Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»
_____ А.В.Егоров
30.06 2025 г.
Регистрационный №УД 6759-25/уч.

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ СЕМИНАР

Учебная программа учреждения образования
по учебной дисциплине для специальности
7-06-0412-04 «Маркетинг»

2025

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта углубленного высшего образования ОСВО 7-06-0412-04-2023, учебных планов по специальностям 7-06-0412-04 «Маркетинг»

СОСТАВИТЕЛИ:

Н.А. Полещук, доцент кафедры маркетинга учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

О.И. Козловская, ст. преподаватель кафедры маркетинга учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», магистр экономических наук, ст. преподаватель;

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Д.Ю. Бусыгин, заведующей кафедрой цифровой экономики и менеджмента учреждения образования «Российский экономический университет им. Г.В.Плеханова» Минский филиал, кандидат экономических наук, доцент;

Т.В. Кузнецова, доцент кафедры логистики и ценовой политики учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой маркетинга учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол №10 от22.05.2025);

Методической комиссией по специальностям «Маркетинг», «Логистика», «Рекламная деятельность» учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол №___ от __.__.2025);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол №6 от 25.06.2025).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Научно-исследовательский семинар» (НИС) направлена на формирование фундаментальных исследовательских компетенций у магистрантов в области маркетинга и аналитики. В условиях цифровой трансформации экономики критически важным становится владение методологией доказательного маркетинга, предполагающей использование строгого научного аппарата для верификации бизнес-гипотез. Курс обеспечивает преемственность между теоретической подготовкой и практическим выполнением магистерской диссертации.

Цель курса – систематизация теоретико-методологических знаний в области организации научно-исследовательской деятельности и выработка навыков самостоятельного проведения маркетинговых исследований академического уровня.

Достижение поставленной цели предполагает решение **следующих задач**:

1. Овладение алгоритмом планирования научного исследования: от постановки проблемы до интерпретации результатов.
2. Изучение современных методов сбора и анализа маркетинговых данных (включая количественные и качественные подходы).
3. Формирование навыков критического анализа научной литературы и работы с международными базами цитирования.
4. Освоение этических и технических стандартов оформления научных работ.

В результате изучения учебной дисциплины «Научно-исследовательский семинар» формируются следующие компетенции:

универсальные:

применять методы научного познания в исследовательской деятельности, генерировать и реализовывать инновационные идеи.

обеспечивать коммуникации, проявлять лидерские навыки, быть способным к командооразованию и разработке стратегических целей и задач.

развивать инновационную восприимчивость и способность к инновационной деятельности

В результате изучения дисциплины обучаемый должен

знать:

методологические основания, методы исследований и анализа данных в области маркетингом;

количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами;

методы выявления и формулирования актуальных научных проблем в области маркетинга и менеджмента

правила оформления магистерской диссертации, статьи или доклада;

приемы оценки теоретической и практической значимости темы научного исследования в сфере управления инновациями;

современные подходы к моделированию научной деятельности;

основы научно-методической работы в высшей школе;

порядок организации, планирования, ведения и обеспечения научной деятельности с использованием новейших технологий;

уметь:

самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения, расширять и углублять собственную научную компетенцию;

готовить аналитические материалы по результатам их применения;

обобщать и критически оценивать содержание и результаты научно-исследовательских проектов, полученные отечественными и зарубежными исследователями;

профессионально представлять результаты проведения исследования;

обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость темы научного исследования;

самостоятельно проводить исследования в соответствии с разработанной программой;

иметь навык:

обобщения и критического анализа результатов, полученных отечественными и зарубежными учеными, выявления и формулирования актуальных научных проблем и целей научного исследования;

поиска и решения актуальных научных проблем в области организационных и технологических инноваций;

доведения результатов исследования до широкого круга научной общественности;

проведения самостоятельных научных исследований в области управления маркетингом;

самостоятельного проведения библиографической работы с использованием современных информационных технологий;

обоснования актуальности, теоретической и практической значимости темы научного исследования, разработки плана и программы проведения научного исследования;

проведения научного исследования с применением современных методов и технологий в соответствии с разработанной программой подготовки магистерской диссертации;

выбора методов и средств разработки инструментария научного исследования, сбора, обработки, анализа, оценки и интерпретации полученных результатов;

представления результатов проведенного научного исследования в виде научного отчета, статьи, доклада, модели, макета, программного продукта, патента, магистерской диссертации, заявки на грант и иного.

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине обучающийся должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развить свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной и общественной жизни страны.

Учебная дисциплина «Научно-исследовательский семинар» по специальности 7-06-0412-04 «Маркетинг» относится к модулю «Научно-исследовательская работа» государственного компонента.

Дисциплина «Научно-исследовательский семинар» базируется на знаниях, полученных в результате изучения учебных дисциплин «Теория маркетинга», «Маркетинговые исследования и аналитика», «Статистика», «Философия».

Форма получения высшего образования: дневная.

В соответствии с учебным планом специальности 7-06-0412-04 «Маркетинг» на изучение дисциплины отводится:

Дневная форма получения образования:

общее количество учебных часов – 90, аудиторные – 44, из них лекции – 18 часов, семинарские – 26 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

1 семестр – лекции - 12 часов, практические - 16 часов.

2 семестр – лекции - 6 часов, практические - 10 часов.

Самостоятельная работа магистранта - 46 часов.

Трудоемкость – 3 з.е.

Форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачёт во 2-ом семестре.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Методологические основы научного познания и научного исследования

Методологические основы научного познания. Наука и ее роль в современном обществе. Процесс научного исследования. Основные понятия научного познания: исследование, логика, концепция, гипотеза, информация, системный подход, синергия, объект и предмет исследования, научная проблема, парадигма, суждение, теория, умозаключение, методология, научная идея, термин, анализ, цель научного исследования, наука, мышление, закон, метод.

Исследовательская гипотеза. Виды гипотез. Основные правила формулировки исследовательской гипотезы. Обоснование гипотезы. Этапы разработки исследовательской гипотезы. Проверка эффективности гипотезы исследования.

Цели и задачи теоретического исследования. Математические методы в исследованиях. Сущность исследовательской работы и ее виды. Исследовательская работа – изучение, эксперимент, проверка теории в целях получения научных знаний о структуре, свойствах и закономерностях изучаемого объекта, явления. Этапы выполнения исследовательской работы.

Особенности организации научно-исследовательской работы в Республике Беларусь.

Законодательство Республики Беларусь, регулирующее научную деятельность. Основные положения закона Республики Беларусь «О научной деятельности», закона Республики Беларусь «Об авторском праве и смежных правах», закона Республики Беларусь «О средствах массовой информации» и др.

Тема 2. Методология научного поиска в маркетинге и дизайн проекта

Эволюция маркетинговой мысли. Различия между индуктивным и дедуктивным подходами в аналитике. Понятие научного маркетингового исследования в парадигме рыночной аналитики. Классификация исследовательских стратегий: поисковые, дескриптивные и каузальные (экспериментальные) дизайны. Классификация исследований по целям и методам. Разработка концептуальной схемы исследования: от бизнес-проблемы к научной задаче. Формулировка рабочих названий диссертаций. Определение объекта, предмета, цели и границ исследования. Формирование концептуального аппарата исследования: обоснование актуальности, целей и задач. Иерархия целей и задач. Типология гипотез: описательные, объяснительные и прогностические. Требования к верифицируемости гипотез. Построение концептуальной модели исследования. Разработка «дерева задач» для первого раздела магистратуры.

Тема 3. Работа с научным капиталом: поиск и систематизация знаний

Технологии работы с академическим контентом. Стратегии поиска в международных наукометрических базах (Scopus, Web of Science, ScienceDirect). Методология систематического обзора литературы SLR. Работа с библиографическими менеджерами (Zotero, Mendeley). Техника выявления «исследовательских разрывов» (research gaps) и обоснование теоретической новизны. Составление библиометрической карты по выбранной теме. Написание аннотированного списка источников. Подготовка структуры первого раздела магистерской диссертации.

Тема 4. Инструментарий качественного и количественного анализа

Качественный инструментарий: методология глубинного интервью, кейс-стади, этнографические исследования в маркетинге. Проективные методики в глубинных интервью. Этнографические методы (наблюдение) в цифровой среде (нетнография). Метод Case Study в анализе рыночных стратегий. Разработка гайда (скрипта) для экспертного интервью. Проведение симуляции фокус-группы с последующим кодированием текстовых данных.

Количественная парадигма: принципы построения репрезентативных выборок, дизайн анкетных опросов, шкалирование данных. Психометрические требования к шкалам (надежность и валидность). Шкалы Лайкерта, семантический дифференциал. Дизайн выборки: расчет объема, способы обеспечения репрезентативности и минимизация систематических ошибок. Проектирование анкеты в специализированном ПО (Google Forms, SurveyMonkey, специализированные панели). Проведение пилотажного опроса и расчет коэффициента Альфа Кронбаха для проверки надежности шкалы.

Тема 5. Каузальный анализ и современные методы обработки данных

Причинно-следственный анализ в маркетинге. Организация и контроль переменных в маркетинговых экспериментах. Лабораторные и полевые эксперименты. Понятие внутренней и внешней валидности. Факторные планы экспериментов. Разработка дизайна A/B тестирования для проверки влияния маркетингового стимула (цена, упаковка, рекламный месседж) на потребительское поведение.

Анализ и визуализация данных. Проверка статистических допущений. Корреляционный анализ, регрессионные модели, ANOVA. Использование непараметрических тестов. Работа в статистических пакетах (SPSS, R или Python). Построение диаграмм рассеяния, гистограмм распределения и интерпретация коэффициентов регрессии. Подготовка выводов для аналитической главы. Интерпретация результатов моделирования. Методы визуализации научных данных. Визуализация данных как инструмент аргументации научных выводов.

Тема 6. Академическое письмо, этика и апробация результатов

Стандарты академического письма: логика изложения, научный стиль, структура научной работы/статьи. Этика исследователя и академическая добросовестность. Профилактика плагиата и корректное использование инструментов искусственного интеллекта. Стандарты оформления и культура цитирования. Виды некорректных заимствований. Стандарты оформления таблиц, формул и рисунков согласно требованиям ВАК. Проверка фрагментов текста в системе «Антиплагиат». Редактирование списка литературы согласно действующим стандартам библиографического описания.

Подготовка и защита научного предложения. Структура и логика представления научного доклада. Психология аргументации и ответы на критические замечания рецензентов. Презентация концепции магистерской диссертации перед аудиторией. Коллективное обсуждение методологических подходов коллег.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Научно-исследовательский семинар»
Специальности 7-06-0412-04 «Маркетинг»
Дневная форма получения углубленного высшего образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Литература	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
1 семестр							
Тема 1	Методологические основы научного познания и научного исследования	2				[1, 3-5, 7, 9-12, 14, , 17, 18, 20, 23-30]	
	Методологические основы научного познания и научного исследования			4		[1, 3-5, 7, 9-12, 14, , 17, 18, 20, 23-30]	Опрос, дискуссия
Тема 2	Методология научного поиска в маркетинге и дизайн проекта	4				[2-5, 7, 9-14, 17, 18, 20, 23-29]	
	Методология научного поиска в маркетинге и дизайн проекта			4		[2-5, 7, 9-14, 17, 18, 20, 23-29]	Опрос, дискуссия
Тема 3	Работа с научным капиталом: поиск и систематизация знаний	2				[1, 3, 5, 7, 9-12, 14, 17, 18, 20-30]	
	Работа с научным капиталом: поиск и систематизация знаний			4		[1, 3, 5, 7, 9-12, 14, 17, 18, 20-30]	Презентация литературного обзора и библиографии по теме диссертации

Тема 4	Инструментарий качественного и количественного анализа	4				[2, 3, 5-8, 10-20, 29]	
	Инструментарий качественного и количественного анализа			4		[2, 3, 5-8, 10-20, 29]	Проект анкеты/ гайда и план выборки
	Итого 1 семестр	**12**		**16**			
			2 семестр				
Тема 4	Каузальный анализ и современные методы обработки данных	4				[2, 3, 5-8, 10-20, 29]	
	Каузальный анализ и современные методы обработки данных			6		[2, 3, 5-8, 10-20, 29]	Тест, презентация методики обработки данных в рамках темы исследования
Тема 5	Академическое письмо, этика и апробация результатов	2				[1, 5, 7, 11-14, 21-24, 26, 30]	
	Академическое письмо, этика и апробация результатов			4		[1, 5, 7, 11-14, 21-24, 26, 30]	Защита научного отчета
	Итого 2 семестр	**6**		**10**			**Диф. зачет**
	Всего часов	**18**		**26**			

ИНФОРМАЦИОННО - МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

Блюмин, А.М. Управление знаниями в научно-исследовательской работе : учебник / А.М. Блюмин. – 2-е изд. – М. : Дашков и К, 2022. – 296 с. – Текст : электронный. – Режим доступа: по подписке // Электронно-библиотечная система Znanium. – URL: https://znanium.com/catalog/product/1927317 (дата обращения: 29.04.2025).

1. Зорина, Т. Г. Маркетинговые исследования : практикум : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности «Маркетинг» / Т. Г. Зорина, С. В. Артеменко. – Минск : БГЭУ, 2020. – 399 с.

2. Каратаева, Г. Е. Научно-исследовательская работа. Практики : учебное пособие / Г.Е. Каратаева, О.Н. Галюта, Т.П. Киященко. – Москва: ИНФРА-М, 2025. – 236 с. – Текст : электронный. – Режим доступа: по подписке // Электронно-библиотечная система Znanium. – URL: https://znanium.ru/catalog/product/2146048 (дата обращения: 29.04.2025).

3. О научной деятельности : Закон Респ. Беларусь от 21 окт. 1996 г. № 708-XIII : в ред. от 17 июля 2023 г. // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – URL: г. https://pravo.by/document/?guid=11031&p0=V19600708 (дата обращения: 29.04.2025).

4. Основы научных исследований : учебник для обучающихся на ступени бакалавриата [и магистратуры по социальным и гуманитарным направлениям образовательной деятельности] / С.А. Вишнякова, Е.Е. Марченко, Т.М. Миронова, О.В. Плебанек ; под ред. О.В. Плебанек ; Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕврАзЭС, Каф. социально-гуманитарных дисципилн. – СПб : Университет при МПА ЕврАзЭС, 2023. – 235 с.

5. Ребик, Н. Н. Маркетинговые исследования с SPSS : учебное пособие / Н. Н. Ребик. – 3-е изд. – М. : ИНФРА-М, 2025. – 218 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-16-020086-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2157610 (дата обращения: 29.04.2025). – Режим доступа: по подписке.

6. Янковская, В.В. Организация научно-исследовательской работы студентов (магистров) : учебное пособие / В.В. Янковская. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2023. – 345 с. – Текст : электронный. – Режим доступа: по подписке // Электронно-библиотечная система Znanium. – URL: https://znanium.ru/catalog/product/1913521 (дата обращения: 29.04.2025).

Дополнительная:

7. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. – 2-е изд., пересм. – М. : Дашков и К°, 2021. – 346 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL:

https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684274 (дата обращения: 29.04.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04250-8. – Текст : электронный.

8. Беляев, В. И. Методология научных исследований : учебник / В.И. Беляев, О.В. Кузнецова. – М. : КноРус, 2024. – 432 с. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система BOOK.ru. – URL: https://book.ru/book/953746 (дата обращения: 29.04.2025). – Режим доступа: по подписке.

9. Власов, К.Л. Методы исследований и организация экспериментов / К.Л. Власов. - Харьков: Гуманитарный центр, 2016. – 412 с.

10. Герцог, Г.А. Основы научного исследования: методология, методика, практика : учебное пособие / Г.А. Герцог. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. пед. ун-та, 2013 – 208 с.

11. Гончарова, Е. П. Основы научных исследований и инновационной деятельности : пос. / Е. П. Гончарова. – Минск : БНТУ, 2019 – 112 с.

12. Гречков, В. Ю. Маркетинговая аналитика с использованием IBM SPSS Statistics : учебное пособие / В. Ю. Гречков ; ФГАОУ ВО «Московский гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) М-ва иностр. дел Рос. Федерации», Каф. менеджмента, маркетинга и внешнеэкон. деятельности им. И.Н. Герчиковой. – М. : МГИМО-Университет, 2019. – 239, [2] с.

13. Ерошов, А. И. Основы научных исследований и инновационной деятельности: учеб.-метод. пособие : в 2 ч. / А. И. Ерошов. – Минск: МГЭУ им. А.Д.Сахарова, 2012. – Ч. II. – 104 с.

14. Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. – 2-е изд., доп. – М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. – 368 с. - ISBN 978-5-9558-0233-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/1058467 (дата обращения: 19.01.2026). – Режим доступа: по подписке.

15. Малхогра, Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практ. руководство / Нэреш К. Малхотра. – М.: Издат. дом «Вильямс», 2016. – 1184 с.

16. Методология и методы научных исследований : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования / [И.Ю. Ухарцева и др.]. – Минск : РИВШ, 2022. – 275 с.

17. Методы и средства научных исследований : учебное пособие / Ю. Н. Колмогоров, А. П. Сергеев, Д. А. Тарасов, С. П. Арапова ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2017. – 155 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696137 (дата обращения: 29.04.2025). – ISBN 978-5-7996-2256-5. – Текст : электронный.

18. Моосмюллер, Г. Маркетинговые исследования с SPSS: учеб. пособие / Г. Моосмюллер, Н. Н. Ребик. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2021 – 200 с.

19. Новикова, Ю. О. Основы научных исследований : учеб. пособие / Ю.

О. Новикова ; Владим. гос. ун-т им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. – Владимир : Изд-во ВлГУ, 2022. – 172 с.

20. Образовательный стандарт высшего образования. Углубленное высшее образование = Адукацыйны стандарт вышэйшай адукацыі. Паглыбленая вышэйшая адукацыя : ОСВО 7-06-0412-04-2023 / Министерство образования Республики Беларусь. – Минск, 2023. – С. 57-64.

21. Общие требования к содержанию, порядок выполнения и правила оформления студенческих работ = Зборнік стандартаў. Сістэма менеджменту якасці. Агульныя патрабаванні да зместу, парадак выканання і правілы афармлення студэнцкіх работ : СТП 20-04-2008, СТП 20-05-2008 / Белорусский государственный экономический университет. Минск, 2019. – 85 с. – (Сборник стандартов. Система менеджмента качества).

22. Основы научных исследований и инновационной деятельности : пособие для обучающихся по специальности 6-05-0718-01 «Инженерная экономика» / сост. Т. И. Серченя. – Минск : БНТУ, 2025 – 67 с.

23. Основы научных исследований: учебник для бакалавриата / Под ред. О. В. Плебанек. – СПб.: Издательство Университета при МПА ЕврАзЭС, 2023. – 236 с.

24. Правовое регулирование научной, научно-технической и инновационной деятельности в Республике Беларусь / [авторы-составители: Е. В. Вашкевич и др. ; под редакцией А. Г. Шумилина] ; Государственный комитет по науке и технологиям Республики Беларусь, Белорусский институт системного анализа и информационного обеспечения научно-технической сферы. – Минск : БелИСА, 2017. – 145 с.

25. Радаев, В. В. Как организовать и представить исследовательский проект: 75 простых правил / В. В. Радаев. – М. : ГУ ВШЭ: ИНФРА-М, 2016. – 203 с.

26. Семиглазов, В. А. Основы научных исследований: Учебное пособие / Семиглазов В. А. Томск: гос. ун-т систем упр. и радиоэлектроники, 2022. – 73 с.

27. Шкляр, М. Ф. Основы научных исследований : учебное пособие / М. Ф. Шкляр. – 10-е изд. – М. : Дашков и К°, 2025. – 206 с. : табл. – (Учебные издания для вузов). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720234 (дата обращения: 29.04.2025). – Библиогр.: с. 195-196. – ISBN 978-5-394-05747-2. – Текст : электронный.

28. Эйсмонт, Н. Г. Теоретические основы и практика научных исследований : учеб. пособие / Н. Г. Эйсмонт, В. В. Даньшина, С. В. Бирюков ; Минобрнауки России, ОмГТУ. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2018. – 98 с.

Электронные ресурсы:

Философия и методология науки : электронный учебно-методический комплекс по общеобразовательной дисциплине для II ступени высшего образования всех специальностей / В. К. Лукашевич, Я. С. Яскевич, А. А.

Бородуля, М. В. Зубко // Электронная библиотека БГЭУ : [сайт]. – URL: http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/19728 (дата обращения: 30.04.2025).

Вопросы для проведения дифференцированного зачета

1. Научное познание и научное исследование: сущность, отличия и основные понятия.
2. Исследовательская гипотеза: понятие, виды, обоснование и правила формулировки.
3. Этапы разработки исследовательской гипотезы. Проверка эффективности гипотезы исследования.
4. Исследовательская работа: понятие, виды и этапы выполнения.
5. Особенности организации научно-исследовательской работы в Республике Беларусь.
6. Законодательство Республики Беларусь, регулирующее научную деятельность.
7. Специфика научного исследования в системе маркетинговых знаний.
8. Сущность научного исследования в маркетинге и его отличие от прикладного рыночного отчета.
9. Критерии выбора актуальной темы исследования в современной маркетинговой аналитике.
10. Логика построения исследовательского дизайна: этапы и их взаимосвязь.
11. Обоснование актуальности и научной новизны магистерской диссертации.
12. Взаимосвязь объекта и предмета исследования в области рыночной аналитики.
13. Формулировка рабочих гипотез: требования к проверяемости и логической непротиворечивости.
14. Технология проведения систематического обзора литературы.
15. Методология работы с академическими источниками (Scopus, Web of Science, eLibrary).
16. Сравнительная характеристика поисковых, описательных и каузальных исследований.
17. Специфика использования вторичных данных: верификация источников и методы обработки.
18. Сравнительный анализ качественных и количественных методов сбора первичной информации.
19. Обеспечение валидности и надежности данных в качественных методах исследования.
20. Принципы разработки инструментария для количественного сбора данных.
21. Методы анализа статистической значимости результатов маркетингового исследования.
22. Роль и место эксперимента в современной маркетинговой науке. Основные типы маркетинговых экспериментов и условия их валидности.
23. Этика взаимодействия с респондентами и правила обработки персональных данных.

персональных данных.

24. Требования ВАК к структуре, оформлению и апробации магистерской диссертации.

25. Формы апробации научных результатов: тезисы, статьи, доклады на конференциях.

26. Техника подготовки научного доклада и презентации результатов исследования.

Организация самостоятельной работы обучающихся

Для получения компетенций по учебной дисциплине важным этапом является самостоятельная работа обучающихся.

На самостоятельную работу обучающегося дневной формы получения образования отводится 46 часов.

Содержание самостоятельной работы обучающихся включает все темы учебной дисциплины из раздела «Содержание учебного материала».

При изучении учебной дисциплины используются следующие формы самостоятельной работы:

– самостоятельная работа в виде решения индивидуальных задач в аудитории во время проведения семинарских занятий под контролем преподавателя в соответствии с расписанием учебных занятий;

– углубленное изучение разделов, тем, отдельных вопросов, понятий;

– выполнение типовых расчетов, индивидуальных проектов;

– подготовка к семинарским занятиям, в том числе подготовка презентаций, проектов, обзоров, отчетов и т.д.;

– работа с учебной, справочной, аналитической и другой литературой и материалами;

– составление обзора научной (научно-технической) литературы по заданной теме;

– выполнение информационного поиска и составление тематической подборки литературных источников, интернет-источников;

– аналитическую обработку текста (аннотирование, реферирование, рецензирование, составление резюме);

– подготовку к сдаче зачета.

Контроль качества усвоения знаний

Диагностика качества усвоения знаний проводится в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации. Мероприятия *текущего* контроля проводятся в течение семестра и включают в себя следующие формы контроля:

опрос;
тест;
дискуссия;
научный отчет;
проект;
методика.

Текущая аттестация по учебной дисциплине проводится не менее трех раз в семестр. Результат текущего контроля за семестр оценивается отметкой в баллах по десятибалльной шкале и выводится исходя из отметок, выставленных в ходе проведения мероприятий текущего контроля в течение семестра.

Требования к обучающемуся при прохождении промежуточной аттестации.

Обучающиеся допускаются к промежуточной аттестации по учебной дисциплине при условии успешного прохождения текущей аттестации (выполнения мероприятий текущего контроля) по учебной дисциплине, предусмотренной в текущем семестре данной учебной программой.

Промежуточная аттестация проводится в форме дифференцированного зачёта.

Методика формирования отметки по учебной дисциплине

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки знаний, умений и навыков магистрантов БГЭУ.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ С ДРУГИМИ УЧЕБНЫМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)[1]
Методология количественного анализа в экономических исследованиях	Кафедра статистики	Замечаний и предложений нет	Утвердить Протокол № 10 от 22.05.2025