

Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)
Б2.В.02.02(П) НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА
Объем трудоемкости: 9 зачетных единиц

Цель практики

Целью научно-исследовательской работы является формирование у обучающегося профессиональных умений и навыков выполнения комплекса подготовительных мероприятий и процедур, направленных на поиск, постановку, исследование и решение актуальной практической проблемы повышения эффективности маркетинговой или иной сопряженной деятельности предприятия, группы предприятий, отрасли реальной сферы экономики на основе научных подходов и принципов, освоенных в процессе изучения теоретических дисциплин.

Научно-исследовательская работа предусматривает реализацию научно-исследовательского вида профессиональной деятельности, к которому готовятся выпускники, освоившие программу магистратуры.

Задачи практики

В ходе практики решаются следующие задачи:

В соответствии с ООП, определены следующие задачи учебной практики (научно-исследовательской работы) магистров, обучающихся по направлению 38.04.06 Торговое дело:

– закрепление теоретических знаний, полученных студентами при изучении дисциплин профессионального цикла, в процессе научно-прикладного исследования проблем функционирования предприятий и отраслей коммерческой сферы, предоставляющих производственным и конечным потребителям торговые или иные услуги различного назначения;

– исследование современных теоретических школ и концепций научного познания в области управленческих и маркетинговых дисциплин торговой и иной коммерческой деятельности;

– предварительный выбор и постановка проблемы, формулирование концепции исследования по выбранной теме ВКР применительно к практической маркетинговой деятельности торгового предприятия, формирование рабочих гипотез исследования;

– разработка сценария научно-исследовательского проекта в соответствии с темой и теоретической концепцией ВКР;

– выбор и адаптация методики исследования проблемы к конкретным условиям функционирования предприятия-объекта исследования;

– выбор и оценка основных источников информации по проблеме;

– апробация методики в ходе выборочного сбора, обработки, систематизация и анализ фактографических данных о внутренней и внешней среде функционирования предприятия, необходимых для выявления проблемообразующих факторов и определения возможных направлений решения поставленной проблемы;

– прогнозная оценка предварительных результатов исследования, эскизное формирование и обоснование направлений, мероприятий и инструментов для решения поставленной проблемы.

Цели и задачи НИР полностью соотнесены с задачами по основному и дополнительным видам профессиональной деятельности образовательной программы: научно-исследовательской, организационно-управленческой, торгово-технологической, проектной деятельности.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Научно-исследовательская работа как часть производственной практики относится к вариативной части Блока 2 «Практики» учебного плана по направлению 38.04.06 Торговое дело (уровень магистратуры). НИР магистрантов проводится после завершения полного цикла теоретических дисциплин и предваряет написание ВКР, являясь подготовительным, преимущественно «кабинетным» этапом для реализации комплекса исследовательских проектов в процессе теоретического обучения в ходе практических исследований, и на последнем этапе в рамках ВКР.

Тематика ВКР по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело (уровень магистратуры) ориентирована на поиск стратегических резервов и выработку стратегических решений, определяющих долгосрочную рыночную устойчивость предприятия.

В этом смысле НИР студентов на завершающемся этапе обучения базируется на освоенных знаниях, умениях, навыках таких основных теоретических дисциплин учебного плана ООП, как:

Стратегический анализ и управление торгово-коммерческой деятельностью;
Современные информационные технологии в профессиональной деятельности;
Фундаментальные и прикладные исследования в торгово-коммерческой деятельности;

Методологический семинар по НИР;

Информационное обеспечение маркетинговых решений;

Управление рыночными инновациями и изменениями;

Рыночные исследования и веб-аналитика и др.

Тип (форма) и способ проведения практики

Выполнение НИР как одной из форм производственной практики обусловлено необходимостью формирования целостного представления, обучающегося о связи научных принципов и подходов с практическими аспектами деятельности предприятия профессиональной сферы. Цели, задачи и особенности НИР как части производственной практики обуславливают преимущественно «кабинетный» характер исследований и могут быть реализованы как стационарно на базе обучающей организации, так и на базе выбранного обучающимся предприятия в зависимости от конкретных особенностей проблемы и целей исследования, что не противоречит требованиям ФГОС. Выездной способ является предпочтительным при выборе базы практики для обучающихся заочной формы обучения. В этом случае они проходят практику по месту основной работы, если оно соответствует выбранному направлению и профилю обучения, или выбирают иное соответствующее профилю предприятие. Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик учитывает состояние здоровья обучающегося, а также требования по доступности и безопасности процесса работы на предприятии. При заключении договоров по практике с предприятиями возможность прохождения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья оговаривается предварительно.

НИР как форма производственной практики проводится концентрированно по периодам в соответствии с календарным графиком учебного процесса. Продолжительность каждого периода НИР определяется содержанием, учебным планом календарным графиком НИР. Смещение сроков практики может быть осуществлено только в исключительных случаях, если это не нарушает существенно календарных периодов обучения, в противном случае необходима разработка индивидуального учебного плана для обучающегося.

Основное руководство НИР на всех её этапах осуществляется преподавателями Университета, координирующими данную практику в целом, совместно с научными руководителями курсовых работ и ВКР, конкретизирующими содержательные аспекты НИР. Руководители от предприятий – баз практики на данном этапе, как правило, выполняют экспертно-консультационную функцию. Если НИР осуществляется по проблемам, сфор-

мированным на основе заявок или заказов конкретных предприятий, роль руководителя практики от предприятия становится приоритетной.

Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате прохождения НИР обучающийся должен приобрести предусмотренные образовательной программой высшего образования по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» практические навыки, умения, и компетенции, указанные в таблице ниже.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
<p>ПК-1. Способен осуществлять самостоятельные научные исследования по перспективным направлениям развития торгово-коммерческой деятельности</p> <p>ИПК-1.2. Выполняет самостоятельные научные исследования в соответствии с разработанной программой</p> <p>ИПК-1.3. Представляет результаты проведенного исследования научному сообществу в виде статьи или доклада</p> <p>ПК-2. Способен разрабатывать и реализовать маркетинговые программы торгового предприятия с использованием инструментов комплекса маркетинга</p> <p>ИПК-2.2. Разрабатывает, внедряет и совершенствует системы ценообразования на предприятии и формирует ценовую политику в коммерческой организации</p> <p>ИПК-2.3. Разрабатывает, внедряет и совершенствует систему распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в коммерческой организации</p> <p>ИПК-2.4. Разрабатывает, внедряет и совершенствует интегрированную систему маркетинговых коммуникаций в коммерческой организации</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - базовые принципы и подходы научного познания; - основные экономические законы, принципы и механизмы функционирования предприятия в рыночной среде; - базовые описательные методы изучения основных функциональных процессов экономических объектов; - основные подходы и принципы формирования стратегии личного развития и профессионального роста; - основные принципы совершенствования и развития своего интеллектуального и общекультурного уровня; - основы самодисциплины, планирования собственного времени, разработки планов личного образования и развития; - основы, способы оценки информации с точки зрения оценки факторов риска - основные понятия, связанные с выбором инноваций, их анализа и оценки экономической эффективности; - базовые навыки исследования, прогнозирования, моделирования и оценки конъюнктуры рынка; - основные прогрессивные направления развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга; - состав, структуру и содержание набора общих и специальных данных, идентифицирующих основные характеристики товаров; - сущность и принципы обработки, интеграции и представления результатов научно-исследовательских работ <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - адаптировать теоретические знания к требованиям практической деятельности в процессе выявления и постановки проблемы научного исследования; - использовать результаты комплексного анализа для разработки обоснованных выводов и предложений по результатам ВКР; - определять свои профессиональные перспективы, формулировать цели личностного развития и профессионального роста; - адаптироваться к новой социальной среде, принимать и осваивать нормы корпоративного поведения; эффективно коммуницировать и налаживать отношения в коллективе, адекватно реагировать на конфликтные ситуации на основе развития своего интеллектуального и общекультурного уровня; - адаптироваться к новым ситуациям, критически переоценивать накопленный опыт, анализировать свои возможности; - критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, анализировать свои возможности; - находить и квалифицированно применять инновационные инструменты при решении поставленных профессиональных задач; - разрабатывать бизнес – технологий с использованием научных методов и использовать их в работе с деловыми партнерами в рамках маркетинговой деятельности розничного предприятия; - проверять информацию, полученную в ходе исследования на соответствие нормативным требованиям;

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
<p>ПК-3. Способен осуществлять стратегическое планирование коммерческой деятельности и маркетинговых кампаний в онлайн-среде</p> <p>ИПК-3.2. Разрабатывает и анализирует систему показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование стратегии продвижения в интернет-среде</p> <p>ИПК-3.3. Разрабатывает комплексную маркетинговую стратегию продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде</p> <p>ИПК-3.4. Формирует и обосновывает бюджет проекта продвижения продукта, компании, сайта в интернет-среде</p>	<p>- разрабатывать комплексную методику оценки научно-исследовательских работ</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - научными методами и инструментами прогнозной оценки эффектов научного решения проблем функционирования организационной системы на основе анализа и синтеза информации; - навыками использования своего творческого потенциала в профессиональной деятельности; - базовыми навыками развития своего интеллектуального и общекультурного уровня навыками составления собственного плана работы на определенный период, способностью распределять свое время в течении дня и оценивать его эффективность; - методами адаптации к новым и текущим ситуациям, способам переоценки накопленного и полученного опыта в течение учебного процесса; - методами работы с информацией и критической ее оценки в течение учебного процесса; - навыками самостоятельного поиска и выбора инноваций, оценки их экономической эффективности в целях профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной); - базовыми навыками разработки эффективной бизнес-технологии для ее использования в профессиональной деятельности; - навыками исследования прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы; - первичным опытом изучения и сопоставления информации, представления результатов научно-исследовательских работ

Структура и содержание практики

Общая трудоёмкость практики составляет 9 зач. ед. (324 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице. Продолжительность практики - 6 недель. Время проведения практики - 3 семестр.

Содержание разделов программы практики, распределение бюджета времени практики на их выполнение представлено в таблице.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1	2	3	4
Подготовительный этап, включающий контактную работу обучающегося с преподавателем в ходе предварительных консультаций, общего собрания группы, составления графика практики, формулировки индивидуальных заданий	10	-	-	10	-
Самостоятельная работа обучающегося на предприятии-базе практики	290	-	-	290	-
Консультации руководителя практики от университета в период прохождения	20	-	-	20	-
Консультации по составлению отчета и аттестация обучающегося по практике	4	-	-	4	-
Общая трудоёмкость	час	324	-	324	-
	зач. ед.	9	-	9	-

Формы отчетности практики

В качестве основной формы отчетности по практике устанавливается дневник практики и письменный отчет.

Форма проведения аттестации – зачет.

Авторы:

Костецкий А.Н., канд.экон.наук, доцент, заведующий кафедрой. маркетинга и торгового дела

Шевченко Е.В., канд.экон.наук, доцент кафедры маркетинга и торгового дела.