**Санкт-Петербургский филиал федерального государственного   
автономного образовательного учреждения высшего профессионального   
образования "Национальный исследовательский университет**

**"Высшая школа экономики"**

**Факультет Санкт-Петербургская школа экономики и менеджмента Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»**

**Программа дисциплины**

«Научно-производственная практика»

для направления 38.04.02 «Менеджмент»

подготовки магистра

для магистерской программы

«Маркетинговые технологии»

Авторы программы:

Светуньков С.Г., д.э.н, профессор, [ssvetunkov@hse.ru](mailto:ssvetunkov@hse.ru)

Стрекалова Н.Д., д.э.н., профессор, nstrekalova@hse.ru

Согласована начальником ОСУП в магистратуре

«\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_2018 г.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Утверждена академическим руководителем

ОП Маркетинговые технологии

«\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_2018 г.

С.Г.Светуньков \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Санкт-Петербург, 2018

*Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.*

**1. Область применения и нормативные ссылки**

Настоящая программа устанавливает требования к знаниям, навыкам и умениям магистранта, формируемым в процессе прохождения Научно-производственной практики (в дальнейшем, НПП), определяет виды и содержание выполняемых работ, а также формы отчетности магистрантов.

Программа предназначена для научных руководителей, осуществляющих общее руководство НПП, и магистрантов по направлению подготовки 080200.68 «Менеджмент» (уровень подготовки – магистр), магистерской программы «Маркетинговые технологии».

Программа разработана в соответствии с требованиями:

* ОС НИУ ВШЭ по направлению подготовки 080200.68 «Менеджмент» (уровень подготовки – магистр);
* магистерской программы «Маркетинговые технологии»;
* рабочего учебного плана университета по направлению подготовки 080200.68 «Менеджмент», магистерской программы «Маркетинговые технологии»;
* Положения о проектной, научно-исследовательской деятельности и практиках студентов НИУ ВШЭ.

НПП является неотъемлемой частью образовательной программы подготовки магистра и обязательна для выполнения.

**2. Цели освоения дисциплины**

Основная цель – развить навыки и способности к проведению самостоятельной научно-производственной деятельности, обеспечить профессиональную подготовку магистров для выполнения следующих профессиональных **задач**:

1. получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности;
2. разработка программ маркетинговых исследований, организация их выполнения;
3. поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации для решения практических задач маркетинга;
4. диагностика проблем маркетинговой деятельности компаний;
5. подготовка и представление обзоров и отчётов.

**3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины магистрант должен:

**Знать:**

* основные инструменты практического использования менеджмента и маркетинга;
* основные понятия, методы и инструменты маркетинга.

**Уметь:**

* выявлятьмаркетинговые проблемы организации; обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость проблемы, предлагать наилучшие инструменты решения маркетинговых проблем;
* выполнять работы маркетолога организации;
* обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные;

**Иметь навыки (приобрести опыт):**

* владения инструментами практического маркетинга;
* проведения самостоятельной работы при решении конкретных маркетинговых задач.

НПП представляет собой важную составляющую научно-производственной работы магистранта и направлена на формирование следующих компетенций магистров в соответствии с требованиями ОС НИУ ВШЭ по направлению подготовки 080200.68 «Менеджмент» (уровень подготовки – магистр).

**Компетенции, формируемые в ходе Научно-производственной практики**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  по  порядку | Код компетенции  по ЕК | Формулировка компетенции |
| *Системные компетенции* | | |
| СК-6 | СК-М6 | Способен анализировать, верифицировать информацию, оценивать ее в ходе профессиональной деятельности, при необходимости восполнять и синтезировать недостающую информацию и работать в условиях неопределенности |
| *Инструментальные, Научно-производственние компетенции* | | |
| ПК-10 | М2.3\_5.4\_5.6\_7.1(М) | Способен выявлять и формулировать актуальные научные проблемы в области менеджмента, обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями по избранной теме |
| ПК-11 | М4.1\_5.2\_5.6\_7.1(М) | Способен выявлять данные, необходимые для решения поставленных исследовательских задач в сфере управления; осуществлять сбор данных, как в полевых условиях, так и из основных источников социально-экономической информации: отчетности организаций различных форм собственности, ведомств и т.д., баз данных, журналов, и др., анализ и обработку этих данных, информацию отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях |
| ПК-12 | М2.3\_4.1\_4.3\_7.1(М) | Способен формулировать и проверять научные гипотезы, выбирать и обосновывать инструментальные средства, современные технические средства и информационные технологии для обработки информации в соответствии с поставленной научной задачей в сфере управления, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы |
| ПК-13 | М5.2\_4.1\_4.3\_7.1(М) | Способен использовать методы количественного и качественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования в сфере управления |
| ПК-14 | М 3.1\_3.2\_4.2 | Способен представлять результаты проведенного исследования в виде отчета, статьи или доклада |

**4. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина относится к циклу общих дисциплин направления и блоку дисциплин, обеспечивающих практику и научно-производственную работу.

Изучение данной дисциплины базируется на дисциплинах магистерской программы «Маркетинговые технологии» первого года обучения, поскольку ориентирует студента на проведение самостоятельной научно-производственной деятельности.

Для освоения учебной дисциплины, студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);

готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);

готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);

способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования (ОПК-3);

способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (ПК-4).

Основные положения дисциплины должны быть использованы при подготовке и защите выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

**5. Тематический план учебной дисциплины**

**Продолжительность научно-производственной практики**

Продолжительность НПП магистратов 2-го года обучения определена в рабочем учебном плане программы подготовки магистра «Маркетинговые технологии».

**Продолжительность Научно-производственной практики**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Вид учебной нагрузки | Продолжительность практики | Модуль | Кол-во  зачетных ед. |
| Научно-производственная  практика | 2 недели  (114 час.) | 4 | 3 |

**Выбор места проведения научно-производственной практики**

НПП проводится преимущественно на предприятиях и организациях, работающих в конкурентной среде и использующих маркетинг, как инструмент конкурентной борьбы. В качестве базы проведения НПП могут выступать хозяйственные структуры различных организационно-правовых форм (предприятия, организации, учреждения и их объединения, в дальнейшем – предприятия), предпринимательские структуры и сети, а также организации, имеющие в своей структуре маркетинговые подразделения, для которых актуальны постановка и решение прикладных маркетинговых задач.

Допускается проведение НПП в подразделениях, лабораториях и временных творческих коллективах (исследовательских группах) Университета, обладающих необходимым кадровым потенциалом и решающих маркетинговые задачи. НПП может быть проведена в форме педагогической практики в департаментах НИУ ВШЭ для решения учебно-методических проблем маркетингового обучения под руководством педагога, преподающего маркетинговые дисциплины в НИУ ВШЭ Санкт-Петербург.

Выбор места проведения НПП магистранта определяется научным руководителем практики по согласованию с академическим руководителем программы. Магистранты могут проходить практику на предприятиях и в организациях, направление деятельности которых соответствует выбранной теме практики. Магистрант может самостоятельно находить место проведения практики, опираясь на рекомендации научного руководителя и академического руководителя. При необходимости может быть оформлен договор о сотрудничестве.

**Организация проведения научно-производственной практики**

Организация проведения НПП осуществляется в рамках академической магистерской программы «Маркетинговые технологии». Общее руководство НПП магистрантов осуществляет академический руководитель магистерской программы. Индивидуальное руководство НПП магистранта выполняет научный руководитель магистранта.

**Обязанности научного руководителя** по научно-производственной практике:

- устанавливает связь с руководителем практики от Организации (при наличии) и по согласованию с ним составляет программу проведения практики;

- составляет рабочий график (план) проведения практики; в случае прохождения практики в сторонней Организации согласует указанный рабочий график (план) проведения практики с руководителем практики от Организации;

- разрабатывает индивидуальные задания для студентов, выполняемые в период практики;

- участвует в распределении студентов по рабочим местам и видам работ в Организации или структурном подразделении Университета;

- осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным данной Программой;

- оказывает методическую помощь студентам при выполнении ими индивидуальных заданий;

- оценивает результаты прохождения практики студентами.

**Обязанности магистранта** по научно-производственной практике**:**

1. выполнять указания научного руководителя;
2. соблюдать согласованный календарный план-график работ по научно-производственной практике;
3. периодически отчитываться перед научным руководителем о проделанной работе и представлять полученные результаты;
4. своевременно информировать руководителя о возникающих проблемах и объективных ситуациях, которые могут повлечь за собой срыв ранее согласованных сроков выполнения работ.

Процесс организации и проведения НПП включает в себя следующие этапы.

***Первый этап***. Выбор темы НПП, места прохождения НПП и формирование плана прохождения практики.

Выбор темы осуществляется в первый день НПП совместно с научным руководителем практики. При обосновании темы научного исследования должны быть отражены: цель и задачи проведения практики, результаты, предполагаемые к получению, а также особенности выполнения темы (необходимость получения материалов, использования оборудования, осуществления командировок).

После выбора темы НПП магистрант совместно с научным руководителем разрабатывает Календарный план по научно-производственной практике (Приложение 2).

После заполнения Календарного плана работ по НПП и согласования его с руководителем подразделения организации, где будет проводиться практика, магистрант передаёт один из экземпляров Календарного плана работ по НПП для утверждения академическим руководителем программы (по электронной почте на адрес академического руководителя).

***Второй этап*** представляет собой процесс выполнения разработанного Календарного плана и решения поставленных в НПП задач. При необходимости Календарный план может быть откорректирован по согласованию с научным руководителем и академическим руководителем программы.

***На третьем этапе*** магистрант должен представить в учебный офис отчёт по НПП, подписанный магистрантом и его научным руководителем.

Отчёт по НПП начинается с титульного листа (Приложение 1), за титульным листом следует утверждённый экземпляр Календарного плана работ по НПП (Приложение 2), отзыв научного руководителя (Приложение 3) и руководителя с места практики (Приложение 4), после чего прикрепляется основная часть отчёта.

**Формы и виды аттестации научно-производственной практики**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Виды практики | Вид аттестации | Форма аттестации |
| Научно-производственная  практика | Экзамен | Защита  отчёта по НПП |

Результаты работы по НПП магистранта оцениваются в виде экзамена. Оценка выставляется комиссией академической магистерской программы «Маркетинговые технологии» по результатам отзыва научного руководителя и руководителя с места практики и защиты представленного в комиссию отчёта по НПП.

**6. Формы контроля знаний студентов**

В процессе НПП осуществляются следующие *виды контроля*:

1. *текущий контроль;*

реализуется в процессе НПП со стороны научного руководителя и академическим руководителем прораммы для управления ходом выполнения работ магистрантом;

1. *промежуточный контроль;*

осуществляется научным руководителем магистранта на завершающем этапе практики в форме рекомендуемой оценки отчета НПП, которая определяется по 10-балльной системе на основе примерных норм оценок результатов НПП магистрантов. Рекомендуемая оценка научного руководителя по уровням: оптимальный (9-10 баллов), допустимый (6,7,8), критический (5), недопустимый (4 и ниже).

1. *итоговый контроль* – экзамен.

**Защита отчёта по Научно-производственной практике**

Защита отчётов НПП проводится перед комиссией в сроки, устанавливаемые учебным офисом. По результатам защиты отчёта НПП магистрант получает оценку по десятибалльной шкале. Результаты защиты отчёта НПП проставляются в экзаменационной ведомости. Защита Научно-производственной практики проводится публично перед комиссией, возглавляемой академическим руководителем программы и состоящей из научных руководителей магистерских диссертаций. Комиссия самостоятельно устанавливает регламент своей работы. Защита отчёта по Научно-производственной практике предусматривает краткий доклад магистранта и ответы на вопросы комиссии по содержанию отчёта.

**6.1. Критерии оценки знаний, навыков**

Критерием оценки научно-производственной практики является полнота выполнения работ, предусмотренных календарным планом, а также оценка работы студента научным руководителем и руководителем от практики.

**6.2. Порядок формирования оценок по дисциплине**

Рекомендуемая по результатам НПП магистранта выставляется по 10-балльной шкале.

Результирующая оценка по НПП определяется по следующей формуле:

*Орезульт = k1· Оэкз* + *k2*·*Онауч+k3 Опрак*

*где:*

*Оэкз -* оценка, полученная магистрантом при защите отчёта по практике на экзамене;

*Онауч* - оценка научного руководителя;

*Опрак* - оценка руководителя от практики.

Весовые коэффициенты оценок: *k1*=0,4; *k2*= 0,3; *k3*= 0,3.

Способ округления результирующей оценки по НПП: в пользу студента.

Уровень оценки должен соответствовать уровню выполнения работ и представленных в отчёте результатов.

Отличные оценки (10-9 баллов) выставляются при полном выполнении требований по научно-производственной практике, в установленные сроки, высокой степени реализации результатов практики в деятельность организации, на базе которой проводилась практика (10 баллов).

Хорошие оценки (6-8 баллов) ставятся при наличии отдельных недочётов и недоработок, выявлении неполноты или некомплектности представленных материалов.

Удовлетворительные оценки (5 баллов) выставляются при выявлении некомплектности, подачи некачественного материала, требующего существенной доработки.

Магистранты, получившие неудовлетворительную оценку (4 балла и ниже), расцениваются как не выполнившие программу практики по неуважительным причинам и не предоставившие отчётные материалы, подлежат отчислению из университета за академическую задолженность в порядке, предусмотренном Положением НИУ ВШЭ.

Результирующая оценка за научно-производственную практику заносится в экзаменационную ведомость, приравнивается к оценкам по теоретическому обучению, учитывается при подведении итогов общей успеваемости магистранта по 1-му году обучения.

Магистранты, не выполнившие программу практики по уважительной причине, направляются на практику повторно, в свободное от учёбы время. Магистранты, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие отрицательную оценку, могут быть отчислены как имеющие академическую задолженность в порядке, предусмотренном Положением о НИУ ВШЭ.

**7. Содержание дисциплины**

Содержание выполняемых магистрантом работ в процессе НПП определяется Концепцией магистерской программы «Маркетинговые технологии» и конкретизировано в соответствии с:

1. темой курсовой работы и предполагаемой темой магистерской диссертации, выбранной магистрантом по согласованию с его научным руководителем, исходя из специфики образовательной программы подготовки магистров «Маркетинговые технологии»;
2. индивидуальным календарным планом работ, согласованным с научным руководителем магистерской диссертации и руководителем с места практики;
3. выбранным местом проведения НПП.

В последний день НПП магистрант представляет своему научному руководителю на проверку отчет о НПП в письменном виде. Для получения положительной оценки магистрант должен полностью выполнить программу работ по НПП, своевременно оформить и представить отчёт.

**8. Образовательные технологии**

В процессе проведения НПП студенты самостоятельно используют методы, методики и прикладные программы проведения исследований, которые они освоили за всё предыдущее время обучения по программе.

**9. Литература:**

**9.1 Базовый учебник:**

1. Браймен А., Белл Э. Методы социальных исследований. Группы, организации и биз-нес/Пер. с англ. – Х.: Изд-во Гуманитарный Центр, 2012.-776 с.

**9.2 Основная литература:**

1. Горяинова Е. Р. Прикладные методы анализа статистических данных. – М.: НИУ ВШЭ, 2012. – 312 с.
2. Воронина Л. А. Научно - инновационные сети в России: опыт, проблемы, перспективы. М. ИНФРА-М, 2012. - 253 с.
3. Рыжикова Т. Организация маркетинговых исследований // Маркетинг, N.6, 2011. - С. 100-122.

**9.3 Дополнительная литература:**

1. ГОСТ 7.1-2003. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления
2. Научные и научно-практические журналы по менеджменту

* Бренд-менеджмент
* Вестник McKinsey
* Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент
* Маркетинг
* Маркетинг в России и за рубежом
* Маркетинг и маркетинговые исследования
* Маркетинговые коммуникации
* Реклама. Теория и практика
* Рекламные технологии
* Российский журнал менеджмента
* Секрет фирмы
* Управление каналами дистрибуции
* Управление продажами
* Управление проектами
* Управление проектами и программами
* Управление риском
* Harvard Business Review (на русском языке)
* Harvard Business Review
* International Journal of Advertising
* Journal of Advertising Research
* Journal of Brand Management
* Journal of Business and Industrial Marketing
* Journal of Consumer Behavior
* Journal of Consumer Research
* Journal of Marketing
* Journal of Marketing Communication
* Journal of Marketing Research
* MIT Sloan Management Review
* The Quarterly Review of Marketing Communications.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

##### Форма титульного листа

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

"Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики"

Санкт-Петербургский филиал

федерального государственного автономного образовательного учреждения

высшего профессионального образования

"Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики"

**Факультет Санкт-Петербургская школа экономики и менеджмента**

##### ОТЧЕТ

##### ПО НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Магистранта \_\_ курса группы\_\_\_\_** |
|  |  |
|  | (Ф.И.О. полностью) |
| Направление 080200.68 «Менеджмент»  Образовательная программа «Маркетинговые технологии»  Место проведения практики:  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |  |
|  | **Научный руководитель:** |
|  |  |
|  | (должность, звание Ф.И.О. полностью) |
|  |  |
|  | **Руководитель от практики:** |
|  |  |
|  | (должность, звание Ф.И.О. полностью) |
|  |  |
| Дата регистрации в учебном офисе: |  |
| «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 201\_ г. |  |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |  |
| (подпись) |  |

Санкт-Петербург

201\_

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

***Форма календарного плана-графика работ по Научно-производственной практике***

|  |  |
| --- | --- |
| «Утверждаю»  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Научный руководитель  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  фио  «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_201\_\_г. | «Утверждаю»  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Академический руководитель магистерской программы  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  фио  «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_201\_\_г. |

**Календарный план работ**

**по Научно-производственной практике**

с «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ по «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 201\_\_г.

Магистранта: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(Ф.И.О. полностью)

Направление подготовки:Направление 080200.68 «Менеджмент»

Магистерская программа «Маркетинговые технологии»

Курс: 1

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| N  п/п | Наименование этапов/работ | Сроки выполнения  (начало-  конец) | Общее заключение магистранта  по итогу  работы | Отметка  Научного  руководителя  о выполнении | Примечание |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

Магистрант: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(подпись, дата)

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

***Форма отзыва научного руководителя***

**ОТЗЫВ**

научного руководителя о работе по научно-производственной практике

магистранта \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (Ф И О)

Основные вопросы, освещаемые в отзыве:

**1. Общая характеристика выполненной работы**.

**2. Выводы о соответствии работы отдельным критериям оценки**:

**3. Особые комментарии** (оценка личностных характеристик магистранта, его качеств, проявленных в ходе работы, рекомендации и пожелания).

**4. Общий вывод**: работа (Ф И О) отвечает (полностью, в целом, не отвечает) требованиям, предъявляемым к отчету по научно-производственной практике и заслуживает оценки «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_» ( \_ баллов).

Научный руководитель:

ученая степень, звание, должность

Ф И О (Подпись)

(Дата)

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

***Форма отзыва руководителя с места практики***

**ОТЗЫВ**

о работе по научно-производственной практике

магистранта \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (Ф И О)

(содержит описание проделанной магистрантом работы и оценку ее качества)

Основные вопросы, освещаемые в отзыве:

**1. Описание и общая характеристика выполненной работы**

**2. Выводы о соответствии работы отдельным критериям оценки**:

* самостоятельность сбора и обработки данных, качество использованных источников информации, проведенного эмпирического исследования;
* степень самостоятельности и полноты выполнения проекта/проектной разработки для решения проблемы;
* качество проделанной работы и др.

**3. Особые комментарии** (оценка личностных характеристик магистранта, его качеств, проявленных в ходе работы, рекомендации и пожелания).

**4. Общий вывод**: работа (Ф И О) заслуживает оценки «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_».

Руководитель практики:

Должность, наименование

организации

Ф И О (Подпись)

( Печать)

(Дата)