкурентоспособности.
90. Маркетинговая стратегия и планирование.
91. Политический маркетинг: роль и особенности.
92. Спортивный маркетинг.
93. Маркетинг в сфере услуг и некоммерческий маркетинг.
94. Маркетинг в сфере образовательных услуг.
100. Формирование продуктовой политики компании.
101. Анализ структуры и привлекательности рынка в системе маркетинга.
102. Роль маркетинга отношений в разработке стратегии и организации маркетинговой деятельности на предприятии.
103. Разработка и оценка эффективности стратегии продвижения интернет-проекта
104. Организация маркетинговой деятельности в компании.
105. Разработка стратегии развития фирмы.
106. Реклама и ее роль в системе маркетинга.
107. Исследование отраслевого окружения компании и особенностей поведения участников рынка
108. Маркетинговая информационная система фирмы: оценка
109. Разработка системы интегрированных маркетинговых коммуникаций.

110. Поведение покупателя. Анализ потребительских рынков.
111. Разработка маркетинговой программы в компании.
112. Анализ конкурентоспособности фирмы.
113. Разработка эффективной конкурентной стратегии компании.