

**Программа учебной дисциплины «Научно-исследовательский семинар
Современные тренды в ритейле»**

Утверждена
Академическим советом ООП
Протокол от «29» августа 2018 г.

Автор	Ойнер Ольга Константиновна, д.э.н., профессор, ooyner@hse.ru ; Пантелеева Елена Константиновна, к.э.н., доцент, epanteleeva@hse.ru
Число кредитов	7
Контактная работа (час.)	148
Самостоятельная работа (час.)	132
Курс	1-2
Формат изучения дисциплины	Full-time

I. ЦЕЛЬ, РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ПРЕРЕКВИЗИТЫ

Научно-исследовательский семинар рассматривается в качестве необходимого и важного условия подготовки студентов магистратуры, написания на высоком методологическом уровне магистерской диссертации. Цель научно-исследовательского семинара – выработать у студентов компетенции и навыки исследовательской работы в процессе подготовки магистерской диссертации.

Основные задачи НИС:

1. Проведение профориентационной работы среди студентов, позволяющей им выбрать направление и тему исследования.
2. Обучение студентов навыкам академической работы, включая подготовку и проведение исследований, написание научных работ.
3. Обсуждение проектов и готовых исследовательских работ студентов.
4. Ознакомление студентов с основными проблемными областями в сфере академических исследований для выбора собственного направления научно-исследовательской работы, а затем, темы магистерской диссертации;
5. Изучение методологии и методических подходов к исследованиям в области маркетинга, принятых в мировой практике, что предполагает разработку программы, методического инструментария, моделей обработки и анализа эмпирической информации, подготовку научно-аналитических материалов, включая исследовательские отчеты, статьи и т.д.;
6. Подготовка студентов к сбору информации и написанию магистерской диссертации на высоком уровне, ознакомление с требованиями, предъявляемыми к работам данного уровня;

7. Выработка у студентов навыков научной дискуссии и презентации исследовательских результатов.

Конечная задача семинара – сделать научную работу студентов постоянным и систематическим элементом учебного процесса, включить их в жизнь научного сообщества так, чтобы они смогли детально освоить технологию научно-исследовательской деятельности.

Для магистерской программы «Менеджмент в ритейле» настоящая дисциплина является обязательной дисциплиной Цикла общих дисциплин направления (Практики. Научно-исследовательская работа). Изучение данной дисциплины базируется на системных компетенциях, сформированных на этапе обучения студентов в бакалавриате по направлению «Менеджмент» и/или в рамках адаптационных дисциплин (преимущественно для тех, кто не является выпускниками факультета менеджмента НИУ ВШЭ).

Основные положения дисциплины должны быть использованы при написании магистерской диссертации.

II. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Порядок организации семинара. Научно-исследовательский семинар проводится в течение первого и второго года обучения (в семестровом режиме). На протяжении всего этого периода он включает еженедельные аудиторные занятия по утвержденному расписанию и самостоятельную работу студентов. Соотношение часов аудиторных занятий и часов самостоятельной подготовки студентов в рамках НИС равняется 30:70. Данная пропорция обусловлена тем, что НИС требует повышенной доли самостоятельной работы студентов.

Формы работы на семинаре. С самого начала научно-исследовательский семинар ориентирован на подготовку *магистерской диссертации*. Промежуточной формой ее подготовки в рамках первого года обучения является написание *курсовой работы*. Последняя рассматривается как важный этап в процессе подготовки итоговой магистерской диссертации и, как правило, представляет собой ее часть.

Цикл подготовки магистерской диссертации является основным, под него подстраивается цикл организационных форм научно-исследовательского семинара, который по существу является способом организации публичного обсуждения каждого этапа единого исследовательского цикла. Структура организационных форм НИС построена на основе двухфазного принципа, предполагающего постоянное чередование:

- фазы вложений, где главными выступающими являются преподаватели и приглашенные ими практики;
- фазы отдачи, где главными выступающими являются студенты магистерской программы.

Схема организации семинара.

Общая схема организации НИС представлена в таблице 1. Реализация отдельных форм не обязательно полностью совпадает с границами соответствующих модулей, однако, приоритет в каждом модуле отдается именно указанным формам.

Циклы подготовки магистерской диссертации и форм НИС

I год обучения	Модули			
	II	III	IV	V
Подготовка магистерской диссертации	Выбор темы и построение общего плана курсовой работы	Подготовка и обсуждение проекта курсовой работы	Подготовка обзора научной и аналитической литературы	Подготовка и обсуждение курсовой работы
	↑	↑	↑	↑
Формы НИС	Проориентационные лекции и мастер-классы преподавателей программы и исследовательских агентств	Занятия по написанию академических работ	Занятия по написанию академических работ	Индивидуальные консультации с научным руководителем
II год обучения	Модули			
	I	II	III	IV
Подготовка магистерской диссертации	Выбор темы и построение общего плана магистерской диссертации	Обсуждение программы магистерского исследования	Сбор и обработка эмпирических данных	Предзащита магистерской диссертации
	↑	↑	↑	↑
Формы НИС	Проориентационные лекции и мастер-классы приглашенных спикеров	Занятия по организации и проведению исследований	Занятия по организации и проведению исследований	Индивидуальные консультации с научным руководителем

В первый год обучения семинар начинается с ориентационных лекций, проводимых преимущественно преподавателями программы, которые делятся опытом своей собственной исследовательской работы, знакомят студентов с процедурами организации исследовательских проектов и с частью полученных результатов. Акцент делается, таким образом, на демонстрации образцов исследовательской и аналитической деятельности. Эта форма призвана помочь студентам выбрать тему курсовой работы (с прицелом на будущую магистерскую диссертацию) и сформировать первоначальный план этой работы.

Следующий этап посвящен подготовке студентами проектов курсовой работы общим объемом не более 5 стандартных страниц и групповому обсуждению этих проектов. На этом этапе студент должен окончательно определиться с характером и структурой курсовой работы.

Задержка с выбором темы и руководителя не ведет автоматически к незачету в случае, если студент активно участвует в работе семинара и находится в ситуации выбора из нескольких вариантов темы. Однако, если к концу 2-го этапа студент не имеет никаких вариантов темы и не выбрал научного руководителя, он обязан в течение последующих двух недель выбрать тему и руководителя, а также представить план курсовой работы, чтобы быть допущенным к дальнейшему участию в семинаре и получить зачет.

В ходе 3-го этапа студенты приступают к написанию курсовой работы, состоящей в значительной или преобладающей степени из аналитического обзора имеющейся специальной академической и аналитической литературы. При анализе имеющихся материалов особое внимание уделяется теоретическим подходам и эмпирическим примерам исследования. Основным результатом анализа должен стать реферативный обзор. Этой работе способствуют занятия по правилам подготовки и написания академических работ, проводимые преподавателями кафедры.

Наконец, в течение 4-го этапа студенты завершают написание курсовой работы и производится обсуждение первоначальных текстов этих работ. В этот период семинар работает в режиме консультирования и презентаций, основная цель которого – помочь автору доработать первоначальный текст и привести его к окончательному виду. В ходе двух итоговых заседаний семинара проводится предзащита курсовых работ, основная цель которых – предварительная оценка работы.

Структура НИС в ходе второго года обучения в общих чертах напоминает его структуру в течение первого года. Но содержание заметно отличается.

Семинар начинается с цикла ориентационных лекций и мастер-классов. На этот раз предпочтение отдается приглашенным исследователям и практикам. На этом фоне студенты определяются с темой и общей структурой будущей магистерской диссертации. Выбор темы и руководителя должен быть сделан в течение первого месяца. В конце этапа проводится обсуждение представляемых студентами развернутых планов диссертационной работы. Если к концу этапа студент не представил развернутого плана диссертации, то он имеет 2 дополнительных недели для того, чтобы его представить.

В ходе следующего этапа происходит подготовка программы магистерского исследования общим объемом не более 10 стр. Эти проекты проходят через процедуру публичного обсуждения на специальных проектных семинарах.

Основной задачей работы студента в течение третьего этапа является сбор и первичная обработка эмпирических данных. В это время преподавателями кафедры проводятся занятия по организации и проведению исследований. Здесь также анализируются существующие базы данных, которые могут использоваться при написании магистерских диссертаций. Целесообразно обсуждение вопросов разработки и апробирования исследовательского инструментария.

Наконец, на заключительном этапе студенты пишут первоначальный текст магистерской диссертации, который проходит процедуру предзащиты, когда семинар работает в режиме презентаций и консультирования, призванном помочь автору доработать этот первоначальный текст.

Во всех обсуждениях, помимо преподавателей и докладчиков, активное участие должны принимать все студенты.

Тематика проведения отдельных занятий по годам.

Первый год обучения

Тема 1. Введение в научные исследования в области менеджмента и маркетинга

Цели и задачи научного семинара. Организация научного семинара и исследовательской работы студентов, аспирантов и преподавателей в НИУ-ВШЭ. Научный семинар и его роль в подготовке магистра по направлению «Менеджмент в ритейле». Концепция научного семинара программы. Структура курсовой работы. Основные этапы и порядок написания курсовой работы.

Современные исследовательские приоритеты: содержание, основы поиска. Понятие научной парадигмы, его истоки и современное понимание. Понятие научного метода, научного подхода, концепции.

Тема 2. Методика написания исследовательской работы

Правила постановки проблемы исследования. Обоснование предмета и объекта исследования. Отличие проблемы исследования от проблемы бизнеса. Формулировка проблемы, цели и задач исследования. Оригинальность подхода и научная новизна исследования. Выдвижение гипотез в экономических, социологических, маркетинговых и менеджеральных исследованиях. Выбор и обоснование методов исследования.

Элементы научной новизны в теоретической части работы. Работа с понятийно-категориальным аппаратом. Иерархия и взаимосвязь терминов, понятий и категорий. Основы построения классификаций. Установление взаимосвязей и закономерностей. Разработка новых моделей, методов, методик. Приращение новых знаний как результат проведенного исследования. Элементы оригинальности научного подхода.

Правила оформления итоговой работы. Структура исследования. Теоретические источники и виды публикаций. Правила выбора теоретических источников. Журналы в области маркетинга. Ссылки. Библиографический список.

Тема 3. Современная проблематика исследований в области маркетинга (преподаватели кафедры и приглашенные спикеры)

Выступления преподавателей кафедры и приглашенных лекторов по трем тематическим направлениям: профориентационные лекции, презентация исследований, презентация применения современных методов сбора и анализа данных.

Современные зарубежные и российские научные журналы, и отражение в них актуальных проблем маркетинга.

Занятия проводятся в форме научных докладов, интерактивных лекций, мастер-классов.

Тема 4. Выступления студентов с проектами курсовых работ

По итогам первого семестра магистранты 1 года обучения выступают с презентацией проблематики собственного исследования по теме магистерских диссертаций. Проводится обсуждение работ с применением знаний, полученных на семинаре. По каждой работе формулируются предложения по изменению и доработке к предстоящей защите.

Тема 5. Защиты курсовых работ

В рамках научно-исследовательского семинара осуществляется защита студентами подготовленных курсовых работ по 1-му году обучения в магистратуре. Студенты проходят стандартную процедуру защиты, включающую доклад студента о курсовой работе, вопросы и свободную дискуссию.

Второй год обучения

Тема 1. Исследовательский проект

В ходе семинарских занятий проводится обсуждение постановки задачи и схемы проведения маркетинговых исследований, которые студенты предполагают провести в магистерской диссертации. На первых семинарах студенты выступают с предварительной программой исследования, и проводится коллективное обсуждение их намерений, на последующих семинарах проводятся индивидуальные консультации.

В ходе консультаций обсуждается, какие методы маркетинговых исследований наиболее предпочтительны, даются общие рекомендации относительно того, каким образом организовать сбор и анализ маркетинговой информации, необходимой для выполнения диссертационной работы.

Тема 2. Подготовка развернутого плана диссертации и программы исследования

Студентам даются рекомендации по подготовке плана магистерской диссертации, демонстрируются лучшие образцы планов магистерских диссертаций выпускников прошлых лет.

Задачи разработки программы исследования. Постановка проблемы исследования, формулировка целей и задач. Выделение и описание объекта и предмета исследования. Уточнение и интерпретация основных понятий, операционализация понятий исследования. Принципы моделирования объекта исследования. Формулировка гипотез исследования, виды гипотез.

Тема 3. Разработка инструментария и процедур сбора данных, общего плана анализа данных

Доступные источники статистических и вторичных данных. Основные стратегии качественного исследования. Методы полевой работы. Проблема выборки в качественном и количественном исследовании. Формы предоставления результатов. Инструментарий: список всех видов используемого инструментария в привязке к целевым группам респондентов: анкеты, гайды, формы. Характер результатов: что планируется получить на выходе, какого рода результаты; оценка выполненности поставленных задач. Формы проведения занятий: мастер-классы, консультации, в т.ч. индивидуальные проектные семинары, разбор кейсов.

Тема 4. Методы анализа данных

Методология количественного подхода к анализу данных. Обсуждение различных методов анализа, преимущества и недостатки, границы применимости.

Тема 5. Предварительные защиты магистерских диссертаций

По итогам второго года научного семинара проводятся предварительные защиты магистерских диссертаций. Предзащита является открытым семинаром, где диссертация обсуждается в присутствии научного руководителя и всех желающих. По результатам предзащиты формулируются рекомендации по доработке диссертации.

III. ОЦЕНИВАНИЕ

Критерии оценки знаний, навыков

Все оценки выставляются по 10-тибалльной шкале; по каждому компоненту высчитывается средний арифметический балл; округление производится после всех расчетов.

В диплом выставляется результирующая оценка по учебной дисциплине, которая формируется по следующей формуле:

Одисциплина = 0,33·Опромежуточная 2 модуль+ 0,33·Опромежуточная 4 модуль+
0,33·Опромежуточная 7 модуль

IV. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Тип контроля	Форма контроля	1 год		Параметры
Текущий (неделя)	Постановка проблемы		2	Презентация
	Теоретический обзор (1)		3	Письменная работа, литературный обзор нескольких статей в зарубежных журналах, отобранных по критериям цитируемости и времени публикации, объем – 20 стр.,
	Теоретический обзор (2)		4	Письменная работа, литературный обзор нескольких статей в зарубежных журналах, отобранных по критериям цитируемости и времени публикации, предварительная теоретическая модель объем – 20 стр.,
		2 год		
	Развернутый план магистерской диссертации и программа эмпирического исследования		1	Письменная работа, объем – 10 стр.
	Предварительный анализ данных		3	Письменная работа, объем – 10 стр.

V. РЕСУРСЫ

1. Основная литература

- Радаев В.В. Как организовать и представить исследовательский проект: 75 простых правил. М.: ГУ–ВШЭ; ИНФРА-М, 2001. (имеется е-ресурс).
- Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Маркетинговые исследования. Учебник для магистров. М.: Юрайт. 2011.
- Эко.У. Как написать дипломную работу. Учебно-методическое пособие. М.: Книжный дом «Университет», 2001.

2. Дополнительная литература

- Кун Т. 2002. Структура научных революций/ Т. Кун; пер. с англ. М. АСТ, Текст книги доступен по адресу <http://kiev.philosophy.ru/library/kuhn/01/00.html>
- Ойнер О.К. 2008. Оценка результативности маркетинга с позиций системы управления бизнесом. Российский журнал менеджмента 6 (2). С.27-46.
- Ойнер О.К. Управление результативностью маркетинга. Учебник для магистров. М.Юрайт, 2012.

- Энис Б.М., Кокс К.Т., Моква М.П. 2001. Классика маркетинга. СПб.: Питер.
- Журналы
- Agarwal Vineet, Taffler Richard. 2007. Comparing the performance of market-based and accounting-based bankruptcy prediction models. Cranfield School of Management, Cranfield, Bedford, MK43 0AL, UK.
- Ahmed P. K., Rafiq M. 2002. Internal Marketing: Tools and Concepts for Customer-Focused Management. Butterworth-Heinemann.
- Dawes John. 2000. Market Orientation and Company Profitability: Further Evidence Incorporating Longitudinal Data. Marketing Science Centre, University of South Australia, Adelaide, Australia.
- Lings, I.N. 2004. Internal Market Orientation: Construct and Consequences. Journal of Business Research 57, С.405– 413.
- Van Raaij Erik M., Stoelhorst J.W. 2009. THE IMPLEMENTATION OF A MARKET ORIENTATION: A REVIEW AND INTEGRATION OF THE CONTRIBUTIONS TO DATE. RSM Erasmus University, Rotterdam, The Netherlands.
- Varey R., Lewis B. 2000. Internal Marketing: Directions for Management. Routledge.
- Неганов С.А., Неганова И.С. 2008. Внутренний маркетинг как инструмент построения партнерских отношений в организации из Развитие форм межфирменной кооперации: сети и взаимоотношения. – М.: Изд. дом ГУ-ВШЭ.
- Center for Academic Writing, Central European University. Introductions to Research Papers // URL: [<http://web.ceu.hu/writing/intros.htm>]
- University of Toronto. Advice on Academic Writing // URL: [<http://www.writing.utoronto.ca/advice>]
- Управленческое консультирование. Введение в профессию. 4-е изд. Под ред. М.Кубра. – М: Планум, 2004. Бейч Э. Консалтинговый бизнес: основы профессионализма. – СПб.: Питер, 2007.
- Васильев Г.А. и др. Управленческое консультирование [Электронный ресурс]. М.: Юнити-Дана, 2012. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114560>
- Майстер Д., Грин Ч., Галфорд Р. Советник, которому доверяют. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2009.
- Расиел И. Метод McKinsey. Использование техник ведущих стратегических консультантов для решения личных и деловых задач. М.: Альпина Паблишер, 2012.
- Эдершайм Э. Марвин Бауэр, основатель McKinsey & Company. Стратегия, лидерство, создание управленческого консалтинга; М.: Альпина Паблишер, 2012. 278 с.

Программное обеспечение

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1.	Microsoft Windows 7 Professional RUS Microsoft Windows 10 Microsoft Windows 8.1 Professional RUS	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>
2.	Microsoft Office Professional Plus 2010	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>

**Профессиональные базы данных, информационные справочные системы,
интернет ресурсы (электронные образовательные ресурсы)**

№ п/п	Наименование	Условия доступа
	<i>Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы</i>	
1.	Консультант Плюс	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>
2.	Электронно-библиотечная система Юрайт	URL: https://biblio-online.ru/
	<i>Интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)</i>	
1.	Открытое образование	URL: https://openedu.ru/

Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для занятий по обеспечивают использование и демонстрацию тематических иллюстраций, соответствующих программе дисциплины в составе:

- ПЭВМ с доступом в Интернет (операционная система, офисные программы, антивирусные программы);
- мультимедийный проектор с дистанционным управлением.

Для занятий по дисциплине используются комбинированные столы для организации занятий различных форм (индивидуальная, групповая работа), флип-чарт, ноутбук, проектор.