

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Департамент научно-технологической политики и образования
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Институт Экономики и управления АПК
Кафедра Менеджмента в АПК

СОГЛАСОВАНО:

Директор ИЭУ АПК
Шапорова З.Е. 
« 20 » 05 А.К 20 19 г.



УТВЕРЖДАЮ:

Ректор Красноярского ГАУ
Пыжикова Н.И. 
« 20 » 05 20 19 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Методы исследования в менеджменте
ФГОС ВО

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
(код наименования)

Направленность Экспорт продукции агропромышленного комплекса

Курс 1

Семестр 1

Форма обучения очная

Квалификация выпускника магистр

Красноярск, 20 19

Составители: Дамисов Н. А.
(ФНО, ученая степень, ученое звание)

Д. А. «15» 05 2019 г.

Рецензент: * К. Т. Н. Дамисов В. И. Черев
(ФНО, ученая степень, ученое звание)

В. И. Черев «15» 05 2019 г.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению
38.04.02 Менеджмент

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 9 «15» 05
2019 г.

Зав. кафедрой

Дамисов Н. А. Д. А.
(ФНО, ученая степень, ученое звание)

«15» 05 2019 г.

* - В качестве рецензентов могут выступать работодатели, вузы по профилю, НИИ, а также внутренние структуры.

Лист согласования рабочей программы

Программа принята методической комиссией института 74 У АПК
_____ протокол № 9 20 05 2019 г.

Председатель методической комиссии Белева П.А. 
_____ (ФИО, ученая степень, ученое звание) 20 05 2019 г.

Заведующий выпускающей кафедрой по направлению подготовки (специальности) * кафедра экон. наук, факультет Дамисово Ж.А.
_____ (ФИО, ученая степень, ученое звание) 20 05 2019 г.

Оглавление

АННОТАЦИЯ	5
1. ТРЕБОВАНИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ	5
1.1. ВНЕШНИЕ И ВНУТРЕННИЕ ТРЕБОВАНИЯ	5
1.2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ	5
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ.	6
3. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4.1. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
4.2. ТРУДОЁМКОСТЬ МОДУЛЕЙ И МОДУЛЬНЫХ ЕДИНИЦ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4.3. СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЕЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
4.4. ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ	9
4.5. САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ САМОПОДГОТОВКИ К ТЕКУЩЕМУ КОНТРОЛЮ ЗНАНИЙ	10
4.5.1. <i>Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний</i>	10
4.5.2. <i>Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы/ учебно-исследовательские работы</i>	11
5. ВЗАИМОСВЯЗЬ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ	11
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	11
6.1. ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА	11
6.2. ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА	12
6.3. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ"	13
6.4 ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ.....	13
7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ	15
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	16
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	16
10. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	17
ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД	18
<i>Изменения</i>	18

Аннотация

Актуальность и практическая важность изучения курса «Методы исследований в менеджменте» определяются тем, что в условиях перехода России на инновационный путь развития экономики становится необходимым поиск, разработка и реализация новых форм и методов стратегического управления, позволяющих предприятиям адаптироваться к динамике внешней среды, рационально использовать рыночный технологический потенциал, наращивать конкурентные преимущества и создавать на этой основе реальные предпосылки к обеспечению стратегической устойчивости.

Дисциплина «Методы исследований в менеджменте» включена в базовой части дисциплин подготовки студентов по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент». Дисциплина реализуется в институте экономики и управления АПК кафедрой менеджмент в АПК.

Целями освоения дисциплины «Методы исследований в менеджменте» являются: формирование у студентов комплексного представления о методологии и методах исследований, используемых в практике, а также о возможных инструментальных средствах и технологиях ИТ и ИС для сбора, анализа, интерпретации и представления данных в целях оптимизации бизнес-процессов и принятия управленческих решений.

1. Требования к дисциплине

1.1. Внешние и внутренние требования

Дисциплина «Методы исследований в менеджменте» включена в ОПОП в профессиональный блок базовой части дисциплин подготовки обучающегося по направлению 38.04.02 «Менеджмент» направленность экспорт продукции АПК. Дисциплина реализуется в институте экономики и управления АПК кафедрой менеджмент в АПК.

Реализация в дисциплине «Методы исследований в менеджменте» требований ФГОС ВО, ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 38.04.02 «Менеджмент» должна формировать следующие компетенции: ОК-3; ПК-4; ПК-6; ПК-8

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия – 14 часов, практические занятия - 28 часов и 66 часа самостоятельной работы обучающихся, а также выполнение курсовой работы.

1.2. Место дисциплины в учебном процессе

Настоящая дисциплина относится к блоку базовых дисциплин и блоку дисциплин, обеспечивающих профессиональную подготовку. Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах: Общая теория менеджмента, Маркетинг, Экономическая теория, Маркетинговые исследования, Информационные технологии и системы.

Процесс обучения включает в себя курс практических занятий и самостоятельную работу обучающихся.

Обучающимся будет необходимо совершенствовать полученные на занятиях знания посредством самостоятельной работы и изучения дополнительной литературы.

Контроль знаний обучающимися проводится в форме текущей и промежуточной аттестации, итоговый контроль – зачет с оценкой.

2. Цели и задачи дисциплины. Компетенции, формируемые в результате освоения.

Целями освоения дисциплины «Методы исследований в менеджменте» являются: формирование у обучающихся комплексного представления о методологии и методах исследований, используемых в практике, а также о возможных инструментальных средствах и технологиях ИТ и ИС для сбора, анализа, интерпретации и представления данных в целях оптимизации бизнес-процессов и принятия управленческих решений.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- **Знать**, понимать и уметь применять на практике основные методики ведущих российских и международных организаций на рынке маркетинговых и социальных исследований;
- **Уметь** избирать оптимальную исследовательскую стратегию, комбинацию методов позволяющих наиболее эффективно решать задачи поставленные рынком;
- **владеть** (приобрести опыт) об основных направлениях современных исследований и «игроках» на исследовательском рынке: потенциальных заказчиков и исполнителях (исследовательских компаниях).

Реализации дисциплины позволяет сформировать:

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);

способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями (ПК-6);

способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования (ПК-8);

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 кредит. ед. (108 часа), их распределение по видам работ и по семестрам представлено в таблице 1.

3. Организационно-методические данные дисциплины

Таблица 1

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоёмкость			
	зач. ед.	час.	по семестрам	
			№ 1	№ 2
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	3	108	108	
Контактная работа	1,16	42	42	
Лекции (Л)		14	14	
Практические занятия (ПЗ)		28	28	
Семинары (С)				
Лабораторные работы (ЛР)		-	-	
Самостоятельная работа (СРС)	1,83	66	66	

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	зач. ед.	час.	по семестрам	
			№ 1	№ 2
в том числе:				
курсовая работа (проект)		26	26	
самоподготовка к текущему контролю знаний		31	31	
Подготовка к зачету		9	9	
Вид контроля:		Зачет с оценкой	Зачет с оценкой	

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Структура дисциплины

Таблица 2

Тематический план

№	Раздел дисциплины	Всего часов	В том числе		СРС	Формы контроля
			лекции	практические или семинарские занятия		
1	Теоретико-методологические основы бизнес-исследований в менеджменте. Основные исследовательские парадигмы	34	4	8	22	Зачет с оценкой
2	Методы маркетинговых исследований и сбора информации. Обоснование и выбор отдельных методов.	42	6	10	22	Зачет с оценкой
3	Планирование и организация исследования. Основные этапы разработки анкеты. Построение выборки.	32	4	10	22	Зачет с оценкой
	ВСЕГО:	108	14	28	66	Зачет с оценкой

Каждое занятие по дисциплине «Методы исследований в менеджменте» завершается дискуссией, в ходе которой происходит обсуждением обучающихся материала и контроль понимания ими пройденной темы.

Практические занятия имеют прикладную направленность и предполагают выполнение проектного задания, выступления с докладом, коллоквиум, и завершаются обсуждением рассматриваемой темы на примерах.

Самостоятельная работа обучающихся (СРС) по «Методы исследований в менеджменте» организуется с целью развития навыков работы с учебной и научной литературой, выработки способности вести научно-исследовательскую работу и оформлять результаты своих исследований в виде научной работы. Обучающиеся выполняют в рамках данной дисциплины следующие виды работ: подготовка доклада, подготовка к тестированию, коллоквиуму (по материалам печатных и электронных СМИ, Интернет, учебников и учебных пособий).

4.2. Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины

Таблица 3

Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины

Наименование модулей и модульных единиц дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудиторная работа (СРС)
		Л	ПЗ	
Модуль 1. Теоретико-методологические основы бизнес-исследований в менеджменте. Основные исследовательские парадигмы	36	4	8	22
1. Роль исследования в развитии управления		1	2	7
2. Методология исследований в менеджменте		1	4	7
3. Планирование и организация исследования		2	2	8
Модуль 2. Методы маркетинговых исследований и сбора информации. Обоснование и выбор отдельных методов.	40	6	10	22
4. Маркетинговые исследования		2	4	8
5. Поисковые маркетинговые исследования: вторичная и первичная информация. Поисковые маркетинговые исследования: качественные исследования		2	2	8
6. Маркетинговые исследования: опрос и наблюдение. Причинно-следственное маркетинговое исследование: эксперимент		2	4	6
Модуль 3. Планирование и организация исследования	32	4	10	22
7. План маркетингового исследования		2	4	11
8. Выборка: планирование и проведение. Выборка: определение конечного и начального объемов.		2	4	11
ИТОГО:	108	14	28	66

4.3. Содержание модулей дисциплины

Таблица 4

Содержание лекционного курса

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид ² контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1. Теоретико-методологические основы бизнес-исследований в менеджменте. Основные исследовательские парадигмы		Зачет с оценкой	4
		Лекция 1. Роль исследования в развитии управления.		1
		Лекция 2. Методология исследований		1

² Вид мероприятия: тестирование, коллоквиум, зачет, экзамен, другое

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид ² контрольного мероприятия	Кол-во часов
		в менеджменте		
		Лекция 3. Планирование и организация исследования		2
2.	Модуль 2. Методы маркетинговых исследований и сбора информации. Обоснование и выбор отдельных методов.		Зачет с оценкой	6
		Лекция 4. Маркетинговые исследования		2
		Лекция 5. Поисковые маркетинговые исследования: вторичная и первичная информация. Поисковые маркетинговые исследования: качественные исследования		2
		Лекция 6. Маркетинговые исследования: опрос и наблюдение. Причинно-следственное маркетинговое исследование: эксперимент		2
3.	Модуль 3. Планирование и организация исследования		Зачет с оценкой	4
		Лекция 7. План маркетингового исследования		2
		Лекция 8. Выборка: планирование и проведение. Выборка: определение конечного и начального объемов.		2
4.	Итого:		Зачет с оценкой	14

4.4. Лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 5

Содержание занятий и контрольных мероприятий

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название лабораторных/ практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид ³ контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1. Теоретико-методологические основы бизнес-исследований в менеджменте. Основные исследовательские парадигмы		Зачет с оценкой	8
		Занятие № 1. Роль исследования в развитии управления		2
		Занятие № 2. Методология исследований в		4

³ Вид мероприятия: защита, тестирование, коллоквиум, другое

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название лабораторных/ практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид ³ контрольного мероприятия	Кол-во часов
		менеджменте		
		Занятие № 3. Планирование и организация исследования		2
2	Модуль 2. Методы маркетинговых исследований и сбора информации. Обоснование и выбор отдельных методов.		Зачет с оценкой	10
		Занятие № 4. Маркетинговые исследования		4
		Занятие № 5. Поисковые маркетинговые исследования: вторичная и первичная информация. Поисковые маркетинговые исследования: качественные исследования		2
		Занятие № 6. Маркетинговые исследования: опрос и наблюдение. Причинно-следственное маркетинговое исследование: эксперимент		4
3.	Модуль 3. Планирование и организация исследования		Зачет с оценкой	10
		Занятие № 7. План маркетингового исследования		4
		Занятие № 8. Выборка: планирование и проведение. Выборка: определение конечного и начального объемов		6
	Итого		Зачет с оценкой	28

4.5. Самостоятельное изучение разделов дисциплины и виды самоподготовки к текущему контролю знаний

4.5.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

Таблица 6

Перечень вопросов для самостоятельного изучения

№ п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения	Кол-во часов
1.	Модуль 1. Теоретико-методологические основы бизнес-исследований в менеджменте. Основные исследовательские парадигмы		22
		1. Система маркетинговой информации в организации	14
		2. Основные исследовательские парадигмы	8
2	Модуль 2. Методы маркетинговых исследований и сбора информации. Обоснование и выбор отдельных методов		22

№ п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения	Кол-во часов
		3. Проблема принятия решения и проблема исследования (8
		4. Управленческая, маркетинговая и исследовательская проблемы	8
		5. Количественные методы исследований: достоинства и недостатки	6
		6. Качественные методы исследований: достоинства и недостатки	
3. Модуль 2. Планирование и организация исследования			22
		7. Стратегия как выбор оптимального исследовательского пути. Определение проблемы: Предварительные стадии исследования	11
		8. Виды выборок. Виды шкал. Сопоставление методов шкалирования. Методы несравнительного шкалирования. Основные этапы разработки анкеты. Содержание вопросов анкеты(11
ВСЕГО			66

4.5.2. *Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы/ учебно-исследовательские работы*

Таблица 7

№ п/п	Темы курсовых проектов (работ)	Рекомендуемая литература (номер источника в соответствии с прилагаемым списком)
	Не предусмотрены	

5. Взаимосвязь видов учебных занятий

Таблица 8

Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и контролем знаний обучающихся

Компетенции	Лекции	ЛПЗ	СРС	Другие виды	Вид контроля
ОПК 3	1-8	1-8	1-8		Зачет с оценкой
ПК 6	1-8	1-8	1-8		Зачет с оценкой
ПК 8	1-8	1-8	1-8		Зачет с оценкой
ПК 4	1-8	1-8	1-8		Зачет с оценкой

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература

1. ЭУМКД Методы исследований в менеджменте. Составители Стоянов И.А., Далисова Н.А. (2016г)
2. Галицкий Е. Б. Методы маркетинговых исследований. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2010.
3. Лысов О. Е. Методы прикладных исследований в менеджменте. Учебное пособие. СПб: Изд-во ГУАП, 2006. (pdf)

4. Лебедева О. А., Лыгина Н.И. Маркетинговые исследования рынка: учебник. М.: ИНФРА М, 2009
5. Моосмюллер Г., Ребик Н.Н. Маркетинговые исследования с SPSS. Учебное пособие. М.: Инфра-М, 2009.
6. Е. Решетов. Разработка эффективной анкеты для опроса // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2009, №5 (pdf)
7. О. Клепиков, М. Чернова. Инновации в маркетинговых исследованиях. Ключевые тренды // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2011, №1 (pdf)
8. Э. Марданова. Организация работы с информацией с целью принятия управленческих решений // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2007, №4 pdf)
9. В. Гришина. Современные тенденции в применении методов маркетинговых исследований // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2009, №5 (pdf)
10. Е. Сахарова. Моделирование алгоритма эффективного выбора маркетингового инструментария для развития конкурентных преимуществ компании на рынке // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2011, №2 (pdf)
11. А. Андреев. Проведение маркетинговых измерений в социальных сетях // Маркетинг и маркетинговые исследования – 2011, №2 (pdf)
12. Л. Френд, К. Костли, Ч. Браун. "Спираль недоверия" и "спираль доверия" в розничной торговле: потребители как жертвы или союзники // Маркетинг услуг. 2011, №2 (pdf)
13. Л. Латышова, Е. Пантелеева. Влияние внутреннего маркетинга на результативность бизнеса // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2009, №1 (pdf)
14. Ю. Кокорошко. Маркетинговые исследования на рынке услуг: особенности, методы и практика организации // Маркетинг услуг. 2010, №3 (pdf)
15. А. Голова: Системный подход к управлению потребительским поведением // Управление продажами. 2011, №3 (pdf)
16. К. Форнелл, Р.Т. Раст, Дж.М. Декимп. Влияние удовлетворенности потребителей на рост потребительских расходов // Менеджмент качества. 2011, №1 (pdf)
17. М. Малков. Оценка эффективности маркетинговых исследований // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2008, №2 (pdf)
18. В. Копченков. Маркетинговое исследование как средство b-2-b-коммуникации // Индустриальный и b-2-b маркетинг. 2008, №2 (pdf)

6.2. Дополнительная литература

1. Мак-Дональд М., Пейн Э. Сфера услуг. Полное пошаговое руководство по маркетинговому планированию: Пер. с англ. М.: Эксмо, 2008
2. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии: Пер. с англ. М.: ИД «Вильямс», 2005
3. Гордин В.Э., Сушинская М.Д. Менеджмент в сфере услуг. Учебник. СПб.: Издательский дом «Бизнес-пресса», 2007
4. Березин И.С. Маркетинг и исследования рынков. М.: Русская деловая литература, 2008
5. Хопкинс К. Моя жизнь в рекламе. М.: Эксмо, 2009 г.
6. Котлер Ф.: 300 ключевых вопросов маркетинга: отвечает Филипп Котлер. Пер. с англ. М.: ЗАО «Олимп—Бизнес», 2006
7. Котлер Ф.: Основы маркетинга. 3-е издание. - М.: ИД «Вильямс», 2009

Зарубежная литература

1. Wilson Alan(2009) Marketing Research: An Integrated Approach. Prentice Hall, Financial Time Management,
2. Rigby Darrell (2009). Management Tools and Trends. Bain&Co

Периодические издания, деловые журналы и газеты:

- Малое предприятие
- Теория и практика управления
- Секрет фирмы;
- Эксперт;
- Компания;
- Ведомости;
- Коммерсант.

6.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

- Электронная- библиотечная система «Лань» e.lanbook.com
- Электронная библиотечная система «Юрайт» www.biblio-online.ru/
- Электронная библиотечная система «AgriLib» <http://ebs.rgazu.ru/>
- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RUelibrary.ru

Информационные справочные системы:

- Справочно-правовая система КонсультантПлюс
- Информационно – аналитическая система «Статистика»

6.4 Программное обеспечение

- Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).
- Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).
- Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF ‒ Acrobat Professional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).
- Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).
- Система дистанционного образования «Moodle 3.5.6а» (бесплатно распространяемое ПО).

КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ

Кафедра Менеджмент в АПК Направление подготовки (специальность) 38.04.02 «Менеджмент»

Дисциплина Методы исследования в менеджменте Количество студентов _____

Общая трудоемкость дисциплины : лекция _____ час.; лабораторные работы _____ час.; практические занятия _____ час.;

КП (КР) _____ час.; СРС _____ час.

Вид занятий	Наименование	Авторы	Издательство	Год издания	Вид издания		Место хранения		Необходимое количество экз.	Количество экз. в вузе
					Печ.	Электр.	Библ.	Каф.		
1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12
Лекции, практические занятия	Исследование систем управления: учебное пособие для вузов	П. П. Крылатков, Е. Ю. Кузнецова, С. И. Фоминых.	Москва, Юрайт	2019		+	+			https://biblio-online.ru/book/code/441474
	Исследование систем управления: учебное пособие для вузов	П. П. Крылатков, Е. Ю. Кузнецова, С. И. Фоминых	Москва, Юрайт	2018		+	+			https://biblio-online.ru/book/code/424893
	Методы оптимизации. Задачник: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры	В. В. Токарев, А. В. Соколов, Л. Г. Егорова, П. А. Мышкис.	Москва, Юрайт	2019		+	+			https://biblio-online.ru/book/code/429999
	Методология научных исследований: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры	Н. А. Горелов, Д. В. Круглов, О. Н. Кораблева.	Москва, Юрайт	2019		+	+			https://biblio-online.ru/book/code/433084

Зав. библиотекой _____

Председатель МК _____

Зав. кафедрой _____

7. Критерии оценки знаний, умений, навыков и заявленных компетенций

Текущая аттестация обучающихся по дисциплине «Методы исследований в менеджменте» производится в дискретные временные интервалы в следующем виде: (тестирование).

Промежуточный контроль – зачет с оценкой.

Зачет сдается в устной форме.

Перечень вопросов к зачету с оценкой

1. Современные методы исследований социально-экономических процессов
2. Типология и специфика объектов исследования: общество, политика, бизнес
3. Типология мышления в практике исследовательской деятельности
4. Клиометрия в современных исследованиях
5. Методология междисциплинарного синтеза
6. Анализ и синтез в исследованиях социально-экономических систем (управленческих ситуаций)
7. Специфические особенности исследований управленческих ситуаций
8. Специфические особенности маркетинговых исследований
9. Основные принципы и методология системного анализа
10. Моделирование социальных процессов и управленческих ситуаций
11. Методология и принципы эмпирических исследований
12. Планирование исследования социально-экономических процессов
13. Планирование маркетингового исследования
14. Статистические методы в исследованиях: процесс выборки и методы статистического анализа
15. Методы анализа данных в прикладных исследованиях
16. Метод анализа документов в маркетинговом исследовании
17. Метод анализа документов в исследовании управленческих ситуаций
18. Анкетные методы в исследованиях
19. Социометрический метод изучения социальных процессов в микросоциумах: сущность, особенности реализации
20. Метод экспертных оценок: область применения и основные разновидности
21. Методы личного интервью и фокус-группы: области применения и порядок проведения
22. Методы оценки эффективности принятия управленческих решений
23. Методология оценки информационных систем менеджмента
24. Методология исследования качества трудовой жизни
25. Методология проведения исследования потребителей
26. Исследование товарных рынков и оценка имеющихся возможностей для предприятия
27. Исследование внешней среды развития города
28. Выявление и оценка факторов конкурентоспособности региона
29. Аутсорсинг в сфере исследований систем управления: современные тенденции развития

30. Методы исследования бизнес-процессов в логистике (маркетинге, управлении персоналом, производственном процессе)

Промежуточная аттестация по результатам семестра по дисциплине – зачет с оценкой – проходит в форме ответов на вопросы в билете.

Для допуска к экзамену студенту необходимо набрать 40 баллов. Студент, набравший более 60 баллов, в ходе текущей аттестации может рассчитывать получить оценку за зачет с оценкой автоматически в соответствии со следующей шкалой.

100 – 87 балла - 5 (отлично);

86 – 73 балла - 4 (хорошо);

72 – 60 балла - 3 (удовлетворительно).

Проведение промежуточной аттестации (зачет с оценкой) проводится в виде ответа на билет, содержащий 3 вопроса.

Критерии оценивания следующие вопросы следующие:

Студент, давший правильные ответы на все вопросы максимальное количество баллов – 40 баллов

Студент, давший правильные ответы на два из трех заданий, получает 30 баллов.

Студент, давший правильный ответ на один из вопросов, 20 баллов.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Рабочие места преподавателя и студентов, укомплектованные специализированной мебелью, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, общая локальная компьютерная сеть Internet, комплект мультимедийного оборудования: ноутбук Acer Aspire 5, переносной экран на треноге Medium Professional, переносной проектор Epson EB.

Аудитория интерактивного обучения – компьютерный класс. На лекциях применяются демонстрационные презентации в программе Power Point. На практических занятиях демонстрируется учебное видео. Учебные видеокейсы предназначены для наглядной демонстрации учебной конкретной ситуации. Записка для преподавателя дополняет учебную конкретную ситуацию методическими рекомендациями по проведению занятия. Раздаточные материалы предоставляют необходимую информацию для работы обучающихся над учебными задачами.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Организация изучения курса «Методы исследований в менеджменте» предполагает:

а) для преподавателя:

- глубокое изучение методологических и практических аспектов тематики курса, поиск, переработка современных литературных источников;
- разработку методики изложения курса: систематизация, структурирование материала; подготовку методов и способов контроля знаний;
- постоянную корректировку структуры, содержания курса.

б) для обучающихся:

- наличие аудиторных лекционных и практических занятий, посещение лекций, практических занятий обязательно;

– лекции – основное методическое руководство при изучении дисциплины, оптимальным образом структурированное и соответствующее современному уровню состояния вопроса;

– активная работа на практических занятиях и участие в деловых играх с предварительной самостоятельной подготовкой на основе материала лекций, основной и дополнительной литературы.

10. Образовательные технологии

Таблица 10

Образовательные технологии

Название раздела дисциплины или отдельных тем	Вид занятия	Используемые образовательные технологии	Часы
Методы исследований и сбора информации	ЛПЗ	Деловы игры	14
В тч в интерактивной форме			14

ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии
10.03.20	п 6 Учебно – методическое и информационное обеспечение дисциплины. п 8 Материально – техническое обеспечение дисциплины.	Рабочая программа актуализирована с учетом ФГОС ВО по направлению 38.04.02 Менеджмент. Внесены ежегодные обновления: карта обеспеченности литературой, перечень лицензионного программного обеспечения, обновлены перечень ресурсов информационно – телекоммуникационной сети «Интернет». Обновлен раздел Материально – техническое обеспечение дисциплины	Изменения в рабочей программе рассмотрены и утверждены на заседании кафедры Менеджмент в АПК 05.03.20г. протокол №7 Изменения рассмотрены и утверждены на заседании методической комиссии ИЭиУ АПК 10.03.20 протокол №7

Зав кафедрой:



Н.А. Далисова

Председатель Методической комиссии института



Л.А. Белова

Рецензия
на рабочую программу
дисциплины «Методы исследования в менеджменте»
для направления подготовки .38.04.02 «Менеджмент»

Рабочая программа по дисциплине «Методы исследования в менеджменте» для направления подготовки .38.04.02 «Менеджмент» составлена в соответствии с Федеральным компонентом Государственного стандарта ВО.

В данной программе определены цели и задачи данной учебной дисциплины, перечень тем и разделов, которые должны изучить магистры, а также основные требования к уровню подготовки и объему знаний, которым они должны обладать по каждой из перечисленных тем.

Согласно программе основной целью курса является освоение знаний в области исследования менеджмента, приобретение навыков и умения реализовать методы исследований в менеджменте, на основе их применения эффективно реализовывать функции менеджмента.

Согласно программе предметом изучения дисциплины методы исследований в менеджменте.

Программа содержит все необходимые темы, обеспечивающие требования качественной подготовки учащихся.

В программе четко определены модули и темы, содержание учебного материала, а также знания, умения и навыки, которыми должен овладеть магистр; показано распределение учебных часов по модулям учебной дисциплины.

Содержание программы соответствует государственным требованиям к минимуму содержания и уровню подготовки магистров по направлению .38.04.02 «Менеджмент» и может быть рекомендована для высших учебных заведений.

Рецензент: к.т.н., доцент
Управляющий директор
ИП Королева Т.Н.



/ В.И. Чепелев