

Документ подписан Министерством науки и высшего образования Российской Федерации
Информация о владельце:
ФИО: Макаренко Елена Николаевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 04.04.2024 13:32:58
Уникальный программный ключ:
c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

УТВЕРЖДАЮ
Директор Института магистратуры
Иванова Е.А.
«01» июня 2023г.

**Рабочая программа дисциплины
Инструментарий научных исследований в маркетинге**

Направление 38.04.06 Торговое дело
магистерская программа 38.04.06.02 "Маркетинг и коммуникации в цифровой
экономике"

Для набора 2023 года

Квалификация
магистр

КАФЕДРА Маркетинг и реклама**Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс Вид занятий	1		Итого	
	УП	РП		
Лекции	4	4	4	4
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	123	123	123	123
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	144	144	144	144

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 28.03.2023 протокол № 9.

Программу составил(и): д.э.н, доцент, Писарева Е.В.

Зав. кафедрой: д.э.н, доцент Бондаренко В.А.

Методическим советом направления: д.э.н, доцент, Писарева Е.В.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- | | |
|-----|---|
| 1.1 | формирование у магистрантов знаний, умений и навыков в области теоретических и эмпирических основ научных исследований в маркетинге и алгоритма их проведения; изучение основ научного познания, анализа и синтеза, приобретение навыков и умений самостоятельного проведения научных исследований в профессиональной деятельности. |
|-----|---|

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-3: Способен проводить научные исследования, разрабатывать на их основе стратегию продвижения проекта и осуществлять исследование эффективности реализации с использованием информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:
основы информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности; основные понятия и инструменты научного исследования; методы научного познания, структурные элементы научного исследования, этапы проведения научного исследования; основы научно-исследовательских работ (соотнесено с индикатором ПК-3.1)
Уметь:
проектировать информационное и технологическое обеспечения профессиональной деятельности; осуществлять научно-исследовательскую деятельность в целях получения нового знания; применять системный подход в научных исследованиях, методы научных исследований в маркетинге; обрабатывать и интегрировать результаты научной работы в маркетинге (соотнесено с индикатором ПК-3.2)
Владеть:
методами реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности; навыками самостоятельной исследовательской работы; технологиями составления и реализации программ научных исследований; навыками организации, управления и оценки результатов научных исследований; навыками представления результатов научной работы в маркетинге (соотнесено с индикатором ПК-3.3)

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	Раздел 1. Сущность научного исследования в маркетинге, инструментарий научных исследований				
1.1	Тема 1.1 «Научное исследование в структуре научного познания» Логика процесса научного исследования в торговом деле Методический замысел исследования в торговом деле и его основные этапы. Структура и содержание этапов исследовательского процесса в в маркетинге. /Лек/	1	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.2	Тема 1.1 «Научное исследование в структуре научного познания» Логика процесса научного исследования в торговом деле Методический замысел исследования в торговом деле и его основные этапы. Структура и содержание этапов исследовательского процесса в в маркетинге с использованием LibreOffice. /Пр/	1	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4

1.3	Тема 1.2 «Методика и инструментарий научных исследований в маркетинге» Общие положения методологии исследования: подходы, методы, принципы, цели, задачи, гипотезы, средства, понятия, процедуры организации. Подходы к исследованию: аспектный, системный, концептуальный. Концепция исследования: признаки, принципы построения, роль в организации и методологии исследования. Типы и виды подходов к исследованию. Методы исследования: общенаучные, специфические (формальные) и логико-интуитивные. /Лек/	1	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.4	Тема 1.2 «Методика и инструментарий научных исследований маркетинге» Общие положения методологии исследования: подходы, методы, принципы, цели, задачи, гипотезы, средства, понятия, процедуры организации. Подходы к исследованию: аспектный, системный, концептуальный. Концепция исследования: признаки, принципы построения, роль в организации и методологии исследования. Типы и виды подходов к исследованию. Методы исследования: общенаучные, специфические (формальные) и логико-интуитивные. /Пр/	1	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.5	Тема 1.1 «Научное исследование в структуре научного познания» Тема 1.2 «Методика и инструментарий научных исследований в маркетинге» /Ср/	1	58	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
Раздел 2. « Методические подходы к построению научного исследования »					
2.1	Тема 2.1 «Методы и инструменты научного исследования в маркетинге» Использование инструментов научного исследования в процессе его проведения. Способы исследования и классификация методов исследований в в маркетинге. Организационно-методическое обеспечение научного исследования. /Ср/	1	32	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.2	Тема 2.1 «Методы и инструменты научного исследования в маркетинге» Использование инструментов научного исследования в процессе его проведения. Способы исследования и классификация методов исследований в в маркетинге. Организационно-методическое обеспечение научного исследования. /Пр/	1	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.3	Тема 2.2 «Информационное обеспечение научного исследования в маркетинге» Источники получения информации для исследования систем в торговом деле. Подготовка и оформление исследования. Состав и содержание диссертационной работы. /Ср/	1	33	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.4	Тема 2.2 «Информационное обеспечение научного исследования в маркетинге» Источники получения информации для исследования систем в маркетинге. Подготовка и оформление исследования с использованием LibreOffice. Состав и содержание диссертационной работы. /Пр/	1	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.5	/Экзамен/	1	9	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Кузнецов И. Н.	Основы научных исследований: учеб. пособие	М.: Дашков и К, 2013	39
Л1.2	Медведев П. В., Федотов В. А., Сидоренко Г. А.	Научные исследования: учебное пособие	Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2017	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481778 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Медведев, П. В., Федотов, В. А., Сидоренко, Г. А.	Научные исследования: учебное пособие	Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, ИПК «Университет», 2017	http://www.iprbookshop.ru/71293.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Нигметзянова А. М., Гарипова Г. И.	Торговое дело: организация и выполнение учебной, производственной практик и выпускной квалификационной работы: учебно- методическое пособие	Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2017	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=560965 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.2	Савоскина, Е. В., Коробейникова, Е. В.	Научные исследования в учебном процессе: учебно-методическое пособие	Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2018	http://www.iprbookshop.ru/90644.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3		Студент. Аспирант. Исследователь: всероссийский научный журнал: журнал	Владивосток: Эксперт-Наука, 2020	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576258 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.4		Фундаментальные науки и современность: международный научный журнал: журнал	Владивосток: Эксперт-Наука, 2020	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598533 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

База данных Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) <https://wciom.ru/database/>

ИСС «КонсультантПлюс»

ИСС «Гарант» <http://www.internet.garant.ru/>

5.4. Перечень программного обеспечения

LibreOffice

5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Помещения для проведения всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;

- персональный компьютер / ноутбук (переносной);

- проектор, экран / интерактивная доска.

Для проведения лекционных занятий используется демонстрационное оборудование. Лабораторные занятия проводятся в компьютерных классах, рабочие места в которых оборудованы необходимыми лицензионными и/или свободно распространяемыми программными средствами и выходом в Интернет.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ПК-3 Способен проводить научные исследования, разрабатывать на их основе стратегию продвижения проекта и осуществлять исследование эффективности реализации с использованием информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
З- основы информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности; основные понятия и инструменты научного исследования; методы научного познания, структурные элементы научного исследования, этапы проведения научного исследования; основы научно-исследовательских работ	навыки работы с учебной, учебно-методической и научной литературой, демонстрация навыков анализа и синтеза информации	полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет	О – опрос (вопросы 1-24) Т – тесты (Раздел 1,2) В - Вопросы к экзамену (1-25)
У – проектировать информационное и технологическое обеспечения профессиональной деятельности; осуществлять научно- исследовательскую деятельность в целях получения нового знания; применять системный подход в научных исследованиях, методы научных исследований в маркетинге; обрабатывать и интегрировать результаты научной работы в маркетинге	демонстрация навыков применения методов научных исследований в маркетинге при написании доклада	грамотное и логически стройное изложение доклада, активное участие в обсуждении вопросов доклада, аргументированное выражение своих мыслей в качестве докладчика	Д – доклад (темы 1-25) В - Вопросы к экзамену (1-25)
В- методами реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной	демонстрация навыков составления программы научных исследований, проведение анализа	умение применять теоретические знания для анализа ситуационных заданий, правильные выводы, проявление творческих	СЗ -ситуационные задания (задание 1-4) В - Вопросы к экзамену

деятельности; навыками самостоятельной исследовательской работы; технологиями составления и реализации программ научных исследований; навыками организации, управления и оценки результатов научных исследований; навыками представления результатов научной работы в маркетинге	результатов научных исследований при решении ситуационного задания	способностей при решении ситуационного задания	(1-25)
--	--	--	--------

1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

Экзамен

84-100 баллов (оценка «отлично»)

67-83 баллов (оценка «хорошо»)

50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»)

0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)

2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к экзамену

1. Предмет изучения и главная цель методологии научных исследований
2. Что понимается под понятием «метод», чем является метод применительно к научному исследованию?
3. Научное исследование в маркетинге и его цели.
4. Содержание организации исследовательской деятельности в маркетинге.
5. Элементы системы научного исследования в маркетинге.
6. Классификация методов исследований в маркетинге.
7. Общенаучные методы исследований в маркетинге.
8. Эмпирико-теоретические методы исследований в маркетинге.
9. Методы научных исследований в маркетинге: индукция и дедукция, аналогия, моделирование, конкретизация, абстрагирование, анализ и синтез.
10. Методы научных исследований в маркетинге для обеспечения принятия экономических решений по уровням управления.
11. Конкретно-научные (специальные или специфические) методы исследований в маркетинге.
12. Методы сбора информации при проведении научного исследования в маркетинге.
13. Методы обработки информации в маркетинге: группировка, методы расчета показателей, методы разработки таблицы и графиков.
14. Методы анализа экономической информации: метод детализации, метод сравнений.
15. Методы прогнозирования: статистический метод прогнозирования, метод гармонических весов, регрессионный метод.

16. Неформальные и формальные методы научных исследований в маркетинге.
17. Логические методы научных исследований в маркетинге: разработка системы показателей, имитационное моделирование.
18. Стадии научного исследования в маркетинге.
19. В чем заключается содержания обобщение теоретических основ разработки темы научного исследования?
20. Исходя из чего разрабатывается гипотеза научного исследования?
21. Содержание программы исследования и технико-экономическое обоснование исследовательской работы.
22. Структура плана научных исследований по теме диссертационной работы.
23. Посторонние методики научного исследования, и составление рабочего плана исследования.
24. Этапы выполнения исследований в маркетинге с применением теоретических и эмпирических методов.
25. Методики оценки эффективности научных исследований в маркетинге.

Критерии оценивания:

оценка «отлично» (84-100 баллов) выставляется, если изложенный материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с поставленными программой курса целями и задачами обучения; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой;

оценка «хорошо» (67-83 баллов) выставляется, если - наличие твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с целями обучения, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, обучающийся усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины;

оценка «удовлетворительно» (50-66 баллов) выставляется если - наличие твердых знаний в объеме пройденного курса в соответствии с целями обучения, изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике;

оценка «неудовлетворительно» (0-49 баллов) выставляется, если - ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.

Вопросы для устного опроса

1. Основные стадии развития науки.
2. Характеристика научного познания.
3. Отличие науки от обыденного знания.
4. Метод и его основная функция.
5. Понятие методологии.
6. Гносеология как предмет методологии науки.
7. Структура методологии
8. Научные методы эмпирического исследования.
9. Научные методы теоретического исследования.
10. Общелогические методы и приемы познания.
11. Частнонаучная методология.
12. Особенности подготовки и написания реферата.
13. Структура научного отчета.
14. Журнальная научная статья и ее построение.
15. Подготовка устного научного сообщения.
16. Разновидности диссертационных работ и требования, предъявляемые к ним.
17. Технология организации работы над магистерской диссертацией.
18. Композиция научного произведения.
19. Структура введения.
20. Подготовка основной части магистерской диссертации.

21. Порядок оформления магистерской диссертации
22. Особенности оформления библиографического аппарата
23. Подготовка и оформление реферата по диссертации.
24. Порядок составления компьютерной презентации.

Критерии оценивания:

- оценка 5 баллов выставляется обучающемуся, если	Он демонстрирует знание по вопросам темы, использовал дополнительную научную литературу по теме, развернуто ответил на вопрос, аргументировано высказал свою точку зрения, сформулировал самостоятельные выводы.
- оценка 4 балла выставляется обучающемуся, если	он усвоил материал темы по вопросам в рамках основной литературы, развернуто ответил на вопрос, аргументировано высказал свою точку зрения, сформулировал самостоятельные выводы.
оценка 3 балла выставляется обучающемуся, если	он фрагментарно усвоил материал, недостаточно развернуто ответил на вопрос, не проявлял активность при обсуждении дискуссионных вопросов, не сформулировал самостоятельные выводы.
оценка 0 баллов выставляется обучающемуся, если	он не усвоил тему, не ответил ни на один вопрос.

Максимальная сумма баллов по устному опросу: – 40 баллов (8 ответов по 5 баллов)

ТЕСТЫ

Тест по Разделу 1

1. Когда стала интенсивно развиваться наука?
 - А) с XIV – XV столетий
 - Б) с XV-XVI столетий
 - в) с XVI– XVII столетий
2. Сколько стадий развития науки выделяют?
 - А) две
 - Б) три
 - В) наука развивается равномерно
3. Социология относится к
 - А) гуманитарным наукам
 - Б) техническим
 - В) общественным
 - Г) естественным
4. Выберите правильный ответ: Главная цель методологии науки состоит:
 - А) в изучении тех методов, средств и приемов, с помощью которых приобретается и обосновывается новое знание в науке
 - Б) в изучении методологического аппарата научных исследований
5. Кто сыграл особую роль в разработке и распространении принципов, методов и критериев, разработанных в естествознании на другие науки.
 - А) идеалисты
 - Б) позитивисты
 - В) экзистенциалисты
 - Г) рационалисты
6. Исключите неправильный ответ: на первой стадии основоположниками методологии (Нового времени – XVII–XVIII в.), были:
 - а) Декарт
 - б) Бэкон
 - в) Гоббс
 - г) Локк
7. Исключите неправильный ответ. Познание бывает:
 - А) научное

- Б) ненаучное
- В) обыденное

8. Обыденное познание отражает

- А) только те объекты, которые в принципе могут быть преобразованы в наличных исторически сложившихся способах и видах практического действия
- Б) такие фрагменты реальности, которые могут стать предметом освоения только в практике далекого будущего.

9. Объекты, на которые направлено обыденное познание

- А) формируются в результате того, что люди обмениваются самыми различными знаниями и делятся житейским опытом
- Б) формируются в повседневной практике

10. Ф. Бэкон сравнивал метод

- А) с фонарем, указывающим дорогу путнику на улице
- Б) со светильником, освещающим путнику дорогу в темноте
- В) со свечей, освещающей темное помещение

11. Являются ли теория и метод

- А) тождественными
- Б) различными
- В) обе характеристики верны

12. Исключите неправильный ответ. Метод означает -

- А) способ познания
- Б) путь к чему-либо
- В) приемы научной деятельности

13. Главные функции теории –

- А) регуляция и ориентация деятельности
- Б) объяснение и предсказание

14. Исключите неправильный ответ. В структуре общенаучных методов и приемов чаще всего выделяют уровни:

- А) методы материалистического исследования
- Б) методы эмпирического исследования
- В) методы теоретического познания
- Д) общелогические методы и приемы исследования

15. Исключите неправильный ответ. Методы научного познания принято подразделять по широте применимости в процессе научного исследования на:

- А) всеобщие
- Б) общенаучные
- В) дисциплинарные
- Г) частнонаучные

16. К основным эмпирическим методам относятся:

- А) наблюдение
- Б) анализ
- В) идеализация

17. Общелогический метод познания – анализ означает

- А) соединение
- Б) отвлечение
- В) разложение
- Г) обобщение

18. Каждый метод применяется

- А) изолированно
- Б) в сочетании и взаимодействии с другими
- В) как готовый шаблон

19. Исключите неправильный ответ. Условно можно выделить основные этапы научного исследования:

- А) эмпирический
- Б) диалектический
- В) теоретический

20. Исключите неправильный ответ. Исследования условно делятся на:

- А) глобальные
- Б) фундаментальные
- В) прикладные
- Г) разработки

Тест по Разделу 2

1. Что является итогом научной работы?
 - А) развитие науки
 - Б) развитие практики
 - В) внедрение ее результатов
2. Что не является научной работой?
 - А) реферат
 - Б) журнальная статья
 - В) контрольная работа
 - Г) курсовая работа
 - Д) выпускная квалификационная работа
3. Цели написания курсовой работы:
 - А) закрепить, углубить и расширить теоретическое знание;
 - Б) овладеть навыками самостоятельной работы;
 - В) выработать умение формулировать суждения и выводы, логически
 - г) последовательно и доказательно излагать;
 - д) все ответы верны
4. Должны ли быть в научной статье краткие данные о методике исследования?
 - А) да
 - Б) нет
5. Что требуется написать по итогам магистерской подготовки ?
 - А) тезисы доклада
 - Б) научный отчет по теме диссертации
 - В) журнальную статью
6. Исключите неправильный ответ. Магистерская диссертация ориентирована на:
 - А) научно-исследовательскую и научно-педагогическую деятельность
 - Б) формирование профессиональных компетенций
 - В) обобщение _____ результатов исследования
7. Когда предлагается примерная тематика ВКР для магистров
 - А) в первый год обучения
 - Б) во второй год обучения
 - В) на последнем году обучения
8. Кем назначается научный руководитель ВКР?
 - А) учебным отделом
 - Б) деканатом
 - В) кафедрой
9. Исключите неправильный ответ. Научный руководитель:
 - А) осуществляет непосредственное руководство ВКР
 - Б) выдает задание по ВКР
 - В) пишет введение к ВКР+
10. Кто дает письменный отзыв по окончании написания ВКР?
 - А) научный руководитель, зав. кафедрой
 - В) консультант
 - Г) рецензент
11. Что не является структурным элементом ВКР (магистерской диссертации)?
 - А) реферат
 - Б) актуальность темы
 - в) введение
 - г) две-три главы
 - д) заключение
 - е) список литературы

ж) приложения

12. Основным элементом введения не является:

А) актуальность темы исследования;

Б) объект исследования

В) предмет исследования

Г) субъект исследования

д) цель

е) задачи

ж) гипотеза

13. Гипотеза – это:

А) специфический вид абстрагирования

Б) процесс установления общих свойств и признаков предметов

В) научно обоснованное предположение

14. Исключите неправильный ответ. Цель исследования – это:

А) мысленное предвосхищение результата

Б) определение оптимальных путей решения задач

В) определение совокупности приемов получения достоверных научных знаний

15. Объект исследования – это:

А) организация, предприятие, на базе которого осуществляется сбор научного материала

Б) определенный элемент общественной жизни

В) пространство, в рамках которого находится изучаемое явление

16. Обобщение как теоретический метод представляет собой

а) логический прием исследования, связанный с обобщением результатов наблюдений и экспериментов

б) процесс установления общих свойств и признаков предметов

В) переход в процессе познания от общего к единичному

17. Исключите неправильный ответ. Научный эксперимент имеет функции

А) возможность контроля за «поведением» объекта исследования и проверки результатов

Б) опытная проверка гипотез и теорий

В) формирование научных концепций

18. Рубрикация текста представляет собой деление его на составные части, графическое отделение одной части от другой, а также использование заголовков, нумерации и хронологии. Является ли это определение верным:

А) да

Б) нет

19. Язык и стиль научной работы должен быть:

А) литературно-художественным

Б) формально-логическим

В) публицистическим

20) Фотографии, рисунки, чертежи, диаграммы, эскизы, схемы, графики, ксерокопии и т.д. в ВКР считаются:

А) изображением

Б) рисунком

В) иллюстрацией

21. Формулы, содержащиеся в ВКР, располагают:

А) сплошным текстом

Б) столбиком

В) на отдельных строках

22. Таблицы в ВКР следует нумеровать сквозной нумерацией или в пределах раздела

А) в буквенном выражении

Б) римскими цифрами

В) арабскими цифрами

23. Приложение – это:

А) часть текста ВКР

Б) материал, не имеющий отношения к тексту ВКР

В) специальное дополнение текста ВКР

24. Библиографический аппарат в ВКР оформляется:

- А) в произвольной форме
 Б) непосредственно по произведениям печати
 В) в соответствии с требованиями ГОСТ
25. Кому представляется законченная ВКР:
 А) научному руководителю
 Б) заведующему кафедрой
 В) рецензенту
 Г) специалисту организации, в которой выполнена работа

Инструкция по выполнению: обучающемуся необходимо выбрать один правильный ответ из предложенных.

Критерии оценки:

оценка 10 баллов выставляется студенту, если получены правильные ответы на 90-100% вопросов теста;

оценка 8 балла выставляется студенту, если получены правильные ответы на 70-80% вопросов;

оценка 6 балла выставляется студенту, если получены правильные ответы на 50-60% вопросов;

оценка 0 баллов выставляется студенту, если получены правильные ответы менее, чем на 50% вопросов;

Максимальная сумма баллов по тесту: 20 баллов (2 теста по 10 баллов)

Ситуационные задания

Задание 1: Сформулировать задачи этапов исследования (на примере по выбору)

Задание: выбрать тему исследования, сформулировать цель и гипотезу, определить задачи каждого этапа исследования.

Этапы	Решаемые задачи (несколько в каждом пункте)
Сбор и анализ исходной информации	
Формулирование противоречий и гипотез	
Планирование исследования	
Исследовательские действия	
Нормирование и расчет показателей	
Систематизация, обобщение, экстраполяция данных	
Документирование исследования	
Защита результатов исследования	

Задание 2: «Модель исследования: анкетирование»

Задание: выбрать тему для исследования мнений группы, сформулировать проблему и гипотезу исследования, разработать вопросы для опроса или анкетирования. Провести опрос (анкетирование), оформить данные в таблицах, визуализировать итоги исследования (диаграммы, графики, инфографика). Представить презентацию результатов.

Задание 3: «Грант как форма поддержки научных исследований»

Задание: Выявить роль бизнес-инкубаторов в поддержке прикладных научных исследований в торговом деле. Предложить направления краудфандинга в научных исследованиях. Исследовать современные перспективы общественной поддержки научных исследований различного уровня.

Задание 4: «Информационные ресурсы»

Задание: выбрать тему исследования, подобрать электронные формы информационных ресурсов, российские и международные электронные библиотеки. Сформулировать правила работы с печатными и электронными источниками, правила цитирования, российские и международные индексы научного цитирования.

Критерии оценки:

Оценка	Критерии оценивания
--------	---------------------

- оценка 10 баллов	свободное владение профессиональной терминологией; умение высказывать и обосновать свои суждения; осознанно применяет теоретические знания для решения ситуационного задания; организует связь теории с практикой.
- оценка 8 балла	студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения ситуационного задания, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности;
оценка 6 балла	студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения ситуационного задания, не может доказательно обосновать свои суждения
оценка 0 баллов	в ответе проявляется незнание основного материала программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения ситуационного задания, отсутствует аргументация изложенной точки зрения, нет собственной позиции.

Максимальная сумма баллов за выполнение ситуационных заданий: 30 баллов (3 задания по 10 баллов)

Темы докладов

1. Методы научного исследования и моделирования систем в маркетинге
2. Содержание аннотации прикладного исследования в маркетинге
3. Организационная работа по проведению исследования в маркетинге
4. Цели и задачи теоретического исследования
5. Цели и задачи прикладного исследования
6. Цели и задачи экспертного исследования
7. Цели и задачи эмпирического исследования
8. Цели и задачи специфических методов исследования в маркетинге
9. Рабочий план исследования в маркетинге
10. Анализ и использование результатов научных исследований
11. Обобщение и отображение результатов исследования
12. Интерпретация полученных результатов
13. Место методов научных исследований в принятии управленческих решений.
14. Модель процесса разработки, принятия и реализации управленческого решения.
15. Постановка и организация эксперимента в исследованиях в маркетинге.
16. Методы, связанные со сбором, обработкой и анализом информации при исследованиях в маркетинге.
17. Методы анализа экономической информации при исследованиях в маркетинге.
18. Этапы выполнения исследований в маркетинге с применением теоретических и эмпирических методов.
19. Содержание стадии исследований в маркетинге.
20. Содержание, задачи и принципы анализа при проведении исследований в маркетинге.
21. Оценка эффективности методов исследований в маркетинге.
22. Системный подход к исследованиям системы управления предприятием.
23. Публичная защита и презентация итогов исследования на научных конференциях различного уровня.
24. Государственная политика поддержки научных исследований.
25. Деятельность международных, государственных и общественных фондов по поддержке научных исследований.

Критерии оценивания:

Обучающийся получает за доклад 5 баллов при соблюдении следующих требований:

- поставлена проблема исследования, обоснована ее актуальность (1 балла);
- сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему (1 балла);
- сделаны выводы по исследуемой проблеме (1 балла);
- обозначена авторская позиция (1 балла);

- использовано не менее пяти литературных источников, соблюдены требования к оформлению работы (1 балл).

За несоблюдение указанных требований оценка снижается на 1 балл по каждому пункту.
Максимальная сумма баллов за доклады: 10 баллов (2 доклада по 5 баллов)

3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации в письменном виде. Количество вопросов в экзаменационном задании – 3. Проверка ответов и объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются теоретические основы и современные методы научных исследований в маркетинге, представленными в рабочей программе дисциплины, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки и умения применять методы научных исследований с использованием современных цифровых технологий.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме.

По согласованию с преподавателем студент может подготовить доклад по предложенным темам. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса или посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.