Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Артеменков Михаил Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 09.11.2020 18:16:28
Уникальный программный ключ:
a63b74166e8f4fc17bd1e0462725f79e395bdaf9

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Смоленский государственный университет» (СмолГУ)
Кафедра менеджмента

«УТВЕРЖДАЮ»
Проректор по учебно-методической работе
_____ Ю.А. Устименко
«6» июля 2022 г.

Рабочая программа практики
Б2.В.01(П) Научно-исследовательская работа

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент
Направленность (профиль): Маркетинговые коммуникации и бизнес-аналитика
Курс – 1,2,3
Семестр – 1,2,3,4,5
Всего зачётных единиц – 15 з.е., часов – 540 час
Форма отчетности: зачет – 2,3,5 семестр

Одобрена на заседании кафедры
«14» июня 2022 г., протокол № 14

Смоленск
2022

1. Место практики в структуре ОП

Научно-исследовательская работа (Б2.В.01(Н)) входит в Блок 2. Практика, часть, формируемая участниками образовательных отношений по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Маркетинговые коммуникации и бизнес-аналитика»). НИР проводится у студентов 1-3 курса в 1-5 семестрах.

Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данного курса, формируются в процессе изучения таких дисциплин как «Методология и методы научного исследования», «Современный общий и стратегический менеджмент», «Современные концепции маркетинга», «Интегрированные маркетинговые коммуникации», «Экономика организации и бизнес-аналитика», «Управление проектами» и др. и является основой для подготовки и выполнения выпускной квалификационной работы.

Основной целью НИР магистранта является развитие способности самостоятельного осуществления научно-исследовательской работы, связанной с решением сложных профессиональных задач.

2. Планируемые результаты обучения

ПК-1 Способен осуществлять управление организацией на основе современных методов менеджмента и маркетинга, анализировать внутреннюю и внешнюю среду организации, формировать маркетинговую стратегию и управлять организационными изменениями в условиях риска	**Знать:** современные подходы и методы к управлению организацией, управлению изменениями в организации в условиях риска, управлению маркетинговыми коммуникациями; современные маркетинговые концепции; технологию и методы проведения маркетинговых исследований. **Уметь:** применять современные методы общего и стратегического менеджмента, маркетинга при управлении организацией, управлении организационными изменениями; анализировать внутреннюю и внешнюю среду организации для формирования маркетинговой стратегии и управления изменениями организации в условиях риска; применять основные способы оценки и защиты от рисков при построении стратегий. **Владеть:** навыками управления организацией на основе современных методов общего и стратегического менеджмента и маркетинга; основными способами оценки и защиты от рисков при построении стратегий; навыками управления изменениями в организации.
ПК-2 Способен применять методы экономического и стратегического анализа в профессиональной деятельности, в том числе для оценки рисков, определять связи и зависимости между элементами информации бизнес-анализа с применением цифровых технологий и проводить оценку эффективности принимаемых	**Знать:** методы и инструменты количественного и качественного анализа для расчета экономических и финансовых показателей деятельности хозяйствующих субъектов в условиях неопределённости и риска, в т.ч. с применением цифровых технологий; методы стратегического анализа, способы разработки стратегий на основе анализа данных; методы оценки рисков и методы оценки эффективности применяемых маркетинговых решений. **Уметь:** осуществлять анализ экономических и финансовых показателей деятельности организации, выявлять взаимосвязи между данными показателями, в том числе с применением цифровых технологий; применять современные методы стратегического анализа и оценки рисков для разработки антикризисной маркетинговой стратегии и оценивать эффективность маркетинговых решений. **Владеть:** навыками расчета экономических и финансовых

маркетинговых решений	показателей деятельности организации, методами и способами бизнес-анализа, выявления взаимосвязи между данными показателями, в том числе с применением цифровых технологий; навыками стратегического анализа в условиях неопределённости и риска и разработки антикризисных маркетинговых стратегий; навыками оценки эффективности маркетинговых решений.
ПК-3 Способен осуществлять деловое общение, выстраивать коммуникации с заинтересованными сторонами, осуществлять публичное представление организации с применением маркетинговых коммуникаций в условиях цифровой среды	**Знать:** особенности выстраивания деловой коммуникации в бизнес-среде; теоретические основы PR-технологий, технологий разработки корпоративного и персонального бренда; особенности представления компании в СМИ, сети Интернет, теоретические основы интернет-рекламы, ключевые аспекты поисковой оптимизации сайта, основы SMM-маркетинга и контекстной рекламы. **Уметь:** проводить диагностику проблем организации деловой коммуникации и вырабатывать варианты их преодоления; выстраивать эффективные внутрикорпоративные коммуникации, деловые коммуникации в бизнес-среде; проводить анализ и разрабатывать стратегии развития бренда; разрабатывать и внедрять рекламные стратегии, в том числе в сети Интернет. **Владеть:** навыками эффективной деловой коммуникации, публичного выступления; навыками управления имиджем и репутацией организации; навыками разработки и реализации стратегии развития бренда и стратегии продвижения организации в сети Интернет; навыками работы с информационными средствами для управления различными направлениями деятельности организации в сети Интернет с целью повышения её конкурентоспособности.
ПК-4 Способен понимать и оценивать ситуацию на рынке, потребности бизнеса, проводить маркетинговые исследования и анализировать поведение потребителей для повышения конкурентоспособности организации	**Знать:** современные тенденции в маркетинге; методы исследования рынка и оценки потребности бизнеса; современные теории поведения потребителей и принципы клиентоориентированности бизнеса; методы оценки конкурентоспособности организации. **Уметь:** осуществлять сбор маркетинговой информации и проводить маркетинговую аналитику рынка, в том числе с применением технологий digital-маркетинга; анализировать поведение потребителей и управлять им на основе современных концепций маркетинга; подбирать методы оценки конкурентоспособности и проводить необходимые расчёты экономических показателей. **Владеть:** технологией проведения маркетинговых исследований рынка; навыками анализа ситуации на рынке и навыками оценки потребности в товаре или услуге на рынке, в том числе с применением технологий digital-маркетинга; навыками применения на практике современных концепций маркетинга и управления поведением потребителя для повышения конкурентоспособности организации; навыками оценки конкурентоспособности организации.

3. Тип практики

Научно-исследовательская работа.

4. Место проведения практики

НИР предполагает как общую программу для всех магистрантов, обучающихся по конкретной образовательной программе, так и индивидуальную программу, направленную на выполнение конкретного задания при написании ВКР. Научно-исследовательская работа в семестре выполняется студентом-магистрантом под руководством научного руководителя. Направление научно исследовательских работ магистранта определяется в соответствии с магистерской программой и темой магистерской диссертации.

Руководство общей программой НИР осуществляется научным руководителем магистерской программы. Руководство индивидуальной частью программы (написание магистерской диссертации) осуществляет научный руководитель магистерской диссертации.

Время проведения НИР – 1,2,3,4,5 семестр.

5. Этапы прохождения практики

№ п/п	Разделы (этапы) НИР	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)
1	Подготовительный этап (планирования и организации НИР) 1-2 семестр	– выбор и обоснование актуальности темы магистерской диссертации; – постановку целей и задач диссертационного исследования; – определение объекта и предмета исследования; – изучение методологического аппарата магистратской диссертации; – определение структуры работы; – подборка литературы по теме исследования
2	Этап кабинетного исследования (работа с литературой, источниками Интернет, документами) 3 семестр	– аннотирование статей изданий ВАК ведущих исследователей по теме; – анализ основных результатов и положений, полученных ведущими специалистами в области проводимого исследования; – подготовка статьи по теме исследования; – оформление отчетных материалов
3	Этап полевого исследования (проведение маркетингового исследования по теме магистерской диссертации) 4 семестр	– сбор фактического материала для диссертационной работы; – подготовка материалов для проведения апробации результатов научного исследования в практике деятельности объекта исследования магистерской диссертации
4	Обобщающий этап исследования (формулирование выводов, разработка предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности) 5 семестр	– разработка организационно-управленческих моделей процессов, явлений и объектов, оценка и интерпретация результатов, которые будут вынесены на защиту; – определение новизны исследования, формулировка положений, выносимых на защиту, теоретической и практической значимости; – подготовка окончательного текста магистерской диссертации
	Итого	540 час

Проведение НИР включает следующие виды деятельности:

- согласование с научным руководителем темы и методологии исследования;

- сбор информации по теме исследования;
- анализ информации, отражающей состояние и динамику изучаемой проблемы;
- использование современных методов диагностики, анализа и решения проблем в исследуемой сфере;
- анализ маркетинговых стратегий используемых на изучаемых рынках;
- исследование динамики основных экономических показателей деятельности на исследуемом рынке;
- подготовка статьи по теме исследования;
- подготовка отчетной документации и текста ВКР (магистерской диссертации).

Проведение НИР (1-2 семестр)

Научно-исследовательская работа магистра в 1-2 семестрах представляет собой подготовительный этап планирования и организации НИР, который может включать в себя:

– выбор и обоснование актуальности темы магистерской диссертации;
– определение структуры магистерской диссертации;
– характеристику современного состояния изучаемой проблемы;
– определение объекта и предмета исследования;
– постановку целей и задач диссертационного исследования;
– изучение методологического аппарата магистратской диссертации;
– подбор и изучение основных литературных источников для организации самостоятельной НИР;
– оформление отчетных материалов;
– защита отчета по НИР.

Отчетные материалы о выполнении НИР 1-2 семестра должны быть представлены на окончательную проверку и утверждение в течение 1 недели с момента окончания сроков НИР. НИР выполняется под контролем научного руководителя и руководителя магистерской программы.

Форма промежуточной аттестации по НИР во 2 семестре – зачет. По результатам выполнения утвержденного плана научно-исследовательской работы в семестре, магистранту выставляется итоговая оценка - «зачтено» / «не зачтено»

Проведение НИР (3-4 семестр)

Научно-исследовательская работа студента в 3 семестре включает в себя:

– анализ основных результатов и положений, полученных ведущими специалистами в области проводимого исследования;
– оценку применимости основных результатов и положений в рамках диссертационного исследования;
– разработку авторских теоретических предложений по теме диссертации;
– сбор фактического материала для диссертационной работы;
– разработку методологии сбора данных;
– разработку методов обработки результатов;
– оценку достоверности и достаточности данных для завершения работы над диссертацией;
– разработку материалов для проведения апробации результатов научного исследования в практике деятельности объекта исследования магистерской диссертации;
– написание статьи по теме диссертационного исследования;
– оформление отчетных материалов.

Отчетные материалы о выполнении НИР 3-4 семестра должны быть представлены на окончательную проверку и утверждение в течение двух недель с момента окончания сроков НИР. По результатам выполнения НИР 3 семестра необходимо уточнить план-

содержание магистерской диссертации, а также можно уточнить формулировку темы магистерской диссертации.

Форма промежуточной аттестации по НИР в 4 семестре – зачет. По результатам выполнения утвержденного плана научно-исследовательской работы в семестре, магистранту выставляется итоговая оценка - «зачтено» / «не зачтено»

Проведение НИР (5 семестр)

Научно-исследовательская работа магистра в 5 семестре включает в себя:

- разработку организационно-управленческих моделей процессов, явлений и объектов, оценка и интерпретация результатов, которые будут вынесены на защиту;
- оценку новизны исследования;
- подготовку окончательного текста магистерской диссертации;
- оформление отчетных материалов.

Отчетная документация по НИР:

1. Отчёт по НИР;
2. Публикация;
3. Итоговый вариант ВКР.

6. Критерии оценивания результатов освоения практики

6.1. Оценочные средства и критерии оценивания для текущей аттестации

По итогам прохождения НИР студент подготавливает следующую **отчетную документацию:**

2 семестр (на материалах НИР 1-2 семестров)

1. Отчет о НИР.

4 семестр (на материалах НИР 3-4 семестров)

1. Написание статьи (*.pdf сборника);
2. Отчет о НИР.

5 семестр

1. Отчет о НИР.

Требования к отчёту

1. Требования к оформлению отчета

Объем отчета 15–20 страниц. Отчет оформляется в печатном виде, формата А4, шрифт 14 Times New Roman, 1,5 интервал. Поля: верхнее, нижнее - 20мм, левое - 30 мм, правое - 10 мм. Отчет брошюруется. Все страницы отчета нумеруются арабскими цифрами по порядку. Номер страницы проставляется в центре нижней части листа без точки. Титульный лист является первой страницей отчета и не нумеруется.

Оформление библиографического списка в отчете должно соответствовать ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления»

Отчет сдается на кафедру в течение недели после окончания проведения НИР.

Форма титульного листа (см. Приложение 1).

2. Структура отчета о НИР во 2 семестре

– Титульный лист.

– Содержание или оглавление (с обозначением номеров страниц).

– Введение. Во введении указываются сроки прохождения НИР, наименование организации, где студент проходил НИР, подразделение, руководитель НИР от организации. Формулируются цель и задачи, которые студент ставит и решает в ходе выполнения НИР:

– выбор и обоснование актуальности темы магистерской диссертации;

– постановку целей и задач диссертационного исследования;

– определение объекта и предмета исследования;

– изучение методологического аппарата магистратской диссертации;

– критический обзор существующих подходов, теорий и концепций по выбранной теме НИР.

– Основная часть отчета. Отчет по НИР включает в себя пункты, обозначенные в п.4 данной программы.

Разделы:

- *обоснование выбора темы исследования*, в том числе ее *актуальности*. Раскрывается суть проблемной ситуации (через противоречие), аргументируется необходимость оперативного решения поставленной проблемы для соответствующей отрасли науки или практики. Определяется степень разработанности темы (с обязательным указанием концептуальности, теоретико-методологических оснований существующих подходов);

- *структура работы (оглавление);*

- *объект и предмет исследования.* Объектом исследования является та часть реальности (процесс, явление, знание, порождающие проблемную ситуацию), которая изучается и/или преобразуется исследователем. Для работ данного направления подготовки в качестве объекта исследования чаще всего могут выступать: система управления предприятием (организацией); система маркетинга организации (предприятия).

Предмет исследования находится в рамках объекта, это те его стороны и свойства, которые непосредственно рассматриваются в данном исследовании. Предмет исследования чаще всего совпадает с определением его темы или очень близок к нему;

- *цель и задачи исследования.*

Целью исследования является решение поставленной научной проблемы, получение нового знания о предмете и объекте. Не рекомендуется формулировать цель как «исследование…», «изучение…», подменяя саму цель процессом ее достижения. Наряду с целью может быть сформулирована рабочая гипотеза (это не обязательное требование, зависит от исследования), предположение о возможном результате исследования, которое предстоит подтвердить или опровергнуть. Задачи исследования (4: 2 – теоретические (по 1 главе); 2- практические (по 2 главе)) определяются поставленной целью и представляют собой конкретные последовательные этапы (пути и средства) решения проблемы;

- *теоретико-методологические основания и методы исследования.*

Обосновывается выбор той или иной концепции, теории, принципов, подходов, которыми руководствуется студент. Описывается терминологический аппарат исследования.

Определяются и характеризуются конкретные методы решения поставленных задач, методика и техника проведения эксперимента, обработки результатов и т.п.

В зависимости от типа исследования (методологическое, эмпирическое) указанные аспекты раскрываются в отдельном пункте (главе) диссертации, либо выступают самостоятельным предметом изучения;

- *научная новизна* подразумевает новый научный результат (4: 2 по первым двум задачам; 2 по 3ей и 4ой задаче), новое решение поставленной проблемы, ожидаемое по завершении исследования. Новизна может выражаться в новом объекте или предмете исследования (он рассматривается впервые), вовлечении в научный оборот нового материала, в уточнении ключевого понятия темы, в иной постановке известных проблем и задач, новом методе решения или в новом применении известного решения или метода, в новых результатах эксперимента, разработке оригинальных моделей и т.п.;

- *научная и практическая значимость* исследования, в том числе теоретического, определяется возможностями прикладного использования его результатов (с указанием области применения и оценкой эффективности);

- *список источников (50).* Под источниками научного исследования понимается вся совокупность непосредственно используемых в работе материалов, несущих информацию

о предмете исследования. К ним могут относиться опубликованные и неопубликованные (архивные) материалы, которые содержатся в официальных документах, проектах, научной и художественной литературе, справочно-информационных, библиографических, статистических изданиях, диссертациях, текстах, рукописях, отчетах о научно-исследовательской работе и опытных разработках и т.п. Особая разновидность источников – кино- и видеофильмы, фонограммы, электронные банки и базы данных, информационно-поисковые системы, Интернет.

3. Структура отчета о НИР в 4 семестре

– Титульный лист.

– Введение. Во введении указываются сроки прохождения НИР, наименование организации, где студент проходил НИР, подразделение, руководитель НИР от организации. Формулируются цель и задачи, которые студент ставит и решает в ходе выполнения НИР.

– Основная часть отчёта.

Отчет по НИР включает в себя:

1. Текст первой главы магистерской диссертации.
2. Выходные данные статьи студента: фамилия и инициалы автора; наименование статьи; наименование издания; издательство; год выпуска; номер (если есть); количество страниц в издании; диапазон страниц публикации;
3. Текст статьи.

4. Структура отчета о НИР в 5 семестре

Отчёт должен содержать следующую информацию:

– Титульный лист.

– Содержание или оглавление (с обозначением номеров страниц).

– Введение. Во введении указываются сроки прохождения НИР, наименование организации, где студент проходил НИР, подразделение, руководитель НИР от организации. Формулируются цель и задачи, которые студент ставит и решает в ходе выполнения НИР.

– Основная часть отчета. Отчет по НИР включает **разделы**:

- *уточнённая структура работы (оглавление);*

- *уточнённые цель, задачи и научная новизна* подразумевает новый научный результат (4: 2 по первым двум задачам; 2 по 3ей и 4ой задаче), новое решение поставленной проблемы, ожидаемое по завершении исследования. Новизна может выражаться в новом объекте или предмете исследования (он рассматривается впервые), вовлечении в научный оборот нового материала, в уточнении ключевого понятия темы, в иной постановке известных проблем и задач, новом методе решения или в новом применении известного решения или метода, в новых результатах эксперимента, разработке оригинальных моделей и т.п.;

- *положения выносимые на защиту* (4: 2 по первым двум пунктам новизны; 2 по 3-му и 4-му пункту)*;*

- *научная и практическая значимость* исследования, в том числе теоретического, определяется возможностями прикладного использования его результатов (с указанием области применения и оценкой эффективности);

- *краткое содержание глав и выводы по главам магистерской диссертации*.

- и*нформация о семинаре / конференции / круглом столе:* название семинара / конференции / круглого стола, в котором участвовал студент, дата проведения, организация-организатор проведения мероприятия и место проведения;

- *выходные данные статьи:* фамилия и инициалы автора; наименование статьи; наименование издания; издательство; год выпуска; номер (если есть); количество страниц в издании; диапазон страниц публикации.

Требования к статье

Статья должна быть посвящена теме исследования, опубликована в издании РИНЦ, оформление и объём публикации определяются в соответствии с требованиями издания.

Студент должен предъявить на кафедру в электронном виде (*.pdf) сборник / журнал, в котором опубликована его статья или электронную версию статьи (*.pdf) и ссылку на электронное издание, в котором она опубликован. В случае невыхода материалов к моменту аттестации студента, студент может предоставить электронную версию статьи (*.pdf) и справку о принятии материалов к публикации, а затем предъявить электронный вариант сборника / журнала не позднее недели после его выхода.

6.2. Оценочные средства и критерии оценивания для промежуточной аттестации

2 семестр

«Зачтено» ставится студенту, который выполнил весь объем работы в срок и на высоком уровне в соответствии с программой НИР (научно-исследовательской работы в семестре), проявил самостоятельность, творческий подход и соответствующую профессиональную подготовку. Показал владение теоретическими знаниями и практическими навыками проведения аналитического исследования, умение делать выводы и аргументировать собственную позицию.

«Не зачтено» получает студент, не предоставивший в срок отчетную документацию по научно-исследовательской работе в семестре, оформленную в соответствии с требованиями (отчёт о НИР); не проявил самостоятельность, творческий подход и соответствующую профессиональную подготовку; не показал владение теоретическими знаниями и практическими навыками проведения аналитического исследования, умение делать выводы и аргументировать собственную позицию.

4 семестр

«Зачтено» ставится студенту, который выполнил весь объем работы в срок и на высоком уровне в соответствии с программой НИР (научно-исследовательской работы в семестре), проявил самостоятельность, творческий подход и соответствующую профессиональную подготовку. Показал владение теоретическими знаниями и практическими навыками проведения аналитического исследования, умение делать выводы и аргументировать собственную позицию. Предъявил текст первой главы магистерской диссертации. Предъявил в электронном виде (*.pdf) сборник / журнал, в котором опубликована его статья или электронную версию статьи (*.pdf) и ссылку на электронное издание, в котором она опубликован. В случае невыхода материалов к моменту аттестации студента, студент может предоставить электронную версию статьи (*.pdf) и справку о принятии материалов к публикации, а затем предъявить электронный вариант сборника / журнала не позднее недели после его выхода.

«Не зачтено» получает студент, не предоставивший в срок отчетную документацию по научно-исследовательской работе в семестре, оформленную в соответствии с требованиями (отчёт о НИР); не предоставил сведений о наличии публикации; не проявил самостоятельность, творческий подход и соответствующую профессиональную подготовку; не показал владение теоретическими знаниями и практическими навыками проведения аналитического исследования, умение делать выводы и аргументировать собственную позицию.

5 семестр

«Зачтено» ставится студенту, который выполнил весь объем работы по отчёту по НИР в срок и на высоком уровне в соответствии с программой НИР (научно-исследовательской работы в семестре), проявил самостоятельность, творческий подход и соответствующую профессиональную подготовку. Показал владение теоретическими знаниями и практическими навыками проведения аналитического исследования, умение

делать выводы и аргументировать собственную позицию; который предъявил программу семинара / конференции / круглого стола, в котором он участвовал, с указанием тематики его выступления в рамках темы исследования.

«Не зачтено» получает студент, не предоставивший в срок отчетную документацию по научно-исследовательской работе в семестре, оформленную в соответствии с требованиями (отчёт о НИР); не проявил самостоятельность, творческий подход и соответствующую профессиональную подготовку; не показал владение теоретическими знаниями и практическими навыками проведения аналитического исследования, умение делать выводы и аргументировать собственную позицию.

7. Перечень учебной литературы для проведения практики

7.1 Основная литература

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490827.
2. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 570 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3225-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/488325
3. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 474 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3749-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/507921
4. Завгородняя, А. В. Маркетинговое планирование: учебное пособие для вузов / А. В. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 340 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06590-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/493278
5. Иванова, И. А. Менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва Издательство Юрайт, 2022. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04184-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489027
6. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489480.
7. Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика: учебное пособие для вузов / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05522-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/492628
8. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров / А. В. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 595 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2878-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/508855

9. Коротков, Э. М. Менеджмент: учебник для вузов / Э. М. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 566 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07327-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/488680
10. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций: учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07859-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/491318
11. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490035
12. Маркетинг-менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.]; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489346 .
13. Менеджмент: учебник для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.]; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 448 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03372-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489310
14. Реброва, Н. П. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489477.
15. Слинкова, О. К. Персональный менеджмент: учебное пособие для вузов / О. К. Слинкова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 105 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13553-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/497385 .
16. Ямпольская, Д. О. Маркетинговый анализ: технология и методы проведения: учебник и практикум для вузов / Д. О. Ямпольская, А. И. Пилипенко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 268 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06305-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/493279

7.2 Дополнительная литература

1. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489088
2. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Основы теории: учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 153 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9799-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490971
3. Диденко, Н. И. Международный маркетинг: учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 409 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05071-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/488897
4. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02476-0. —

Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489042
5. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга: учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 170 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08407-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/492979
6. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге: учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489534
7. Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15415-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/502866
8. Красовская, Н. В. Событийный маркетинг: учебное пособие для вузов / Н. В. Красовская. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12592-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496285
9. Погодина, Т. В. Финансовый менеджмент: учебник и практикум для вузов / Т. В. Погодина. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03375-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489484
10. Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 186 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9092-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/491324

7.3 Перечень ресурсов сети Интернет для проведения практики

1. http://aup.ru/books – административно-управленческий портал.
2. http://bishelp.ru/
3. http://cyberleninka.ru/ - научная электронная библиотека «КиберЛенинка»
4. http://ecsocman.edu.ru/docs/16000253/ – федеральный образовательный портал Экономика, Социология, Менеджмент. Экономика фирмы
5. http://elibrary.ru/defaultx.asp - научная электронная библиотека e.LIBRARY.RU
6. http://mon.gov.ru – приоритетный национальный проект образование
7. http://studentam.net/content/category/1/2/5/ - электронная библиотека учебников
8. http://window.edu.ru – федеральная ЭБС «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
9. http://www.consultant.ru/ – СПС КонсультантПлюс
10. http://www.edu.ru/index.php?page_id=242/ - библиотека портала
11. http://www.edu.ru/index.php?page_id=6/ - каталог образовательных интернет-ресурсов
12. http://www.lib.ua-ru.net/katalog/41.htm1 - гуманитарная электронная библиотека
13. http://www.portalus.ru/ - научная онлайн-библиотека Порталус
14. http://www.rsl.ru/ - Российская государственная библиотека
15. Законодательно-правовая электронно-поисковая база по организации производства (Консультант. Гарант).
16. Поисковые системы http://www.google.ru/, www.yandex.ru/ и др.
17. Федеральный образовательный портал. – URL: http://ecsocman.hse.ru/.
18. Электронная база данных «Polpred.com. Обзор СМИ» - **http://polpred.com**

19. Электронная библиотека для вузов и ссузов. biblio-online.ru
20. Электронно библиотечная система znanium.com
21. Программа «Финансовый аналитик» https://www.audit-it.ru/finanaliz/?referer1=yandirect&referer2=finan&yadclid=423405&yadordid=18263858&ZGlyZWN0LnlhbmRleC5ydTszMTY3OTEyMjs1MDkyMDAwMjIwO3lhbmRleC5ydTpwcmVtaXVt&yclid=10888324231706705919
22. Шаблоны по маркетингу http://powerbranding.ru/shablony/

8. Материально-техническое обеспечение

Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: 214000, г. Смоленск, ул. Пржевальского, д.4, уч. корпус №2, ауд. 518 (кабинет менеджмента и маркетинга)

Стандартная учебная мебель (24 учебных посадочных места), стол и стул для преподавателя – по 1 шт.

Кафедра для лектора – 1 шт.

Доска настенная трехэлементная – 1 шт.

Наборы учебно-наглядных пособий

Нестационарный мультимедийный комплекс: мультимедийный проектор BenQ - 1 шт.; ноутбук Lenovo - 1 шт.; переносной настенный экран – 1шт.

Помещение для самостоятельной работы: 214000, г. Смоленск, ул. Пржевальского, д.4, уч. корпус №2, ауд. 520 (компьютерная лаборатория с выходом в Интернет)

Компьютерный студенческий стол – 15 шт.

Компьютерный стол для преподавателя – 1 шт.

Интерактивная доска IQBoard

Мультимедиа проектор Optoma PX 329 DLP

16 персональных компьютеров с выходом в Интернет

Стандартная учебная мебель (16 учебных посадочных мест).

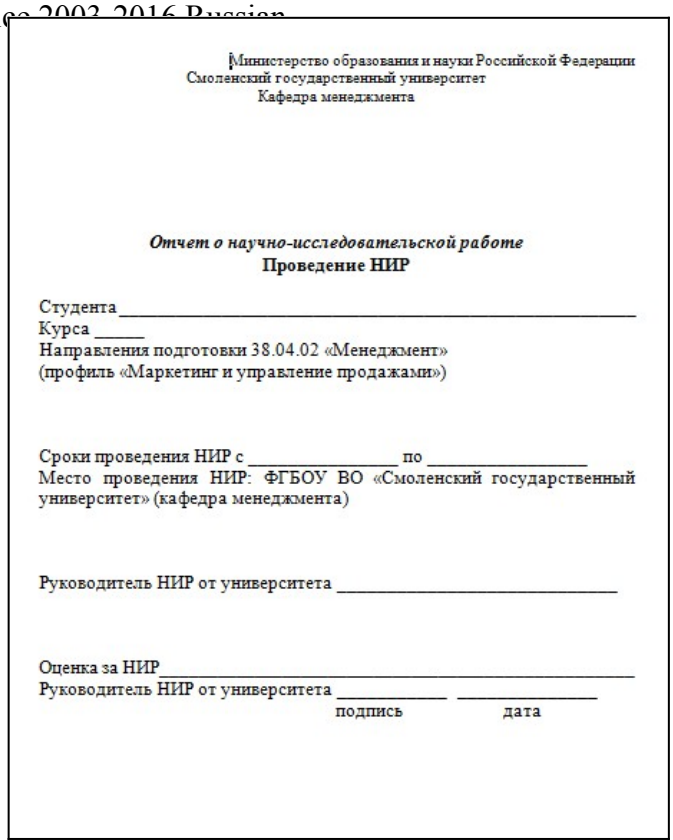
9. Программное обеспечение

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный АО «Лаборатория Касперского».

Microsoft Open License в составе:

– Microsoft Windows Professional XP, 7, 8, Server Russian;

– Microsoft Office 2003, 2016 Russian



Министерство образования и науки Российской Федерации
Смоленский государственный университет
Кафедра менеджмента

Отчет о научно-исследовательской работе
Проведение НИР

Студента_____
Курса _____
Направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент»
(профиль «Маркетинг и управление продажами»)

Сроки проведения НИР с _____ по _____
Место проведения НИР: ФГБОУ ВО «Смоленский государственный университет» (кафедра менеджмента)

Руководитель НИР от университета _____

Оценка за НИР_____
Руководитель НИР от университета _____ _____
подпись дата

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Смоленский государственный университет»
Факультет экономики и управления
Кафедра менеджмента

ОТЧЕТ
о научно-исследовательской работе

Студента _____
(фамилия, имя, отчество)

Курс: ___

Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность «Маркетинговые коммуникации и бизнес-аналитика»

Сроки проведения НИР: с _____по _____

Место проведения НИР: кафедра менеджмента СмолГУ

Руководитель НИР от университета
_____
(фамилия, имя, отчество, должность, уч. степень)

Оценка за НИР _____

Руководитель НИР от университета _____ _____
(подпись) (дата)

Смоленск
202_