

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце: МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФИО: Силин Яков Петрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 11.07.2024 13:47:29

Уникальный программный ключ:

24f866be2aca16484036a8cbb5c509a9531ee051

Одобрена  
на заседании кафедры

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

16.11.2023 г.

протокол № 4

Зав. кафедрой Капустина Л.М.

Утверждена

Советом по учебно-методическим  
вопросам и качеству образования

13 декабря 2023 г.

протокол № 4

Председатель  Карх Д.А.



(подпись)

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Организация научных исследований
Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент
Профиль	Маркетинг и брендинг
Форма обучения	очная
Год набора	2024

Разработана:  
Профессор, д.э.н.  
Капустина Л.М.

Екатеринбург  
2023 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b>	<b>3</b>
<b>1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>3</b>
<b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП</b>	<b>3</b>
<b>3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>3</b>
<b>4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП</b>	<b>3</b>
<b>5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН</b>	<b>5</b>
<b>6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ</b>	<b>6</b>
<b>7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>9</b>
<b>8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ</b>	<b>11</b>
<b>9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>11</b>
<b>10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ</b>	<b>12</b>
<b>11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ</b>	<b>13</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы магистратуры, разработанной в соответствии с ФГОС ВО

ФГОС ВО	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952)
ПС	

### 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины – формирование целостного представления о научно-исследовательской деятельности и овладение студентами магистратуры методическим инструментарием исследований в менеджменте и маркетинге, выработка компетенций и профессиональных навыков самостоятельной научной работы.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к базовой части учебного плана.

### 3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточная аттестация	Часов				З.е.
	Всего за семестр	Контактная работа (по уч.зан.)		Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых	
		Всего	Практические занятия, включая курсовое проектирование		
Семестр 1					
Зачет	72	12	12	60	2

### 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС ВО.

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	ИД-1.УК-1 Знать: методы критического анализа; методологию системного подхода; методы выявления проблемной ситуации
	ИД-2.УК-1 Уметь: выявлять проблемные ситуации, осуществлять поиск информации и решений

УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИД-3.УК-1 Иметь практический опыт работы по разработке и аргументации стратегии решения проблемной ситуации на основе системного подхода
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИД-1.УК-6 Знать: теоретико-методологические основы саморазвития, самореализации, использования творческого потенциала; основы планирования профессиональной траектории; технологии и методики самооценки
	ИД-2.УК-6 Уметь: определять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; разрабатывать, контролировать, оценивать и исследовать компоненты профессиональной деятельности; планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач
	ИД-3.УК-6 Иметь практический опыт определение эффективного направления действий в области профессиональной деятельности; принятия решений на уровне собственной профессиональной деятельности; планирования собственной профессиональной деятельности

Общепрофессиональные компетенции (ОПК)

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
ОПК-2 Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач;	ИД-1.ОПК-2 Знать современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа
	ИД-2.ОПК-2 Уметь использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении управленческих и исследовательских задач

ОПК-2 Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач;	ИД-3.ОПК-2 Иметь практический опыт применения систем управления базами данных в сфере экономики и управления
ОПК-5 Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты.	ИД-1.ОПК-5 Знать методы, технологии и инструменты обобщения и критической оценки результатов научных исследований в менеджменте и экономике
	ИД-2.ОПК-5 Уметь организовать работу творческих коллективов для выполнения научно-исследовательской работы
	ИД-3.ОПК-5 Иметь практический опыт активизации деятельности членов команд, выполняющих научно-исследовательские проекты

## 5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Часов						
	Наименование темы	Всего часов	Контактная работа (по уч.зан.)			Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
			Лекции	Лабораторные	Практические занятия		
Семестр 1		72					
Тема 1.	Основные понятия науки и научного исследования. УК-1, ОПК-5	8			2	6	
Тема 2.	Подготовка научной статьи и аннотации к ней, критерии оценки научной работы УК-6, ОПК-2	22			2	20	
Тема 3.	Подготовка обзора научной литературы. УК-1	18			2	16	
Тема 4.	Методология научного исследования: системный подход и общенаучные методы	8			2	6	

Тема 5.	Выбор метода (инструмента) маркетингового анализа и его применение.	8			2	6	
Тема 6.	Структура выпускной квалификационной работы (магистратура). Актуальность, объект, предмет, цель и задачи, план ВКР (магистратура)	8			2	6	

## 6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			
Тема 1. Основные понятия науки и научного исследования	Тест Приложение 4	В тесте 18 вопросов - базовых понятий научного исследования	18 баллов, по 1 баллу за каждый правильный ответ в вопросе теста.
Тема 3. Подготовка обзора научной литературы	Доклад-презентация "Оценка научного вклада классиков менеджмента в развитие теории управления" Приложение 4	Презентация о научном вкладе одного из ученых - классиков менеджмента в развитие теории и науки управления	10 баллов Отражение в докладе главных научных достижений ученого и понимание прироста нового знания. Обобщение и критический анализ научных исследований в менеджменте
Тема 5. Выбор метода (инструмента) маркетингового анализа и его применение	Отчет о практическом применении одного из инструментов стратегического маркетингового анализа Приложение 4	Применение инструмента (метода) для объекта исследования в ВКР, проведение практических расчетов и разработка стратегии, стратегических действий по результатам анализа полученных результатов	15 баллов 1. Правильное отражение в отчете сущности метода 2. Корректность применения метода 3. Наличие авторских выводов и стратегических мероприятий по совершенствованию управления маркетинговой деятельностью.

Тема 2. Подготовка научной статьи и аннотации к ней, критерии оценки научной работы	Статья по теме ВКР Приложение 4	Лист оценивания научной статьи	1. Рекомендация научного руководителя к опубликованию статьи студента 2. Самооценка качества статьи студентом по листу оценивания научных работ.
Тема 4. Методология научного исследования : системный подход и общенаучные методы	Бриф на проведение полевого маркетингового исследования Приложение 4	Выявить проблемную ситуацию в организации - объекте ВКР и обосновать применение опроса (экспертного метода) для получения данных, необходимых для разрешения проблемной ситуации.	20 баллов 1. Четкость формулировки проблемной ситуации. 2. Корректность составления технического задания (брифа) на проведение полевого маркетингового исследования. 3. Адекватность методов и инструментов анализа данных.
Тема 6. Структура выпускной квалификационной работы (магистратура). Актуальность, объект, предмет, цель и задачи, план ВКР (магистратура).	План ВКР Приложение 4	Составить план выпускной квалификационной работы	Утверждение плана ВКР научным руководителем
Промежуточная аттестация (Приложение 5)			
1 семестр (За)	Билеты для зачета Приложение 5	1 вопрос теоретический 2 вопрос практический	правильность ответа

## ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Показатель оценки освоения ОПОП формируется на основе объединения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущий контроль. Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течение семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин и практик закреплены виды текущего контроля, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончании дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончании формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно.

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов.  Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения профессиональных задач
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

## 7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

<p>Тема 1. Основные понятия науки и научного исследования. УК-1, ОПК-5 Основные понятия науки и научного исследования</p>
<p>Тема 2. Подготовка научной статьи и аннотации к ней, критерии оценки научной работы УК-6, ОПК-2 Структура научной статьи и аннотации к ней. Критерии оценивания научной статьи</p>
<p>Тема 3. Подготовка обзора научной литературы. Ук-1 Основы написания реферата - обзора научной литературы.</p>
<p>Тема 4. Методология научного исследования: системный подход и общенаучные методы Системный подход и общенаучные методы исследования</p>
<p>Тема 5. Выбор метода (инструмента) маркетингового анализа и его применение. Выбор метода (инструмента) маркетингового анализа и его применение к объекту исследования в ВКР. Разработка стратегии и стратегических мероприятий на основе полученных результатов.</p>
<p>Тема 6. Структура выпускной квалификационной работы (магистратура). Актуальность, объект, предмет, цель и задачи, план ВКР (магистратура) Структура и критерии оценивания выпускной квалификационной работы</p>

### 7.3. Содержание самостоятельной работы

<p>Тема 1. Основные понятия науки и научного исследования. УК-1, ОПК-5 Подготовка к тестированию по основным научным понятиям</p>
<p>Тема 2. Подготовка научной статьи и аннотации к ней, критерии оценки научной работы УК-6, ОПК-2 Подготовка научной статьи. Самооценка и самопроверка качества научной публикации на основе проверки соответствия основным критериям из листа оценивания статьи</p>
<p>Тема 3. Подготовка обзора научной литературы. Ук-1 Подготовка презентации научного вклада в развитие науки управления одного из ученых и практиков - классиков менеджмента</p>
<p>Тема 4. Методология научного исследования: системный подход и общенаучные методы Применение современных технологий и методик сбора данных на основе полевого маркетингового исследования. Применение экспертных и статистических методов анализа данных.</p>
<p>Тема 5. Выбор метода (инструмента) маркетингового анализа и его применение. Разработка стратегических действий по итогам применения студентами одного из инструментов (методов) стратегического и маркетингового анализа к объекту исследования в ВКР.</p>
<p>Тема 6. Структура выпускной квалификационной работы (магистратура). Актуальность, объект, предмет, цель и задачи, план ВКР (магистратура) Формирование плана ВКР</p>

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену  
Приложение 1

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену  
Приложение 2.

7.3.3. Перечень курсовых работ  
Не предусмотрено

7.4. Электронное портфолио обучающегося  
Не предусмотрено

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы  
Не предусмотрено

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы  
Не предусмотрено

## **8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

### ***По заявлению студента***

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

## **9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Сайт библиотеки УрГЭУ**

<http://lib.usue.ru/>

### **Основная литература:**

1. Кукушкина В.В. Организация научно-исследовательской работы студентов (магистров) [Электронный ресурс]: Учебное пособие. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021. - 264 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1157859>

2. Горелов Н. А., Круглов Д. В., Кораблева О. Н. Методология научных исследований [Электронный ресурс]: Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 365 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/489442>

3. Янковская В. В. Организация научно-исследовательской работы студентов (магистров) [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 345 – Режим доступа: <https://znanium.ru/catalog/product/1913521>

4. Овчаров А. О., Овчарова Т.Н. Методология научного исследования [Электронный ресурс]: учебник. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 310 – Режим доступа: <https://znanium.ru/catalog/product/1913251>

5. Афонин И.Д., Афонин А.И., Мумладзе Р.Г., Козлова Е.Г., Кузнецова И.В. Методологические основы научных исследований [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Москва: Русайнс, 2024. - 133 – Режим доступа: <https://book.ru/book/952445>

#### **Дополнительная литература:**

1. Космин В.В. Основы научных исследований (Общий курс) [Электронный ресурс]: Учебное пособие. - Москва: Издательский Центр РИО, 2022. - 300 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1859090>

### **10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

#### **Перечень лицензионного программного обеспечения:**

Microsoft Windows 10 .Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020. Срок действия лицензии -Без ограничения срока.

Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Libre Office. Лицензия GNU LGPL. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Adobe Acrobat DC Pro. Договор № 140/223-ПО/2023 от 05.12.2023. Срок действия лицензии 14.12.2024.

#### **Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:**

Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока

## **11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

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

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

### 7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету по дисциплине «Организация научных исследований»

1. Почему основы проведения научных исследований необходимо изучать магистранту?
2. Что такое понятийный аппарат и что такое «дефиниция»?
3. Что такое суждение и умозаключение?
4. Как вы себе представляете последовательность выполнения научно-исследовательской работы?
5. Что такое «целеполагание»?
6. Как взаимосвязаны тема, цель и задачи исследования?
7. Что такое объект и предмет исследования? Приведите близкие вам примеры.
8. Что такое методология и метод исследования?
9. Дайте определение и описание общенаучных методов исследования.
10. Что такое апробация исследования?
11. Какова структура введения выпускной квалификационной работы?
12. Что включает методическая глава ВКР?
13. Чем отличаются теоретические и эмпирические методы исследования?
14. Опишите сущность системного подхода и постарайтесь привести какой-нибудь пример его применения.
15. Раскройте смысл индукции и дедукции и приведите пример, где данный метод можно использовать.
16. В чем суть, и в каких случаях эффективен метод экспертных оценок?
17. Что понимаете под актуальностью научной проблемы?
18. Что такое ментальные карты и кластеринг?
19. Опишите графоаналитический метод.
20. Что понимают под теоретической главой ВКР?
21. Что такое понятие и термин?
22. Какие инструменты маркетингового анализа вы знаете?
23. Что такое научная парадигма?
24. В чем появляется научная новизна исследования?
25. Что такое научная гипотеза?
26. Что понимается под научной проблемой в исследовании?
27. Что понимают под логикой исследования?
28. Какова структура научной публикации? Расшифруйте IMRAD.
29. Что нужно отразить в аннотации научной работы?
30. Какие международные базы цитирования вы знаете?
31. Как расшифровывается РИНЦ?
32. Что такое холизм?
33. Что понимаете под элементом научной новизны?
34. Что такое добросовестное цитирование? Сколько процентов оригинального текста должна содержать ВКР магистра?
35. Критерии оценивания научной статьи.

### 7.3.2. Практические задания по дисциплине «Организация научных исследований»

#### для самостоятельной подготовки к зачету

#### Вопросы

УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

Открытые вопросы:

1. Как вы понимаете объект исследования?
2. Дайте определения понятия и термина. Чем отличаются?
3. Что такое метод?
4. Что понимают под методом «анализ и синтез»?
5. Назовите три инструмента стратегического анализа объекта исследования.

Закрытые вопросы:

1. Научная идея – это:

а) форма логического мышления, в которой раскрываются внутренние существенные стороны и отношения исследуемых предметов

б) интуитивное объяснение явления (процесса) без промежуточной аргументации, без осознания всей совокупности связей, на основе которых делается вывод.

в) универсальная форма выражения человеческих мыслей, в том числе и научных знаний, в естественно-языковой форме.

2. Научное исследование – это:

а) событие или явление, которое является основанием для заключения или подтверждения.

б) процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию и избранное для изучения

в) целенаправленное познание, результаты которого выступают в виде системы понятий, законов и теорий.

3. Выберите общенаучные методы и приемы исследования.

а) анализ и синтез

б) идеализация

в) визуализация

4. Задачей теоретического исследования является?

а) обобщение результатов исследования

б) нахождение общих закономерностей

в) накопление информации

5. Фундаментальные исследования – это исследования...

а) направленные на разработку и развитие теоретических концепций науки, ее научного статуса, ее истории.

б) решающие в большей мере практические задачи или теоретические вопросы прикладного значения.

УК-6: Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

Открытые вопросы:

1. Какова структура научной публикации? Расшифруйте IMRAD.
2. Что нужно отразить в аннотации научной работы?
3. Дайте определение системного подхода
4. Как формулируется цель исследования?
5. Что такое принцип в научном исследовании?

ОПК-2: Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач.

Открытые вопросы:

1. Чем отличаются теоретические и эмпирические методы исследования?
2. Как расшифровывается РИНЦ?
3. Как расшифровывается журнал, входящий в перечень ВАК?
4. Как называется философское учение о методах познания и преобразования действительности, применение принципов мировоззрения к процессу познания, духовному творчеству и практике?
5. Что понимают под совокупностью наиболее общих идей или методологических установок в науке, признаваемых данным научным сообществом? Назовите это понятие.

ОПК-5: Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты.

Открытые вопросы:

1. Назовите фамилию ученого, гуру маркетинга, которого считаю основателем научного направления и дисциплины Маркетинг
2. Назовите фамилию ученого, основателя науки и дисциплины Менеджмент
3. Приведите 3-5 критериев оценивания научной работы
4. Что такое добросовестное цитирование? Сколько процентов оригинального текста должна содержать ВКР магистра?
5. Как вы себе представляете последовательность выполнения научно-исследовательской работы?

Закрытые вопросы:

1. Что является основным элементом научно-мыслительного процесса?

а) явления

б) термины

в) понятия

2. Наука - это...

а) сфера выработки и систематизация знаний об окружающей действительности

б) учение о принципах построения научного познания

в) учение о формах построения научного познания

г) стратегия достижения цели

3. Логический вывод частных следствий из общего положения:

- А) синтез
- Б) абстрагирование
- В) индукция
- Г) дедукция

4. Главное требование к научному тексту:

- а) литературность
- б) краткость
- в) логичность изложения

5. Аннотация —

- а) это документ об основных положениях содержания будущей работы (учебника, диссертации).
- б) это характеристика содержания научной работы
- в) это краткая характеристика содержания, цели и основных выводов научного исследования
- г) научный документ.

**Задание 1. Обобщить и критически оценить определения PR ряда отечественных и зарубежных исследователей. Работу организовать в малых группах. Провести дискуссию о том, какое определение наилучшим образом отражает содержание анализируемого понятия. Студентам нужно предложить критерии, по которым можно сгруппировать определения в таблице:**

Таблица - Определения PR

Автор, год	Определение
Айви Л. Ли 1910-е гг.	Цель (PR) – откровенно и открыто от имени деловых кругов и общественных институтов предоставлять гражданам страны своевременную и точную информацию по актуальным вопросам.
Э. Бернайз 1916 г.	PR – это усилия, направленные на то, чтобы убедить общественность изменить свой подход или свои действия, а также усилия, направленные на гармонизацию деятельности организации в соответствии с интересами общественности, и наоборот.
Э. Бернайз 1916 г.	PR – это управление известностью.
Э. Бернайз 1916 г.	PR – область действий, занимающаяся взаимодействием между личностью, группой, идеей или другой единицы общественности, от которой она зависит.
Британский ин-т PR 1948 г.	PR – это планируемые продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимание между организацией и общественностью

Всемирная Ассамблея ассоциаций по связям с общественностью 1978 г.	PR – это искусство и социальная наука, позволяющие анализировать тенденции, предсказывать их последствия, консультировать руководство организаций и претворять в жизнь планируемые заранее программы действий, которые служат интересам как организаций, так и общественности
Ассоциация работников PR США 1982 г.	PR помогают нашему плюралистическому обществу достигать решений и более эффективного функционирования путем способствования взаимопонимания между группами и учреждениями
С. Блэк 1980-е гг.	PR – это искусство и наука достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности
Т.Хант и Дж.Грюнинг 1994 г.	PR – это средство коммуникации между организацией и обществом
Н.Эриашвили 1998 г.	PR – инструмент маркетинга, наряду с рекламой, персональными продажами, директ-мейлом, обеспечением доступности продукта, помощи в финансировании покупки, ценообразовании
Н.Эриашвили 1998 г.	PR – это активные действия по достижению доброжелательного общественного мнения в отношении деятельности компании, сохранение положительной репутации в соответствующей общественной среде, создание у работников чувства ответственности и заинтересованности.
Х.Билгес 2000 г.	PR – это создание менеджмента отношений с клиентом
С.Катлин, А.Сентер, Г.Брум 2000 г.	PR – это функция управления, способствующая налаживанию и поддержанию взаимовыгодных связей между организацией и общественностью, от которой зависит ее успех или неудача.
Европейская конфедерация по связям с общественностью, 2000 г.	PR – это сознательная организация коммуникации. PR – одна из функций менеджмента. Цель PR – достичь взаимопонимания и установить плодотворные отношения между организациями и ее аудиториями путем двусторонней коммуникации
В.Терещенко 2001 г.	PR – коммуникационная деятельность с группами населения, влияющими на деятельность компаний, не предусматривающая оплаты СМИ за ее осуществление
А.Генри 2001 г.	PR – форма сообщения маркетингового характера, имеющая целью повлиять на акционеров, потребителей, государственных чиновников и других деловых людей. PR представляют собой сознательную попытку создать позитивный имидж

	компании и ее продукции.
Б.Борисов 2001 г.	PR – это создание системного информационного пространства в управленческих целях формирования благоприятных и прагматичных моделей социального поведения, истолкованных индивидами как самостоятельные и рационально обоснованные акты, а также создание и поддержание репутации субъектов государственной и частной сферы деятельности, стратегический корпоративный менеджмент.
Д. Грисволд 2001 г.	PR – функция менеджмента, которая оценивает отношение общественности, приводит политику и действия человека или организации в соответствие с интересами общественности, планирует и претворяет в жизнь программу действий для того, чтобы завоевать понимание общественности и быть ею принятым
А.Матанцев 2002 г.	PR – установление доброжелательных отношений и взаимопонимания фирмы не только с покупателями и потребителями, но и с самой широкой общественностью и управление этими отношениями.
М. Шишкина 2002 г.	Цель PR – формирование эффективной системы коммуникаций социального субъекта с его общественностью, обеспечивающей оптимизацию социальных взаимодействий со значительными для него субъектами среды.
В. Королько 2002 г.	PR – это социальная система управления информацией (в том числе социальной), если под управлением понимать процесс создания информационных поводов и информации заинтересованной в ней стороной, распространение готовой информационной продукции средствами коммуникации для целенаправленного формирования желаемого общественного мнения.
А.Чумиков, М.Бочаров 2003 г.	PR – это система информационно-аналитических и процедурно-технологических действий, предполагающих создание и распространение посланий, направленных на гармонизацию взаимопонимания внутри некоторого проекта, а также между участниками проекта и его внешним окружением в целях успешной реализации данного проекта.
А.Мюррей 2003 г.	PR – искусство коммуникации при помощи различных средств или на специальных мероприятиях.
А.Мюррей 2003 г.	PR – практика создания, закрепления и поддержания престижа и авторитета института, общественной организации и т.д. в глазах широкой общественности
Л. Лонги и В.Хазелтон 2004 г.	PR – это коммуникативная функция управления, посредством которой организации адаптируются к окружающей их среде, меняют (или же сохраняют) её во имя достижения своих организационных целей.
Г. Васильев 2005 г.	PR – продуманные, спланированные и постоянные усилия по установлению и укреплению взаимопонимания между экономическим субъектом (предприятием) и общественностью, прессой, выборными учреждениями, общественными организациями.
В.Музыкант	PR – форма организации диалога с общественностью, призванная создать общественное мнение о товаре, изготовителе, продавце и стране, в которой они

2006 г.	находятся
Ф.Котлер 2006 г.	PR – это распространение хороших новостей о компании и нейтрализация плохих
В. Кузнецов 2008 г.	PR – специфическая часть управленческих коммуникаций.
А.Романов, А.Панько 2008 г.	PR – особая функция маркетинговых коммуникаций, которая приводит к формированию и выстраиванию управляемых взаимоотношений с различными контактными аудиториями
Ф. Котлер, 2008	<p>PR - PENCILS</p> <p>P = publications (публикации) – журналы компании, годовые отчеты, брошюры для покупателей и т.д.;</p> <p>E = events (мероприятия) – финансирование спортивных соревнований, спектаклей или выставок;</p> <p>N = news (новости) – благоприятные истории о компании, ее служащих и товарах;</p> <p>C = community involvements activities (работа с группами населения) – вложение денег в решение проблем местного населения;</p> <p>I = identity media (средства идентификации) – почтовая бумага, визитные карточки, корпоративный стиль в одежде;</p> <p>L = lobbying activity (лоббирование) – попытки провести выгодные и провалить невыгодные законы и указы;</p> <p>S = social responsibility activities (социальная ответственность) – создание хорошей репутации компании, ее собственного лица.</p>

**Задание 2. Изучить схему аргументации и контраргументации и выделить логические части в предложенном фрагменте научной статьи.**

Схема аргументации опирается на модель А. Фолкерса. Особое внимание уделяется выбору соединительных слов (союзов) таких как «так как», «потому что», «как» и «следовательно», и прежде всего, характеру формирующихся причинно-следственных связей. Однако в большинстве случаев этот процесс носит произвольный характер. Следование представленной схеме при выборе соединительных слов и последовательности их использования будет способствовать формированию навыка аргументации. Также тот факт, что использование соединительных слов играет важную роль при выстраивании линии аргументации автора, можно проследить, выполнив ряд дополнительных упражнений.

**АРГУМЕНТАЦИЯ И КОНТРАРГУМЕНТАЦИЯ**

---

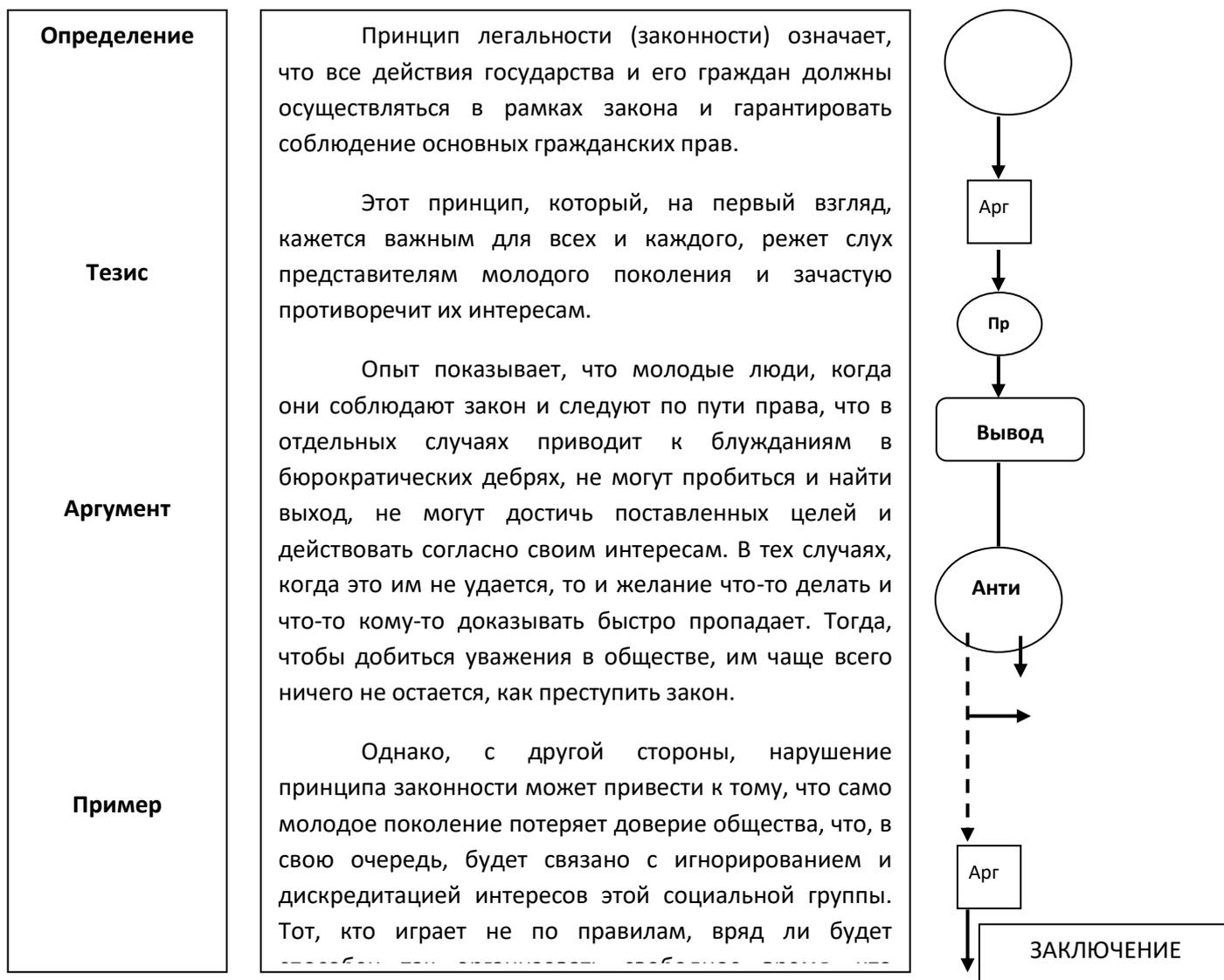
«Такому пониманию демократии, с которым мы живем, научили нас в школе, где ей всегда приходилось расплачиваться за тех, чьи действия противоречили нашим интересам».

Петер Кениг

**Каково Ваше отношение к позиции Петера Кенига, озвученной в 1971 году?**

### ПРИМЕР

Теперь рассмотрим на примере общую схему аргументации и контраргументации.



### Задание 3

В предложенном ниже фрагменте статьи выделить тезисы, аргументы, примеры, выводы, антитезисы, контраргументы.

#### **Соотношение эффективности частных и государственных нефтяных компаний**

Основной проблематикой государственного сегмента нефтяной отрасли долгое время была низкая эффективность деятельности. Так, исследование Г. Гроссмана и А. Крюгера указывает на то, что

государственные компании Восточной Европы не смогли справиться с загрязнением окружающей среды лучше частных<sup>1</sup>.

С. Кикери, Дж. Неллис и М. Ширли в своем исследовании пишут о том, что государственные компании зачастую злоупотребляют своей рыночной властью. Но не за счет высокой цены на производимый товар, а за счет поддержания крайне низкой эффективности, обеспечивая своим сотрудникам «тихую жизнь»<sup>2</sup>.

Б. Бортолотти отмечает весьма низкий уровень инвестиций в государственном сегменте экономики, в частности энергетике и телекоммуникациях<sup>3</sup>.

В 1991 г. А. Аль Обайдан и Г. Скалли изучили сравнительную эффективность государственных нефтяных компаний, используя параметрические методы<sup>4</sup>. Они проанализировали данные по 44 компаниям за 1981. По результатам исследования был сделан вывод о том, что эффективность государственных нефтяных компаний составляет только 63–65% эффективности частных.

В 2007 г. специалисты Института Дж. Бейкера провели аналогичное исследование<sup>5</sup>, в основу которого была положена теоретическая «Модель операционной деятельности и развития государственных нефтяных компаний». По его итогам государственные компании также не вошли в число лидеров, а в числе факторов низкой эффективности эксперты отметили:

- «раздутый» штат;
- субсидирование цен на внутреннем рынке;
- недостаточные инвестиции в развитие ресурсной базы.

Зачастую более низкая эффективность государственных компаний является следствием технологического отставания. Технологические нововведения предполагают более низкие затраты на разведку и добычу нефти, открывают новые возможности для бурения. Однако государственные операторы месторождений зачастую предпочитают использовать проверенные методы, исключая возникновение технических проблем. При этом продвижение новых технологий занимает десятилетия, подтверждением чему является технология бурения непертикальных скважин, которая позволяет увеличить скорость бурения в 2–3 раза.

Технология дает возможность частным компаниям получать доступ к запасам в более труднодоступных районах, в частности на глубоководье и в Арктике. Кроме того, она позволяет извлекать углеводороды из нефтяных песков (гравитационный дренаж) и повышать коэффициент нефтеотдачи (закачка углекислого газа в нефтяные скважины с целью повышения давления пласта).

Однако, говоря о низкой эффективности государственных компаний, нельзя не отметить и позицию государства. В ряде случаев правительство страны не в состоянии обеспечить благоприятные рыночные условия для привлечения частных инвестиций, в том числе в развитие инфраструктуры регионов. В этом случае деятельность государственных нефтяных компаний носит замещающий характер.

---

<sup>1</sup> Grossman, G. and Alan B. Krueger Economic Growth and the Environment/ G. Grossman, A. Kruger// Quarterly Journal of Economics. – 1995. – 110. – p. 353-377.

<sup>2</sup> Kikeri, S Privatization: Eight Lessons From Experience [Электронный ресурс]/S. Kikeri, John Nellis, and Mary Shirley - Policy Views, World Bank. – 1992. Режим доступа: [www.worldbank.org/html/prddr/outreach/or3.htm](http://www.worldbank.org/html/prddr/outreach/or3.htm)

<sup>3</sup> Bortolotti, B. Privatization and the sources of performance improvement in the global telecommunication industry/ B. Bortolotti, W. Megginson, J. D'Souza, M. Fantini// Telecommunications Policy. – 2002. – 26. – p. 243-268.

1) <sup>4</sup> AlObaidan, A. and G.W. Scully Efficiency Differences between Private and Stateowned Enterprises in the International Petroleum Industry/ A. AlObaidan, G. Scully// Applied Econometrics. - 1991. - №23.

<sup>5</sup> Eller S., P. Hartley, and K. Medlock. Empirical Evidence on the Operational Efficiency of

Д. Саппингтон и Дж. Стиглиц в 1987 г. представили классический аргумент необходимости государственной собственности. По их мнению, издержки (например транзакционные) ограничивают способность государства регулировать экономику дистанционно. Они также отмечают, что в условиях нечетких приоритетов ввиду отсутствия опыта, государству проще сохранить прямой контроль, нежели осуществлять сложный переговорный процесс с частными предпринимателями<sup>6</sup>.

Зачастую наличие контролирующего собственника в лице государства объясняется сложностью контроля за некоторыми решениями частных собственников. Например, российские государственные нефтегазовые компании выступают гарантом развития ресурсной базы страны, а значит – и наполнения бюджета в долговременной перспективе. Стоит отметить, что в нефтегазовой сфере присутствие государства носит, как правило, постоянный характер. Основным фактором в данном случае становится стратегический характер отрасли, ее роль для бюджетного процесса.

Дискуссионным является вопрос влияния ответственности и подотчетности менеджмента государственных компаний, уровня корпоративного управления на эффективность деятельности. Ю. Кочетыгова выделяет несколько ключевых особенностей корпоративного управления в государственных компаниях<sup>7</sup>.

#### 1. Цели государства и коммерческие соображения могут быть в конфликте.

Классическая задача компании – максимизация капитала акционеров. Задачи государства часто носят социальный или политический характер (например, обеспечение стратегических преимуществ во внешней политике, снабжение населения такими жизненно важными услугами, как поставки электроэнергии, тепла, газа, предоставление услуг связи), что может противоречить коммерческим целям. В таких условиях государство, в принципе, может игнорировать тяжелое финансовое положение компаний, убытки, невыплаченные долги.

#### 2. Стимулы к улучшению экономических показателей ограничены.

Государственные компании фактически меньше других подвержены риску банкротства и практически не подвержены риску недружественного поглощения. Это снижает стимулы к повышению эффективности деятельности. Даже если потенциальный внешний собственник видит возможности для повышения эффективности, он не имеет шансов получить контроль над компанией и внедрить в жизнь механизмы повышения эффективности.

#### 3. Опосредованность отношений между собственниками и агентами снижает контроль.

Классическое разделение на собственника (принципала) и агента (менеджера), распоряжающегося активом в интересах собственника, становится все более сложным. В цепочке управления появляется еще один агент. В управлении крупными (стратегическими) государственными предприятиями участвуют отраслевые министерства (в России – Минэнерго, МЭР, администрация Президента страны). По ключевым вопросам позиция государства в данных компаниях утверждается Председателем Правительства. Далее функция управления опосредуется представителями государственных органов в управленческой структуре. Эта опосредованность в целом снижает степень контроля акционеров над деятельностью наемного менеджмента.

#### 4. Советы директоров часто выполняют роль передаточного звена.

Функции советов директоров в государственных нефтяных компаниях зачастую сводятся к транслированию решений, принятых на более высоком уровне. По ключевым вопросам представители государства, которые, как правило, формируют большинство в советах директоров, консолидированно голосуют по директивам, утверждаемым правительством.

В целом, данная позиция отражает взгляд западных исследователей на проблему государственной собственности, согласно которому борьба со злоупотреблениями государственных органов и

---

<sup>6</sup> Sappington, D. Privatization, Information, and Incentives/ D. Sappington, J. Stiglitz: NBER Working Paper #2196. - 1987.

<sup>7</sup> Кочетыгова, Ю. Экспансия государственных компаний и эффективность российской экономики/ Ю. Кочетыгова// Общество и экономика. – 2007. - №4. С. 26.

подотчетных им предприятий очень сложна. Поэтому предпочтительным является передача прав собственности частному сегменту экономики, который к тому же сможет продемонстрировать более высокую эффективность производства. Государство же в этом случае должно стать регулятивным центром, способным обеспечить эффективное распределение ресурсов<sup>8</sup>.

Однако не стоит забывать, что на современном этапе развитие государственных компаний предусматривает ассимиляцию стандартов корпоративного управления ТНК, а корпоративная практика включает обязательное наличие независимых директоров, способных дать непредвзятую оценку стратегии развития компании. Вкупе с особенностями ресурсной базы это позволяет государственным компаниям постепенно укреплять свое положение на мировом рынке.

В целом, можно констатировать тот факт, что государственные компании на современном этапе составляют полноценную конкуренцию транснациональным компаниям. При этом особенности расположения запасов нефти и газа, а также постепенный рост компетенции персонала позволяет государственным компаниям укреплять конкурентную позицию, вытесняя частные компании из наиболее привлекательных, некапиталоемких проектов.

Конечным итогом данных изменений является усложнение фирменной структуры мирового рынка нефти, полноправными игроками которого становятся национальные компании, а также активизация частно-государственного партнерства на совершенно новых условиях, в основе которых лежат интересы государства-участника хозяйственной деятельности.

#### Задача 4.

Построить ментальную карту по ключевой научной категории в научном исследовании по теме ВКР студента

#### MIND MAPS

История. Базовые основы технологии интеллект - карт были предложены еще в 60-х годах XX века профессором Корнелльского университета Д. Новаком (Joseph D. Novak), который, в свою очередь, исходил из теории Д.Озубэла (David Ausubel), показавшего важность предшествующего опыта для формирования новых концепций. В последующем эти идеи были переосмыслены британцем Т. Бьюзоном (Tony Buzan) и представлены в виде метода, названного им Mind Maps.

Название метода. Наряду с одним из наиболее распространенных переводов словосочетания Mind maps «интеллект-карты» встречаются и такие варианты как «ментальные карты», «мыслительные карты», «карты ума», «концепт-карты», «карты представлений», «карты знания», «карты памяти», «ассоциативные карты».

Описание. В основе концепции интеллект - карт лежат представления о принципах работы человеческого мозга: ассоциативное (нелинейное) мышление, визуализация мысленных образов, целостное восприятие. Карта представляется в виде древовидной схемы, на которой изображены слова, идеи, задачи или другие понятия, связанные ветвями, отходящими от центрального понятия или идеи. По мере удаления от центра происходит все большая конкретизация проблемы. Рекомендации. Чем больше лист — тем лучше. В центре располагается образ всей проблемы/задачи/области знания. От центра исходят толстые основные ветви. Основные ветви далее ветвятся на более тонкие ветви. Все ветви подписаны ключевыми словами, позволяющими вспомнить то или иное понятие. Желательно использовать как можно более разнообразную визуальную декорацию — форма, цвет, объём, шрифт, стрелки, значки

---

<sup>8</sup> Perotti, E From Government to Regulatory Governance: Privatization and the Residual Role of the State/ E.Perotti, B. Bortolotti - Fondazione Eni Enrico Mattei. – 2005.

Задание 4. В предложенных вариантах плана ВКР магистра ряд глав и параграфов переставлены в произвольном порядке. Необходимо расставить названия глав и параграфов согласно структуре ВКР (уровень магистратура): теория, методология, практика.

План 1.

Введение

1. Теоретико-методологические основы исследования мирового товарного рынка
  - 1.1. Теоретические аспекты исследования закономерностей развития мирового товарного рынка
  - 1.2. Тенденции и прогноз развития мирового рынка нефти
2. Закономерности и тенденции развития мирового рынка нефти
  - 2.1. Закономерности развития мировой нефтяной промышленности
  - 2.2. Оценка международной конкурентоспособности государственных и частных нефтяных компаний с использованием методики Data Envelopment Analysis
  - 2.3. Методы оценки международной конкурентоспособности компаний на мировом рынке нефти
3. Международная конкурентоспособность государственных и частных нефтяных компаний мира
  - 3.1. Теоретико-методологические подходы к анализу фирменной структуры мирового рынка и международной конкурентоспособности компаний
  - 3.2. Изменения в фирменной структуре мирового рынка нефти
  - 3.3. Факторы и направления повышения международной конкурентоспособности крупнейших нефтяных компаний мира

Заключение

Список использованных источников.

План 2: Маркетинг взаимоотношений на рынке банковских услуг

Введение

- 1 Концепция маркетинга взаимоотношений как современная маркетинговая теория
  - 1.1 Характеристика деятельности и задачи ОАО «Альфа-Банк»
  - 1.2 Особенности российского рынка банковских услуг
  - 1.3 Модель системы взаимоотношений с клиентами
2. Методические аспекты функционирования рынка банковских услуг
  - 2.1 Применение маркетинга взаимоотношений в работе ОАО «Альфа-Банк»
  - 2.2 Понятие и сущность маркетинга взаимоотношений
  - 2.3 Особенности взаимоотношений с клиентами на рынке банковских услуг
3. Адаптация концепции маркетинга взаимоотношений на рынке банковских услуг
  - 3.1. Сущность понятия «банковская услуга»
  - 3.2. Актуальные подходы в теории маркетинга взаимоотношений
  - 3.3.Рекомендации по совершенствованию системы маркетинга взаимоотношений в ОАО «Альфа-Банк»

Заключение

Список использованных источников

## Приложения

Задание 5. По теме выпускной квалификационной работы сформулировать и обосновать:

- 1) Актуальность научного исследования,
- 2) Объект исследования,
- 3) Предмет исследования,
- 4) Научная проблема и постановка гипотез,
- 5) Цель и задачи исследования,
- 6) Практическая значимость и ожидаемые результаты исследования.