

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

ИНСТИТУТ ФИНАНСОВ И УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

УТВЕРЖДЕНА

ученым советом ИФУР

Протокол от «28» февраля 2019 г.

№ 2

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

**К.М.02.05 (П) НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА ПО
МОДУЛЮ «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И
ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ»**

(индекс, наименование практики (научно-исследовательской работы), в соответствии с учебным планом)

38.04.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки (специальности))

Стратегический маркетинг и управление брендами»

(направленность(и) (профиль(и))/специализация(и))

Магистр

(квалификация)

Очная, очно-заочная

(форма(ы) обучения)

Год набора - 2019 г.

Москва, 2019 г.

Автор(ы)-составитель(и):

к.э.н., доцент Мусатова Ж.Б..

(ученая степень и(или) ученое звание, должность) (Ф.И.О.)

к.э.н., доцент Челенков А.П..

(ученая степень и(или) ученое звание, должность) ((Ф.И.О.)

Директор

Научно-образовательного центра к.э.н., доцент Челенков А.П

(наименование кафедры) (ученая степень и(или) ученое звание) (Ф.И.О.)

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Вид практики, способы и формы ее проведения	4
2.	Планируемые результаты обучения при прохождении практики	4
3.	Объем и место практики в структуре ОП ВО	6
4.	Содержание практики	6
5.	Формы отчетности по практике	7
6.	Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по практике	7
7.	Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	9
	7.1. Основная литература	9
	7.2. Дополнительная литература	10
	7.3. Нормативные правовые документы	10
	7.4. Интернет-ресурсы	10
	7.5. Иные рекомендуемые источники	10
8.	Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	10

1. Вид практики, способы и формы ее проведения

Учебно-методическое обеспечение курса базируется на «Положении о научно-исследовательской работе студентов федерального государственного бюджетного учреждения высшего профессионального образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

Навыки ведения научно-исследовательской работы необходимы магистранту для успешного освоения магистерской программы, подготовки курсовых проектов, отчетов, а также для подготовки магистерской диссертации.

Основной целью данной практики является развитие способности и навыков самостоятельного поиска и анализа первичной информации для научно-исследовательской работы для решения профессиональных задач в области стратегического маркетинга и управления брендами. НИР ориентирована на максимальное использование ее результатов при подготовке магистерской диссертации.

Основными задачами практики являются:

- обеспечение формирования научно-исследовательского мышления магистрантов, создания четкого представления об основных профессиональных задачах и способах их решения;

- освоение самостоятельного формулирования и решения задач, возникающих в ходе научно-исследовательской деятельности и требующих углубленных профессиональных знаний;

- формирование умения вести библиографический поиск с привлечением современных информационных технологий и современных инструментов работы ученого;

- овладение современной проблематикой данной предметной области знания;

- знание истории развития конкретной научной проблемы, ее роли и места в изучаемом направлении;

- умение практически осуществлять научные исследования, экспериментальные работы в той или иной научной сфере, связанной с магистерской диссертацией.

Вид практики – научно-исследовательская работа.

Способ проведения практики – стационарная.

Форма проведения практики – дискретная.

2. Планируемые результаты практики

2.1. Научно-исследовательская работа обеспечивает овладение следующими компетенциями:

ДПК-2, ДПК-3, ПК-2

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ДПК-2	Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	ДПК-2.2	Способность планировать и контролировать реализацию маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга
ДПК-3	Управление маркетинговой	ДПК-3.2	Способность обосновывать

	деятельностью организации		и разрабатывать программы и планы маркетинга
ПК-2	Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	ПК-2.2	Способность разрабатывать планы маркетинга для реализации корпоративной стратегии

2.2. В результате прохождения практики у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ/профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практик
<p><u>Профессиональный стандарт «Маркетолог»</u> Обобщенная трудовая функция:</p> <p>Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга</p> <p>Управление маркетинговой деятельностью организации -Трудовые функции: Формирование маркетинговой стратегии организации С/01.8</p> <p>Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации С/02.8</p>	ДПК-2.2	<p>на уровне знаний: теоретические и методологические основы разработки и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга; количественные и качественные методы обоснования и последующей оценки эффективности реализации маркетинговых программ.</p> <p>на уровне умений: способность планировать и контролировать реализацию маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга предприятия.</p> <p>на уровне навыков: владеть методикой создания системы, работы и реализации маркетинговых программ и планов маркетинга.</p>

	ДПК-3.2	<p>на уровне знаний: общие методологии и технологии разработки управленческих решений; содержание процесса планирования при разработке управленческих решений; категориально-понятийный аппарат маркетингового планирования.</p> <p>на уровне умений: пользоваться различными аналитическими инструментами для выработки стратегии предприятия; формировать систему критериев оценки эффективности планов.</p> <p>на уровне навыков: сравнивать и сопоставлять российский и зарубежный опыт разработки управленческих решений в своей профессиональной деятельности; проводить анализ рыночных сегментов.</p>
	ПК 2.2	<p>на уровне знаний: процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов, методы использования программного обеспечения для сбора и обработки маркетинговой информации и выполнения статистических расчетов; нормативные акты, регулирующие маркетинговую деятельность.</p> <p>уровне умений: улучшать бизнес-процессы в организации, связанные с разработкой и реализацией корпоративных стратегий на уровне стратегических маркетинговых решений</p> <p>на уровне навыков: готовить рекомендации для принятия маркетинговых решений в рамках реализации маркетинговых программ.</p>

3. Объем и место практики в структуре образовательной программы

Объем практики

9 зачетных единиц – 324 академических часа/243 астрономических часа

Место практики в структуре ОП ВО

К.М.02.05 (П) Научно-исследовательская работа по модулю «Стратегический маркетинг и организационное поведение» осваивается на 1 курсе во 2 семестре по очной форме обучения.

К.М.01.04(У) Учебная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков) осваивается на 1 курсе в 2 семестре по очно-заочной форме обучения.

НИР базируется на следующих дисциплинах:

«Теория организации и организационное поведение»

«Маркетинговые технологии управления бизнесом»

«Формирование маркетинговых стратегий»

«Разработка и реализация маркетинговых программ»

».

Формы промежуточной аттестации: во втором семестре – зачет с оценкой.

4. Содержание практики

№ п/п	Этапы практики (НИР)	Виды работ
1	Теоретические аспекты научно-исследовательской работы	Сущность и организационные формы НИР. Теория и методология научного исследования. Этапы создания научной работы. Структура научного исследования. Объект и предмет исследования. Разработка Индивидуального плана работы магистранта на 1-й год обучения с учетом выбранной методологии исследования. Освоение работы с информационными ресурсами РАНХиГС. Работа с электронными библиотеками. Анализ общих направлений исследования. Обоснование актуальности темы исследования.
2	Выбор темы исследования	Формулирование цели. Выбор и изучение объекта исследования. Определение предмета исследования. Стратегия проведения исследования. Организация поиска информации. Библиотеки и формы библиотечного обслуживания. Специализированные информационные издания. Справочно-поисковый аппарат библиотеки. Поиск информации в Интернете. Электронные библиотеки. Другие электронные информационные ресурсы. Оценка достаточности и ценности отобранных источников.
3	Создание научно-исследовательской работы	Самостоятельные исследования по выбранной теме. Подготовка аналитических материалов, анализ различных источники информации для проведения расчетов социально-экономических показателей объекта исследования, получения необходимой информации для принятия эффективных управленческих решений
4	Защита научно-исследовательской работы	Представление и обсуждение научно-исследовательской работы. Подготовка текста работы к защите. Подготовка презентации.

5. Формы отчетности по практике

По окончании практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности студент пишет отчет о проделанной работе. В отчете отражается информация о состоянии научно-исследовательской работы, а также о публикациях, докладах, участии в конференциях.

Отчет по практике предоставляется в печатном виде на листах формата А4, для приложений допускается использование формата А3, верхнее и нижнее поля – 20 мм, правое 15 мм, левое – 30 мм, выравнивание текста – по ширине, абзацный отступ – 1,25 см. Объем отчета должен составлять 40-45 страниц печатного текста. Текст готовится с использованием текстового редактора Microsoft Word (или аналога) через 1,5 интервала с применением 14 размера шрифта Times New Roman.

Обязательными элементами отчета являются:

- Титульный лист
- Содержание
- Введение (в т.ч. цель и задачи практики, их актуальность, краткая характеристика выполненных работ и аннотация отчета с указанием общего количества страниц и приложений)
- Обзор литературы по стратегическому маркетингу и по управлению маркетингом на предприятии
- Описание объекта исследования
- Анализ существующих методов и процедур управления на предприятии, в частности в области маркетинга; описание существующей маркетинговой стратегии
- Формулирование проблематики в области стратегического маркетинга выбранного объекта исследования
- Описание существующих маркетинговых программ и оценка их эффективности и результативности
- Предварительные результаты анализа рассматриваемой проблемы, в т.ч. предложения по корректировке маркетинговой стратегии
- Оценка ожидаемых результатов от предложений
- Список литературы
- Приложения

6. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по практике

6.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

6.1.1. В ходе реализации практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

руководитель практики регулярно через Интернет получает объективную информацию от студентов о ходе выполнения задания на практику и подготовке отчета.

6.1.2. Промежуточная аттестация:

защита отчета по практике проводится в форме доклада с презентацией результатов

практики в электронном виде.

6.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Специальные оценочные средства при проведении текущего контроля успеваемости не применяются.

6.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

Специальные оценочные средства при проведении текущего контроля успеваемости не применяются.

Шкала оценивания.

Оценка «Отлично» выставляется: план-график проведения практики выполнен полностью, поставленная цель достигнута и конкретные задачи решены. Задания и указания руководителя практики выполнены в установленные сроки. Все необходимые документы представлены в срок и оформлены в соответствии с требованиями. Обучающийся показывает глубокие знания источников данных, используемых в отчёте. Обучающийся уверенно отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета. Проявляет самостоятельность мышления, показывает овладение практическими навыками.

Оценка «Хорошо» выставляется: план-график проведения практики выполнен, поставленные цели достигнуты, решены конкретные задачи. Выполнены в установленные сроки задания и указания руководителя практики. Представлены в срок правильно оформленные документы. Отсутствуют нарушения правил внутреннего трудового распорядка организации по месту прохождения практики. Обучающийся хорошо ориентируется в источниках данных, используемых в отчёте. Обучающийся отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета. Грамотно излагает материал.

Оценка «Удовлетворительно» выставляется: план-график проведения практики в целом выполнен, но поставленная цель достигнута частично, и/или конкретные задачи решены не полностью. Задания и указания руководителя практики выполнялись с нарушением установленных сроков. Отчётные документы в целом правильно оформлены, представлены в срок, но имеют некоторые несоответствия требованиям (устранённые в ходе предварительной проверки отчёта). Имеются нарушения правил внутреннего трудового распорядка организации по месту прохождения практики. Обучающийся показывает слабые знания в ответах на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета. Обучающийся плохо ориентируется в материале.

Оценка «Неудовлетворительно» выставляется, когда обучающийся не может защитить свой отчёт по практике, допускает грубые ошибки при ответах на поставленные вопросы или вовсе на них не отвечает.

6.4. Методические материалы

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков

Методические материалы определены локальными нормативными актами Академии:

Порядок организации и проведения практики студентов, осваивающих в РАНХиГС образовательные программы высшего образования – программы бакалавриата, программы специалитета, программы магистратуры, утвержден приказом от 11 мая 2016 г. № 01-2212.

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС, утверждено приказом от 25 января 2012 г. № 01-349 с изм. и доп. от 7 июня 2013 г. № 01-2694, от 31 июля 2015 г. № 01-3586.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

7.1. Основная литература

1. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. - Изд-во: «Питер», 2018
2. Маркетинг: Учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 336 с.: 60x90 1/16. ISBN 978-5-16-003647-2 ЭБС «Znanium»
3. Маркетинг товаров и услуг: Учебное пособие / А.В. Лукина. - 2-е изд., доп. 240 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование). (обложка) ISBN 978-5-91134-770-3 ЭБС «Znanium»
4. Маркетинг: учебник 2- издание/ Муртузалиева Т.В., Цахаев Р.К. М. : Дашков и К°, 2010. – 549 с. : ил. – ISBN 978-5-394-00558-9 : 353.38. ЭБС «Znanium»Музыкант В.Л. Брендинг: Управление брендом: Учебное пособие. М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 316 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=416049>

7.2. Дополнительная литература

1. Рузавин Г.И. Методология научного познания [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов/ Г.И. Рузавин— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИДАНА, 2015.— 287 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52507.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Основы научной работы и методология диссертационного исследования. [Электронный ресурс]: моногр. / Г.И. Андреев [и др.]. — Электрон. дан. — М.: Финансы и статистика, 2012. — 296 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/28348> — Загл. с экрана.
3. Астанина С.Ю. Научно-исследовательская работа студентов (современные требования, проблемы и их решения) [Электронный ресурс]: монография/ С.Ю. Астанина, Н.В. Шестак, Е.В. Чмыхова— Электрон. текстовые данные.— М.: Современная гуманитарная академия, 2012.— 156 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/16934.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. ГОСТ 7.32-2001 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления».
5. ГОСТ 7.1-2003. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления.

7.3. Нормативные правовые документы.

1. Конституция Российской Федерации [Текст]: принята всенародным голосованием 12.12.1993; с учетом поправок, внесенных Законами Российской Федерации о поправках к Конституции Российской Федерации от 30.12.2008 № 6-

- ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11- ФКЗ // РГ. 1993. 25 декабря.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 13.07.2015) [Текст] // СЗ РФ. - 1994. -№32. - 5 декабря.6.4. Интернетресурсы, справочные системы.

7.4. Интернет-ресурсы

1. Интернет-библиотека «Маркетинг». <http://www.dis.ru/im/marketing/>
2. Менеджмент и маркетинг в бизнесе. <http://www.aup.ru/>
3. Маркетинг в управлении. <http://management.business-aspects.net/>
4. <http://www.soveurope.ru> – Современная Европа. Журнал Института Европы РАН.
5. <http://www.antiplagiat.ru> – система АНТИПЛАГИАТ
6. <http://www.rbs.ru> – сайт информационного агентства «Росбизнесконсалтинг»
7. www.nnir.ru - Российская национальная библиотека
8. www.nns.ru -Национальная электронная библиотека
9. www.rsi.ru - Российская государственная библиотека

7.5. Иные источники

1. Маркетинговые коммуникации. Журнал https://elibrary.ru/title_about.asp?id=10304
2. Новый маркетинг. Журнал <http://www.marketing.web-standart.net/>
3. <http://www.scholar/google.com> - поисковая система научно и академической литературы
4. www.business-learning.ru – система дистанционного бизнес-образования

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Корпуса Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа

обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

Bloomberg

EBSCO Publishing

eLIBRARY.RU

Emerging Markets Information Service

Google Scholar (Google Академия)

IMF eLibrary

JSTOR

New Palgrave Dictionary of Economics – Электронный словарь.

OECD iLibrary

Oxford Handbooks Online

Polpred.com Обзор СМИ

Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике;

SCOPUS

Web of Science

Wiley Online Library

World Bank Elibrary

Архивы научных журналов NEICON

Интернет-сервис «Антиплагиат»

Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»

ЭБС Издательства "Лань"

ЭБС Юрайт

Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»