

Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Торгового дела и маркетинга

наименование кафедры

Ю. Ю. Сулова

подпись, инициалы, фамилия

« 13 » 04 20 18 г.

Торгово-экономический институт

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ СЕМИНАР**

Дисциплина Б1.Б.10 Научно-исследовательский семинар
индекс и наименование дисциплины (на русском и иностранном языке при реализации на иностранном языке) в соответствии с ФГОС ВО и учебным планом

Направление подготовки/специальность 27.04.05 Инноватика
код и наименование направления подготовки/специальности

Направленность (профиль) 27.04.05.02 Инновационные технологии маркетинга
код и наименование направленности (профиля)

форма обучения очная

год набора 2019

Красноярск 2018

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по укрупненной группе

27.00.00 «Управление в технических системах»

код и наименование укрупненной группы

Направления подготовки /специальность (профиль/специализация)

27.04.05 Инноватика

27.04.05.02 Инновационные технологии маркетинга

код и наименование направления подготовки (профиля)

Программу составили Е.В. Щербенко

инициалы, фамилия, подпись

Ю.Ю. Сулова

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Целями научно-исследовательского семинара являются:

- выработать у магистрантов компетенции и навыки исследовательской работы в процессе подготовки магистерской диссертации;
- сделать научную работу магистрантов постоянным и систематическим элементом учебного процесса, включить их в жизнь научного сообщества.

1.2 Задачи изучения дисциплины

Основными задачами научно-исследовательского семинара является:

- ознакомление магистрантов с основными проблемными областями в сфере будущей профессиональной деятельности;
- выбор студентами направления и темы исследования;
- освоение студентами навыков научной работы, включая подготовку и проведение исследований, написание научных работ;
- обсуждение проектов и готовых исследовательских работ студентов;
- выработка у студентов навыков научной дискуссии и презентации исследовательских результатов;
- обеспечение непосредственной связи научно-исследовательской работы с профессиональной сферой деятельности будущего магистра, демонстрация перспектив его научного роста.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10

ПК- 6: способность применять теории и методы теоретической и прикладной инноватики, систем и стратегий управления, управления качеством инновационных проектов	
знать	категорийный и понятийный аппарат, его сущность в области инноватики; систем и стратегий управления, управления качеством инновационных проектов;
уметь	осуществлять на современной методологической основе осмысление результатов новейших научных исследований в области инноватики; систем и стратегий управления, управления качеством инновационных проектов;
владеть	современными методами приобретения и использования новых знаний и умений в области инноватики; систем и стратегий управления, управления качеством инновационных проектов;
ПК-7: способность выбрать (или разработать) технологию осуществления научного эксперимента (исследования), оценить затраты и организовать его осуществление	
знать	организационные основы проведения научного исследования;
уметь	самостоятельно организовать исследование, обрабатывать его эмпирические и экспериментальные данные;
владеть	способами оценки затрат на проведение исследования и его эффективности;
ПК-8: способность выполнить анализ результатов научного эксперимента с использованием соответствующих методов и инструментов обработки	
знать	основные понятия научного эксперимента и методики проведения научных исследований
уметь	формулировать гипотезы исследуемой проблемы, проводить эмпирические прикладные исследования.
владеть	методами и инструментами обработки результатов научного исследования в области инновационных технологий маркетинга
ПК-9 способность представить (опубликовать) результат научного исследования на конференции или в печатном издании, в том числе на иностранном языке	

знать	принципиальную схему подготовки научного отчета, статьи или доклада для представления результатов исследования;
уметь	применять сущностно-содержательный и структурно-композиционный принципы при подготовке научных работ, разрабатывать иллюстрационные и демонстрационные материалы по результатам исследования;
владеть	научным языком и стилем изложения для представления результатов исследования и навыками ведения дискуссии;
ПК-10 способность критически анализировать современные проблемы инноватики, ставить задачи и разрабатывать программу исследования, выбирать соответствующие методы решения экспериментальных и теоретических задач, интерпретировать, представлять и применять полученные результаты	
знать	общую методологию научных исследований и её структурные компоненты
уметь	– разрабатывать программу исследования; – выбирать соответствующие методы решения экспериментальных и теоретических задач; – интерпретировать полученные результаты в самостоятельной научно-исследовательской деятельности;
владеть	навыками выбора методов решения экспериментальных и теоретических задач, обобщения, представления и применения полученных результатов научных исследований

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 27.04.05 Инноватика, выпускник, освоивший программу магистратуры, имеющей научно-исследовательскую направленность должен быть подготовлен к решению задач:

- исследование в области инноватики;
- развитие инноватики как научного направления;

Научно-исследовательский семинар является одной из основных активных форм обучения профессиональным компетенциям, связанным с ведением видов деятельности, к которым готовится магистр, осуществляемый на регулярной основе в течение двух семестров, к работе которого привлекаются ведущие исследователи и специалисты практики.

Проведение семинара тесно связано с блоком дисциплин базовой и вариативной составляющих учебного плана подготовки магистров программы 27.04.05.02 Инновационные технологии маркетинга. Он базируется на изучении дисциплин «История и философия нововведений», «Экономика научных исследований», «Профессиональный иностранный язык» и полученных навыках магистров в ходе научно-исследовательской практики. Семинар обеспечивает и дополняет изучение дисциплин: «Технологии маркетинга сферы услуг», «Статистические методы в управлении инновациями», «Стратегический маркетинг инновационных проектов сферы услуг», «Маркетинговый анализ рынка инноваций», «Коммерциализация инноваций и развитие территорий», «Управление инновационными процессами», «Маркетинговый анализ рынка инноваций», «Инновационная экономика сферы услуг», «Продвижение инноваций на рынках сферы услуг», «Инновационная инфраструктура и бизнес-среда сферы услуг», «Конкуренция и бенчмаркинг рынков сферы услуг».

1.5 Особенности реализации дисциплины: язык реализации дисциплины - русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. часов)	Семестр	
		2	3
Общая трудоемкость дисциплины	2 (72)	1 (36)	1 (36)
Контактная работа с преподавателем:	0,56 (24)	0,28 (12)	0,28 (12)
занятия лекционного типа			
занятия семинарского типа			
в том числе:			
практические занятия (семинары)	0,56 (24)	0,28 (12)	0,28 (12)
практикумы			
лабораторные работы			
другие виды контактной работы			
в том числе: групповые консультации			
индивидуальные консультации			
иная внеаудиторная контактная работа:			
групповые занятия			
индивидуальные занятия			
Самостоятельная работа обучающихся:	1,44 (48)	0,72 (24)	0,72 (24)
изучение теоретического курса (ТО)			
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)			
реферат, эссе (Р)			
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Нет	Нет	Нет
Промежуточная аттестация (зачёт) (экзамен)	зачет	зачет	зачет

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
I модуль / 2-й семестр						
1	Проблемные области сферы профессиональной деятельности будущей		2		4	
2	Образцы исследовательской и аналитической деятельности		2		4	
3	Правила подготовки и написания академических работ		2		4	
4	Правила научного и технологического редактирования академических работ		2		4	
5	Дискуссионная площадка		4		8	
	Итого		12		24	
II модуль / 3-й семестр						
6	Методология исследований, виды и методы анализа и проектирования в предметной области магистерской программы		2		4	
7	Критерии оценивания магистерских диссертаций		2		4	
8	Технологии реализации (внедрения) исследовательских проектов		2		4	
9	Обсуждение		2		4	

	исследовательских проектов магистранта					
10	Дискуссионная площадка		4		8	
	Итого		12		24	
Всего			24		48	

3.2 Занятия лекционного типа учебным планом не предусмотрены

3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Проблемные области сферы будущей профессиональной деятельности	2	2	
2	2	Образцы исследовательской и аналитической деятельности	2	2	
3	3	Правила подготовки и написания академических работ	2	2	
4	4	Правила научного и технологического редактирования академических работ	2	0	
5	6	Методология исследований, виды и методы анализа и проектирования в предметной области магистерской программы	2		
6	7	Критерии оценивания магистерских диссертаций	2		
7	8	Технологии реализации (внедрения) исследовательских проектов	2		
8	9	Обсуждение исследовательских проектов магистранта	2	2	
9	5,10	Дискуссионная площадка	8	8	
Всего			24	10	

3.4 Лабораторные занятия

Не предусмотрены учебным планом

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

5.1 Перечень видов оценочных средств:

Оценка результатов научно-исследовательской деятельности магистров в рамках научно-исследовательского семинара осуществляется руководителем НИС в соответствии с планом НИР магистра.

При оценки результатов научно-исследовательской работы студентов в рамках НИС учитываются: степень участия магистранта в коллективных обсуждениях, качество промежуточных работ (презентаций, проектов, отчетов о практических результатах исследования и пр.), степень самостоятельности студентов при выполнении заданий научного руководителя; дисциплинарные факторы (отсутствие пропусков заседаний НИС).

Задолженность по научно-исследовательскому (научному) семинару приравнивается к академической задолженности.

5.2 Контрольные задания семинара

Оценка студента по НИС формируется из оценки

- Текстов, отражающих разные этапы работы над курсовым проектом, курсовой работой и магистерской диссертацией;
- Качества подготовленного «досье» источников и литературы;
- Презентаций в ходе публичных обсуждений на НИС;
- Участия в коллективных обсуждениях.

За время работы семинара во 2-м семестре обучения студент обязан представить:

1. Обзор литературы и источников по теме – реферат
2. Развернутый план диссертационной работы
3. Научную статью по результатам НИР и выполнения курсовых работ семестра

За время работы семинара в 2-м семестре обучения студент обязан представить:

1. Программу магистерского исследования
2. Отчет о проводимых эмпирических исследованиях
3. Научную статью по результатам НИР и выполнения курсовых работ семестра
4. Магистерскую диссертацию для прохождения предзащиты и защиты

Перечень направлений научных исследований для определения темы выпускных квалификационных работ магистров программы 27.04.05.02 «Инновационные технологии маркетинга сферы услуг» направления 27.04.05 «Инноватика».

1. Анализ факторов формирования и оценки инновационного потенциала организации

2. Проектирование процесса подготовки, реализации и оценки эффективности инновационных проектов
3. Анализ и оценка конкурентоспособности нововведений
4. Методы и технологии тестирования нового товара в рыночных условиях
5. Инновации в формировании и развитии конкурентных преимуществ фирмы
6. Инновации как фактор социально-экономического развития региона
7. Оценка факторов инновационной привлекательности отрасли (региона).
8. Инструменты государственной политики в области инноваций
9. Маркетинг в системе управления инновационным процессом на предприятии
10. Проектирование комплекса маркетинга инновационного продукта (услуги)
11. Проектирование комплекса маркетинговых коммуникаций инновационно-ориентированного предприятия
12. Маркетинговый анализ и оценка инновационного потенциала организации
13. Маркетинговый анализ микро и макросреды инновационной деятельности предприятия
14. Сегментация рынка в исследовании инновационных возможностей предприятия
15. Макро и микро-сегментация рынка новых товаров (технологий, услуг)
16. Маркетинговые исследования (по направлениям) в инновационном процессе предприятия
17. Исследование рынка инноваций в формировании конкурентных преимуществ предприятия.
18. Конкурентные стратегии предприятия на рынке инноваций
19. Факторы конкурентоспособности инновационной фирмы
20. Методы и инструменты изучения скрытых и формирующихся потребностей клиентов предприятия
21. Маркетинговый анализ потребителей инноваций в формировании стратегии развития предприятия
22. Разработка стратегии позиционирования инновационного продукта, услуги
23. Разработка стратегии управления новым товаром, услугой
24. Формирование организационной структуры инновационно-ориентированного предприятия.
25. Корпоративная информационная система в инновационном развитии предприятия
26. Организация маркетинга в системе управления инновационным развитием предприятия
27. Система маркетингового контроля инновационной деятельности предприятия.
28. Маркетинговые индикаторы инновационного потенциала предприятия и их оценка

29. Формирование маркетинговой стратегии инновационного развития предприятия
30. Оценка эффективности инноваций на основе маркетинговых индикаторов развития предприятия
31. Методы и процедуры исследования потребительского восприятия инноваций
32. Социальные и интеллектуальные сети в продвижении инноваций
33. Маркетинговая информационная система в управлении инновационной деятельностью предприятия
34. Анализ и оценка конкурентоспособности нововведений (стартапов)
35. Формирование стратегии и системы продвижения нового товара (технологии)
36. Гармонизация промышленной и торговой политики с учетом инновационной привлекательности.
37. Условия и маркетинговые инструменты создания стартапов.
38. Организационно-экономические механизмы обеспечения инновационного развития отраслей сферы услуг.
39. Исследование жизненного цикла инноваций в формировании конкурентоспособности стартапа
40. Оценка инновационной активности хозяйствующих субъектов в целях обеспечения их устойчивого экономического развития и роста стоимости.
41. Исследование инфраструктуры в инновационно активных экономических системах.
42. Управление интеллектуальной собственностью и методами оценки стоимости интеллектуальной составляющей инновационного продукта.
43. Управление рисками инновационной деятельности на стадиях жизненного цикла инноваций
44. Маркетинговый анализ инновационного проекта
45. Разработка проекта маркетинговых технологий продвижения инноваций
46. Разработка проекта инновационных технологий некоммерческого маркетинга.

5.3 Темы письменных работ

Все подготовленные и представленные тексты (п.5.2.) должны являться результатом самостоятельно научно-исследовательской / информационно-аналитической работы студентов, которую они ведут под руководством своих научных руководителей. На их основе студенты готовят презентации для выступлений в ходе семинара.

6. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

1. Виноградов, В.М. Методология научных исследований в машиностроении: учебное пособие / М.: КНОРУС, 2018. – 292 с.

2. Демина, Л.А. Логика, методология, аргументация в научном исследовании: учебник для аспирантов / Л.А.Демина, В.И. Пржиленский. - М.: Проспект, 2017. -160 с.

3. Едророва, В.Н. Статистическая методология в системе научных методов финансовых и экономических исследований: учебник / В.Н. Едророва, А.О. Овчаров. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 464 с.

4. Маркова, Е.С. Методология и методы научных исследований: учебное пособие / Е.С. Маркова. – Липецк: ЛГТУ, 2017.- 125 с.

5. Мокий, М.С. Методология научных исследований: учебник для магистров / М.С. Мокий, А.Л. Никифоров, В.С. Мокий; под ред. М.С. Мокий; ГУУ.- М.: Юрайт, 2016.- 255 с.

6. Овчаров, А.О. Методология научного исследования: учебник / А.О. Овчаров, Т.Н. Овчарова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 304 с.

7. Осипова, С.И. Методология научно-исследовательской работы: учеб.-метод. пособие / С. И. Осипова. – Красноярск: СФУ, 2013. – 120 с.

8. Шкляр, М. Ф. Основы научных исследований [электронный ресурс]: / М. Ф. Шкляр. - 5-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. - 244 с. - ЭБС ИНФРА-М

Периодические издания

1. ЭКО. Выходит ежемесячно
2. Экономист. Выходит ежемесячно
3. Вопросы экономики. Выходит ежемесячно
4. Вестник Московского университета. Выходит раз в два месяца
5. Проблемы теории и практики управления. Выходит раз в два месяца
6. Маркетинг в России и за рубежом. Выходит ежемесячно.
7. Маркетинг. Выходит раз в два месяца
8. Маркетинг и маркетинговые исследования. Выходит раз в квартал
9. Мировая экономика и международные отношения. Выходит ежемесячно
10. Российский экономический журнал. Выходит ежемесячно
11. Российское предпринимательство. Выходит ежемесячно.
12. Креативная экономика. Выходит ежемесячно.
13. Экономическая политика. Выходит раз в два месяца
14. Вестник Российской экономической академии им. Г.В. Плеханова. Выходит ежеквартально
15. Вестник Санкт-Петербургского университета. Выходит ежеквартально
16. Journal of Marketing. Выходит ежемесячно.
17. Marketing Management. Выходит ежемесячно.
18. Journal of Consumer Research. Выходит ежемесячно.
19. Harvard Business Review. Выходит ежемесячно.
20. Business Horizons. Выходит ежемесячно.
21. Journal of Advertising Research. Выходит ежемесячно.

7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) Полнотекстовая база данных «Консультант - плюс»

1. Полнотекстовая база данных «Кодекс»
2. Научная Электронная библиотека www.elibrary.ru.
3. Федеральный портал Российское образование www.edu.ru
4. Библиотека учебной и научной литературы Русский гуманитарный интернет-университет i-u.rubiblio
5. Книжная поисковая система Electronic Books Database www.ebdb.ru
6. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина www.prilib.ru
7. Мировая цифровая библиотека World Digital Library www.wdl.org.ru
8. Европейская библиотека The European Library search.theeuropeanlibrary.org
9. Единое окно доступа к образовательным ресурсам window.edu.ru
10. Библиотека издательского дома «Гребенников» grebennikon.ru
11. Университетская библиотека www.biblioclub.ru
12. EastView Универсальные базы данных изданий России и стран СНГ ebiblioteka.ru

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Самостоятельная работа магистров в рамках НИС регламентируется графиком учебного процесса

Учебным планом предусмотрено 72 часа / 2 зачетные единицы
в т. ч. самостоятельная работа: 48 часов / 1,44 зачетные единицы
из них 36 часов – на изучение теоретического материала;

12 часов – на подготовку презентаций выполненных работ на семинаре;

Для самостоятельной работы по перечисленным темам необходимо изучить приведенные по разделам учебно-методические материалы НИС, литературу по тематике диссертационного исследования магистра. Промежуточный контроль самостоятельной работы студента осуществляется на занятиях семинара, итоговые результаты самостоятельной работы учитываются при проведении зачета.

9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

9.1.1	Для обеспечения занятий лекционного типа презентационным материалом необходимо программное обеспечение Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (Microsoft® Windows® XP) Лицсертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный; Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицсертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный; программный продукт для чтения файлов pdf – Adobe Acrobat.
9.1.2	Антивирусная программа ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 2750 users Лицсертификат EAV-0189835462 от 10.04.2017; Kaspersky Endpoint Security Лицсертификат 2462170522081649547546 от 22.05.2017.

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

9.2.1	Информационно-правовой портал «Гарант»: http://www.garant.ru/ Информационно-справочная система «Консультант+»: http://www.consultant.ru/
-------	--

10. Материально-техническая база дисциплины (модуля)

Кафедра торгового дела и маркетинга располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение научно-исследовательской работы магистров в рамках НИС, предусмотренных учебным планом подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

При использовании электронных изданий университет обеспечивает каждого обучающегося во время самостоятельной подготовки рабочим местом в компьютерном классе и/или библиотеке в соответствии с объемом изучаемых дисциплин, включая выход в Интернет

В ходе прохождения научно-исследовательской практики магистров в ТЭИ СФУ в основном используется учебная аудитория 5-12, 5-31, 509 оснащенная учебными пособиями в виде стендов и демонстрационной техникой, используемой при проведении занятий: ноутбук ASUS L5800 C, проектор Plus V5-112, экран, компьютеры.

Также используется компьютерный класс 6-32, оснащенный 14 компьютерами, объединенными в локальную сеть с выходом в Интернет, видеопроекторы, проекционные панели (ПО: Project Expert; Audit Expert, Конси – SWOT Analysis, Marketing Analytic)

