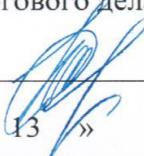


Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Торгового дела и маркетинга


Ю. Ю. Сулова

« 13 » 04 20 18 г.
Торгово-экономический институт

Программа

научно-исследовательской работы

27.04.05 «Инноватика»

27.04.05.02 «Инновационные технологии маркетинга»

Квалификация (степень) выпускника
магистр

Красноярск 2018

1. Цель научно-исследовательской работы – подготовить магистра к самостоятельной научно-исследовательской работе индивидуально или в составе творческого коллектива, основным результатом которой является написание и успешная защита магистерской диссертации.

2. Задачи научно-исследовательской работы – дать следующие навыки и умения, необходимые для выполнения научно-исследовательской работы:

- вести библиографическую работу с привлечением современных информационных технологий;
- формулировать и разрешать задачи, возникающие в ходе выполнения научно-исследовательской работы;
- выбирать необходимые методы исследования (модифицировать существующие, разрабатывать новые методы), исходя из задач конкретного исследования (по теме диссертации или при выполнении заданий научного руководителя в рамках образовательной программы);
- применять современные информационные технологии при проведении научных исследований;
- обрабатывать полученные результаты, анализировать и представлять их в виде законченных научно-исследовательских разработок (отчета по научно-исследовательской работе, тезисов докладов, научной статьи, диссертации);
- оформлять результаты проделанной работы в соответствии с требованиями нормативных документов с привлечением современных средств редактирования и печати.

3. Место научно-исследовательской работы в структуре образовательной программы высшего образования

Научно-исследовательская работа Б2.В.02(П) базируется в вариативной части раздела Б.2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)» учебного плана программы 27.04.05.02 «Инновационные технологии маркетинга» направления 27.04.05 «Инноватика» и предусмотрена к реализации на протяжении 1-3 семестра обучения магистров. Для выполнения программы НИР магистр должен владеть знаниями по всем дисциплинам учебного плана данной образовательной программы.

4. Формы проведения научно-исследовательской работы

Научно-исследовательская работа магистра выполняется под руководством научного руководителя в следующих формах:

- проведение научных исследований в соответствии с утвержденным планом работы и подготовки диссертации с помощью научного руководителя;

- участие в научно-исследовательских проектах по направлению научных исследований;
- участие в семинарах по тематике исследования, проводимых в университете, институте и на выпускающей кафедре;
- выступления на научных конференциях по направлению научных исследований, проводимых различными организациями и учреждениями;
- подготовка и публикация тезисов докладов, научных статей в соответствии с планом научных исследований;
- подготовка, оформление и защита магистерской диссертации.

5. Место и время проведения научно-исследовательской работы

Научно-исследовательская работа магистра проводится на выпускающей кафедре Торгового дела и маркетинга, в течение периода 1-3 семестра обучения в соответствии с учебным планом.

Для сопровождения НИР магистра программы 27.04.05.02 «Инновационные технологии маркетинга сферы услуг» направления 27.04.05 «Инноватика» в ТЭИ СФУ функционирует научно-исследовательский центр мониторинга потребительского рынка товаров и услуг.

6. Компетенции обучающегося, формируемые в ходе научно-исследовательской работы:

способность применять теории и методы теоретической и прикладной инноватики, систем и стратегий управления, управления качеством инновационных проектов ПК-6

способность выбрать (или разработать) технологию осуществления научного эксперимента (исследования), оценить затраты и организовать его осуществление ПК-7

способностью выполнить анализ результатов научного эксперимента с использованием соответствующих методов и инструментов обработки ПК-8

способностью представить (опубликовать) результат научного исследования на конференции или в печатном издании, в том числе на иностранном языке ПК-9

способность руководить практической, лабораторной и научно-исследовательской работой студентов, проводить учебные занятия в соответствующей области ПК-11

способностью применять, адаптировать, совершенствовать и разрабатывать инновационные образовательные технологии ПК-12

В результате выполнения программы научно-исследовательской работы обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения и продемонстрировать следующие результаты образования

7. Структура и содержание научно-исследовательской работы

Результатом научно-исследовательской работы 1-го семестра 1 года обучения является: утвержденная тема диссертации и план-график работы

над диссертацией с указанием основных мероприятий и сроков их реализации; постановка целей и задач диссертационного исследования; определение объекта и предмета исследования; обоснование актуальности выбранной темы; характеристика методологического аппарата, который предполагается использовать; подбор и изучение основных литературных источников, которые будут использованы в качестве теоретической базы исследования; подробный обзор литературы по теме диссертационного исследования. По результатам первого семестра первого года обучения магистр должен подготовить и, по возможности, опубликовать статью, выступить на научной конференции и на научном семинаре.

Результатом научно-исследовательской работы 2-го семестра 1 года обучения является: разработка подходов; выдвижение гипотез; подбор или разработка методов сбора данных и обработки результатов, оценку их достоверности и достаточности для продолжения работы над диссертацией; сбор и обработка фактического материала. Первый год обучения должен завершиться выступлением на научных конференциях или научном семинаре, публикацией статьи.

В третьем семестре второго года обучения магистр формирует текст диссертации, формулирует результаты и представляет их для обсуждения на научном семинаре. Это служит основой для окончательной редакции текста диссертации, уточнения выводов исследования магистра, подготовки текста доклада и презентации защиты диссертации. За второй год обучения магистр должен выступить на научных конференциях и научном семинаре, опубликовать научную статью по результатам исследования.

Содержание научно-исследовательской работы магистра на каждом году обучения отражается в Индивидуальном плане работы магистра. Индивидуальный план магистра обсуждается и утверждается научным руководителем и заседанием кафедры Торгового дела и маркетинга.

8. Научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые в проведении научно-исследовательской работе

В ходе научно-исследовательской работы решая исследовательские (производственные) задачи магистр должен принимать участие или самостоятельно организовать проведение научно-исследовательских экспериментов, касающихся теоретической или практической части курсовых работ и выпускной квалификационной работы.

Для организации научной работы обучаемых руководитель научно-исследовательской работы магистра формирует индивидуальные задания, исходя из научно-исследовательской тематики магистра и научных интересов выпускающей кафедры и актуальной проблематики социально-экономического развития региона.

В процессе научно-исследовательской работы активно используется проблемное обучение, связанное с решением проблем конкретного объекта

исследования; исследовательские методы обучения, связанные с самостоятельным пополнением знаний; проектное обучение, связанное с участием магистрантов в реальных процессах, имеющих место в организациях (учреждениях), информационно-коммуникационные технологии, в том числе доступ в Интернет. Магистранты имеют возможность дистанционных консультаций с руководителями от Университета посредством электронной почты.

Совокупность способов проведения научных исследований в рамках практики включает в себя как доступ в сеть Интернет, так и использование программных продуктов для обработки аналитических данных.

Для обучающихся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам: Информационно-правовой портал «Гарант»; информационно-справочная система-«Консультант+» ;

Для магистров обеспечен доступ к электронному каталогу на все виды изданий (база данных СФУ), электронной картотеке статей из периодических изданий (база данных СФУ), учебно-методическому комплексу (текстовые файлы), научной библиотеке СФУ (база данных).

Перечень необходимых информационных справочных систем:

Операционные системы	Microsoft Windows XP SP3, Microsoft Windows, Server 2003 sp2
Офисный пакет	Microsoft Office 2003 SP3, Microsoft Office FrontPage 2003, Microsoft Office Visio 2003, Microsoft Office PROJECT 2003, Open Office 3.0.1
Браузер	Mozilla FireFox
Архиватор	7-ZIP
Антивирус	ESET NOD32
Обучающие программные продукты	Консультант + Project Expert 6 Audit Expert 3

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение научно-исследовательской работы

Для решения задач научно-исследовательской работы магистру необходимо изучение учебно-методической и научной литературы по проблемам области темы диссертационного исследования. Кроме того к изучению в ходе научно-исследовательской работы для магистров рекомендованы:

Учебно-методические и научные издания:

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.

ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Полнотекстовая база данных «Консультант - плюс»
2. Полнотекстовая база данных «Кодекс»
3. Научная Электронная библиотека www.elibrary.ru.
4. Федеральный портал Российское образование www.edu.ru

5. Библиотека учебной и научной литературы Русский гуманитарный интернет-университет i-u.rubiblio
6. Книжная поисковая система Electronic Books Database www.ebdb.ru
7. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина www.prlib.ru
8. Мировая цифровая библиотека World Digital Library www.wdl.org.ru
9. Европейская библиотека The European Library search.theeuropeanlibrary.org
10. Единое окно доступа к образовательным ресурсам window.edu.ru
11. Библиотека издательского дома «Гребенников» grebennikon.ru
12. Университетская библиотека www.biblioclub.ru
13. EastView Универсальные базы данных изданий России и стран СНГ ebiblioteka.ru
- 14.

10. Материально-техническое обеспечение практики

Кафедра Торгового дела и маркетинга, осуществляющая реализацию образовательной программы 27.04.05.02 «Инновационные технологии маркетинга» направления 27.04.05 «Инноватика», располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической и научно-исследовательской работы магистрантов, 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 и содержанием НИР, включая выход в Интернет. Так 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).

11. Формы промежуточной аттестации

Для контроля за научно-исследовательской работой магистров проводятся промежуточные и заключительная аттестация. Содержание и сроки аттестации научной деятельности магистра устанавливаются учебным планом и соответствующими нормативными документами СФУ и РФ. Промежуточная аттестация научной работы магистра проводится на выпускающей кафедре в конце 1-3 семестра обучения (зачет), итоговая аттестация представляет собой защиту выполненной выпускной квалификационной работы магистра в виде магистерской диссертации.

В структуре отчета по результатам научно-исследовательской работы 1-го семестра 1 года обучения:

- план-график работы над диссертацией с указанием основных мероприятий и сроков их реализации;
- постановка целей и задач диссертационного исследования;
- определение объекта и предмета исследования;
- обоснование актуальности выбранной темы; характеристика методологического аппарата, который предполагается использовать;
- перечень основных литературных источников, которые будут использованы в качестве теоретической базы исследования;
- текст научной статьи.

В структуре отчета по результатам научно-исследовательской работы 2-го семестра 1 года обучения:

- описание методов сбора данных и обработки результатов диссертационного исследования,
- первая глава магистерской диссертации
- текст научной статьи

В структуре отчета по результатам научно-исследовательской работы 1-го семестра 2 года обучения

текст 2 главы диссертации
текст научной статьи

Защита отчета промежуточной аттестации магистров по результатам научно-исследовательской работы проводится комиссией, в состав которой входит научный руководитель магистра и два ведущих лектора образовательной программы. Оценка защиты отчета производится по критерию «зачет» и «незачет»

Содержание отчетов промежуточной аттестации магистров по результатам научно-исследовательской работы служит основой для выводов и обобщений диссертационного исследования магистра, подготовки текста доклада и презентации ее защиты.

Перечень направлений научных исследований для определения темы выпускных квалификационных работ магистров программы 27.04.05.02 «Инновационные технологии маркетинга» 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.

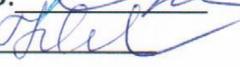
Защита выпускной квалификационной работы является публичной и проводится в форме представления научного доклада, об основных результатах подготовленной научно-квалификационной работы на заседании Государственной экзаменационной комиссии с участием не менее двух третей ее состава. Задачей работы государственной комиссии по защите выпускной научно-квалификационной работы является определение профессиональной объективной оценки научных знаний и практических навыков (компетенций) выпускников магистратуры на основании экспертизы ее содержания и оценки умения магистра представлять и защищать ее основные положения. Требования к содержанию подготовки и процедурам проведения итоговой аттестации изложены в программе государственно итоговой аттестации магистров направления подготовки 27.04.05 «Инноватика» программы 27.04.05.02 «Инновационные технологии маркетинга». 27.04.05.02 «Инновационные технологии маркетинга».

Программа научно-исследовательской работы составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 27.04.05 «Инноватика» (уровень магистратуры), утвержденным Приказом Министерством образования РФ от 30.10.2014 №1415.

Разработчики

д-р.эконом.наук, профессор Сулова Ю.Ю. 

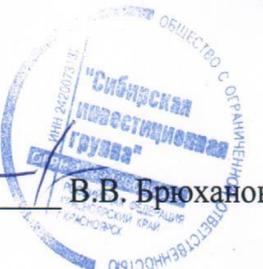
д-р.эконом.наук, профессор Щербенко Е.В. 

канд.эконом.наук, доцент Юшкова Л.В. 

Представитель работодателя

Генеральный директор

ООО «Сибирская инвестиционная группа», канд. экон. наук



В.В. Брюханов

Программа принята на заседании кафедры Торгового дела и маркетинга «13» апреля 2018 года, протокол № 8