

**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
<b>ПК-2</b>	Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	<b>ПК-2.2</b>	Способность разрабатывать планы маркетинга для реализации корпоративной стратегии

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

<b>ОТФ/ТФ/профессиональные действия</b>	<b>Код этапа освоения компетенции</b>	<b>Планируемые результаты обучения при прохождении практик</b>
<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><b>на уровне знаний:</b> 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><b>на уровне умений:</b> способность планировать и контролировать реализацию маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга предприятия.</p> <p><b>на уровне навыков:</b> владеть методикой создания системы, работы и реализации маркетинговых программ и планов маркетинга.</p>

	ДПК-3.2	<p><b>на уровне знаний:</b> общие методологии и технологии разработки управленческих решений; содержание процесса планирования при разработке управленческих решений; категориально-понятийный аппарат маркетингового планирования.</p> <p><b>на уровне умений:</b> пользоваться различными аналитическими инструментами для выработки стратегии предприятия; формировать систему критериев оценки эффективности планов.</p> <p><b>на уровне навыков:</b> сравнивать и сопоставлять российский и зарубежный опыт разработки управленческих решений в своей профессиональной деятельности; проводить анализ рыночных сегментов.</p>
	ПК 2.2	<p><b>на уровне знаний:</b> 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><b>уровне умений:</b> улучшать бизнес-процессы в организации, связанные с разработкой и реализацией корпоративных стратегий на уровне стратегических маркетинговых решений</p> <p><b>на уровне навыков:</b> 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.: 60х90 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.: 60х90 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](http://www.nnir.ru) - Российская национальная библиотека
8. [www.nns.ru](http://www.nns.ru) -Национальная электронная библиотека
9. [www.rsi.ru](http://www.rsi.ru) - Российская государственная библиотека

#### **7.5. Иные источники**

1. Маркетинговые коммуникации. Журнал [https://elibrary.ru/title\\_about.asp?id=10304](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](http://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»