

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ)**

Департамент логистики и маркетинга

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной
и методической работе

_____ Е.А. Каменева

« 25 » _____ мая 2021 г.

**ПРОГРАММА
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО СЕМИНАРА**

Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент»

Направленность программы магистратуры «Финансовый маркетинг».

Научный руководитель: д.э.н., профессор Карпова С.В.

*Рекомендовано Ученым советом Факультета экономики и бизнеса
от 18.05.2021, протокол № 9*

*Одобрено на заседании Департамента логистики и маркетинга от 29.04.2021,
протокол № 9*

Москва 2021

УДК 378.147.34 (073)
ББК 65.291.3
К26

Рецензент: Синяева И.М. – д.э.н., профессор Департамента логистики и маркетинга

Карпова С.В. Программа научно-исследовательского семинара (НИС) для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность программы магистратуры «Финансовый маркетинг» (очной и заочной формы обучения). – М.: Финансовый университет, Департамент логистики и маркетинга, 2021. – 18 с.

Программа научно-исследовательского семинара для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность программы магистратуры «Финансовый маркетинг».

В программе НИС определены ее цель, задачи, перечень компетенций, формируемых в ходе семинара, учебно-тематический план, информационное обеспечение НИС, отчетность студентов по НИС.

Учебное издание

Карпова Светлана Васильевна

ПРОГРАММА НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО (НИС)

Компьютерный набор и верстка *С.В. Карпова*

Формат 60×90/16. Гарнитура *Times New Roman*

Усл.п.л. ____ Изд. № ____ - 2021. Тираж экз. Заказ № ____

© Карпова Светлана Васильевна, 2021

© Финансовый университет, 2021

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели, задачи, планируемые результаты обучения.....	4
1.1. Цель семинара.....	4
1.2. Задачи семинара.....	4
1.3. Перечень компетенций, формируемых в ходе семинара.....	5
2. Объем НИС в зачетных единицах и в академических часах.....	9
3. Учебно-тематический план НИС.....	9
4. Содержание НИС.....	11
5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для выполнения НИС.....	14
6. Отчетность студентов по НИС.....	16

1. Цели и задачи НИС

1.1. Цель НИС.

Цель НИС – формирование и развитие у студентов магистерской подготовки навыков комплексной научно-исследовательской работы в области принятия эффективных маркетинговых решений на финансовых рынках на базе современной методологии эмпирического взаимодействия теорий маркетинга и финансов.

1.2. Задачи НИС:

- выявление и формулирование актуальных научных проблем через развитие навыков построения исследований и формулирования гипотез исследования конкретных областей маркетинговой политики российских финансовых организаций и международных финансовых компаний на растущих рынках капитала;

- разработка методов и инструментов проведения исследований и анализа их результатов через обсуждение возможностей и ограничений в применении современных эконометрических методов эмпирического изучения маркетинговых процессов в финансовых организациях;

- разработка программ научных исследований и разработок, организация их выполнения через обучение студентов методологии научных исследований, методам анализа и обзора научной литературы, способам и средствам профессионального изложения специальной информации;

- разработка организационно-управленческих моделей процессов, явлений и объектов, оценка и интерпретация результатов через сбор и обобщение эмпирического материала для совершенствования преподавания и изучения различных профильных дисциплин Департамента «Логистика и маркетинг»;

- развитие навыков научной дискуссии и «мозговых штурмов», их проблемных оценок;

- поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования через развитие навыков написания академических,

аналитических обзоров и подготовка аналитических и экспертных обзоров для публикации в научно-практических, периодических и электронных изданиях;

- активизация подготовки докладов на научные конференции (форумы, семинары, круглые столы и др.), в том числе на ежегодные, проводимые департаментом мероприятий с публикацией в сборниках и монографиях (в рамках МНСК, Фестиваля науки и др.);

- подготовка обзоров, отчетов и оказание помощи в представлении результатов научных исследований;

- ознакомление студентов с направлениями исследований и практическими разработками департамента и научных руководителей/преподавателей департамента;

- ознакомление с тенденциями развития современных направлений развития маркетинга на финансовых рынках

1.3. Перечень компетенций, формируемых в ходе НИС.

Настоящая программа НИС направлена на формирование следующих компетенций:

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции ¹	Результаты обучения (владения ² , умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторам и достижения компетенции
ПKN-7	способность самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию	1.Реализует проекты по внедрению организационных изменений. 2.Анализирует качество управления организацией.	1. Знать понятия и основные методы стратегического анализа. Уметь использовать основные методы стратегического анализа в маркетинговой деятельности финансовых организаций. 2. Знать методы, формы и инструменты управления маркетинговой деятельностью. Уметь применять инструменты управления маркетинговой

¹Заполняется при реализации актуализированных ОС ВО ФУ и ФГОС ВО3++

² Владения формулируются только при реализации ОС ВО ФУ первого поколения и ФГОС ВО 3+

		3.Учитывает при разработке управленческих решений их социальную значимость и ответственность, кросс-культурные различия. 4.Владеет методами и инструментами обоснования, принятия и реализации управленческих решений.	деятельностью на финансовых рынках. 3. Знать особенности управления стратегическими маркетинговыми проектами. Уметь управлять финансовыми потоками для реализации стратегических маркетинговых проектов. 4. Знать методы, обосновывающие принятие управленческих решений. Уметь использовать маркетинговые инструменты, обосновывающие реализацию управленческих решений.
ПКН-8	способность анализировать, определять и эффективно использовать человеческий и социальный и интеллектуальный капитал, а также накопленные организацией знания, применяя при этом необходимые лидерские и коммуникативные навыки	1.Демонстрирует знания о роли и месте человеческого капитала в управлении организацией и его связи со стратегическими задачами организации. 2.Владеет навыками анализа организационной культуры и инструментами её совершенствования. 3.Оперирует инструментами управления знаниями для повышения эффективности деятельности организации. 4.Применяет коммуникативные и лидерские навыки.	1.Знать понятие бизнес-процесс и особенности управления им. Уметь готовить аналитические материалы в области маркетинга для управления бизнес-процессами финансовых организаций. 2.Знать понятие эффективности бизнес-процесса. Уметь оценивать эффективность бизнес-процессов с помощью маркетинговых инструментов. 3.Знать инструменты управления знаниями. Уметь оценивать эффективность деятельности маркетинговой организации. 4.Знать типы и виды коммуникативных навыков в маркетинге. Уметь применять лидерские навыки в принятии стратегических и тактических маркетинговых решений.
УК-6	способность управлять проектом на всех этапах его	1.Применяет основные инструменты планирования проекта, в частности, формирует иерархическую	1. Знать применение маркетинговых инструментов на всех этапах жизненного цикла проекта.

	жизненного цикла	структуру работ, расписание проекта, необходимые ресурсы, стоимость и бюджет, планирует закупки, коммуникации, качество и управление рисками проекта и др. 2. Осуществляет руководство исполнителями проекта, применяет инструменты контроля содержания и управления изменениями в проекте, реализует мероприятия по обеспечению ресурсами, распределению информации, подготовке отчетов, мониторингу и управлению сроками, стоимостью, качеством и рисками проекта.	Уметь формировать необходимые ресурсы, планировать закупки и коммуникации проекта на всех этапах его жизненного цикла. 2. Знать структуру маркетинговой службы финансовой организации. Уметь применять маркетинговые инструменты планирования и контроля проекта на всех этапах его жизненного цикла.
УК-7	способность проводить научные исследования, оценивать и оформлять их результаты	1. Применяет методы прикладных научных исследований. 2. Самостоятельно изучает новые методики и методы исследования, в том числе в новых видах профессиональной деятельности. 3. Выдвигает самостоятельные гипотезы. 4. Оформляет результаты исследований в форме аналитических записок, докладов и научных статей.	1. Знать понятие и виды научных исследований в управлении народным хозяйством, в области основных маркетинговых инструментов. Уметь применять методы научных исследований в области основных маркетинговых инструментов, в т.ч. на финансовых рынках. 2. Знать новые методики и методы исследования. Уметь применять новые методики и методы исследования в маркетинговой деятельности. 3. Знать способы выдвижения самостоятельных гипотез. Уметь самостоятельно разрабатывать гипотезы. 4. Знать понятие, структуру подготовки, формы и виды аналитических записок, докладов и научных статей. Уметь оформлять отчеты по результатам исследований в форме аналитических записок, докладов и научных статей.

Для освоения данных компетенций студент магистерской программы «Финансовый маркетинг» должен:

Знать:

- понятие и виды научных исследований в управлении народным хозяйством, в области основных маркетинговых инструментов на финансовых рынках;
- основные профессиональные задачи в области теории и методологии маркетинга на финансовых рынках;
- изменяющуюся роль маркетинга в финансовой организации, современные виды, субъекты и объекты, принципы и функции маркетинга;
- методы, формы и инструменты управления маркетинговой деятельностью на финансовых рынках.

Уметь:

- самостоятельно проводить научные исследования;
- ставить и решать теоретические и прикладные задачи;
- определять изменяющуюся внешнюю и внутреннюю маркетинговую среду;
- оценивать основные маркетинговые инструменты, применяющиеся в рыночном позиционировании продуктов (брендов), оценке конкурентоспособности компаний на финансовых рынках;
- управлять маркетинговой деятельностью через интегрированные системы маркетинговой информации, CRM-систему на финансовых рынках.

Владеть:

- навыками разработки научных исследований в отраслевом, региональном и национальном направлениях;
- способами решения основных профессиональных задач на современном уровне;
- современными методами научных исследований;

- навыками оценки и представления результатов исследований в виде законченных научно-исследовательских работ;
- навыками организации маркетинга, ориентированного на рыночные изменения на финансовых рынках;
- инструментами управления маркетинговой деятельностью на финансовых рынках.

2. Объем НИС в зачетных единицах и в академических часах

Таблица 1 – Трудоемкость научно- исследовательского семинара (НИС) (очная форма)

Вид учебной работы	Часы	Модули 1,2,3,4	Модули 5, 6, 8
Общая трудоемкость дисциплины	216	138	78
Контактная работа - Аудиторные занятия	72	46	26
Семинарские занятия	72	46	26
Самостоятельная работа	144	92	52

Таблица 2 – Трудоемкость научно- исследовательского семинара (НИС) (заочная форма)

Вид учебной работы	Часы	Модули 1,2,3,4	Модули 5, 6, 7, 8	Модуль 9
Общая трудоемкость дисциплины	216	72	72	72
Аудиторные занятия	40	16	16	8
Семинарские занятия	40	16	16	8
Самостоятельная работа	176	56	56	64

3. Учебно-тематический план НИС

Наименование темы (раздела)	Трудоемкость в часах			Форма проведения семинара	Руководитель семинара, ученые, приглашен-ные для участия в семинаре
	Все -го	Аудито рная работа	Самосто ятельная работа		
Раздел I. Введение в НИР в формате научно-исследовательского семинара					
1. Организационные вопросы НИР в формате научно- исследовательского семинара. Работа с БИК	12	4	8	Презентация с обсуждением вопросов по теме 1	преподаватели НИС, представители БИК Финунивер- ситета

2. Методология научного исследования	6	2	4	Презентация с обсуждением методов и методологии научных исследований	преподаватели НИС
3. Постановка актуальных научно-исследовательских задач	10	4	6	Презентация с обсуждением вопросов по теме 3	преподаватели НИС, научные руководители магистрантов
Раздел II. Научные технологии и прикладные исследования в предметной области – финансовый маркетинг					
4. Теория и методология исследования маркетинговой деятельности финансовых организаций	24	8	16	Доклады-презентации с элементами дискуссии	преподаватели НИС
Зачет (мод. 2)	2	2			
5. Анализ финансовых рынков и маркетинговой деятельности банков, страховых компаний и др. финансовых организаций	44	14	30	Дискуссия по результатам анализа материалом отечественных и зарубежных ученых	преподаватели НИС
6. Инновации и инновационные аспекты маркетинговой деятельности финансовых организаций	40	12	28	Доклады-презентации с элементами дискуссии	преподаватели НИС
Зачет (мод. 4)	2	2			
ИТОГО 1-й год обучения	136	44	92		
7. Изучение маркетинговых стратегий развития финансовых организаций	34	10	24	Доклады-презентации с элементами дискуссии	преподаватели НИС
8. Методология оценки рисков в маркетинговой деятельности финансовых организаций	28	8	20	Доклады-презентации с элементами дискуссии	преподаватели НИС
Зачет (мод. 6)	2	2			

Раздел III. Результаты научных исследований магистрантов по проблематике ВКР					
9. Теоретические и методологические аспекты по проблеме магистерской диссертации (предзащита)	18	8	10	Презентации магистрантов, научная дискуссия	преподаватели НИС, научные руководители магистрантов
Зачет (мод. 8)	2	2			
ИТОГО 2-й год обучения	80	26	54		
ВСЕГО	216	70	146		

4. Содержание НИС

Раздел I. Введение в НИР в формате научно-исследовательского семинара

Тема 1. Организационные вопросы НИР в формате научно-исследовательского семинара.

Особенности организации научной работы студентов магистратуры в аудиторном формате – в рамках научно-исследовательского семинара.

Результаты НИР в магистратуре и особенности промежуточной аттестации участников научно-исследовательского семинара.

Виды научной работы и их балльная оценка.

Особенности составления и ведения индивидуального плана работы студента магистратуры на портале Финансового университета. Индикаторы публикационной активности.

Занятие по работе с Библиотечно-информационным комплексом (БИК).

Тема 2. Методология научного исследования.

Теоретический и эмпирический уровни научного исследования.

Общенаучные и специальные методы, используемые при написании магистерской ВКР.

Методика подготовки мини-реферата (обоснование актуальности выбранной темы, постановка целей, задач исследования, определение

объекта и предмета исследования, особенности информационной базы исследования, логика и т.п.).

Методика подготовки научной статьи. Методика подготовки доклада на конференцию.

Тема 3. Постановка актуальных научно-исследовательских задач.

Актуальные направления современной экономической теории и практики, представляющие интерес для обобщения, систематизации и развития в области маркетинговой деятельности финансовых организаций.

Изучение трудов отечественных и зарубежных специалистов в области маркетинговой деятельности финансовых организаций.

Примерный перечень тем магистерских диссертаций для студентов магистерской программы «Финансовый маркетинг».

Раздел II. Научные технологии и прикладные исследования в предметной области – маркетинговой деятельности финансовых организаций.

Тема 4. Теория и методология исследования маркетинговой деятельности финансовых организаций.

Вопросы для обсуждения:

- Актуальные теории и концепции маркетинга.
- Современные концепции финансового маркетинга.
- Современные виды маркетинга на финансовых рынках.

Тема 5. Анализ финансовых рынков и маркетинговой деятельности банков, страховых компаний и др. финансовых организаций.

Вопросы для обсуждения:

- Развитие финансовых рынков в условиях цифровизации экономики.
- Тенденции развития российского и мирового финансовых рынков.
- Развитие маркетинговой деятельности банков.
- Развитие маркетинговой деятельности страховых компаний.

Тема 6. Инновации и инновационные аспекты маркетинговой деятельности финансовых организаций.

Вопросы для обсуждения:

- Основные показатели инновационной деятельности финансовых организаций.
- Методы и модели оценки инновационной активности финансовых организаций.
- Основные инновационные направления повышения эффективности финансовых организаций.
- Инновационный инструментарий экономического роста финансовых организаций.

Тема 7. Изучение маркетинговых стратегий развития финансовых организаций.

Вопросы для обсуждения:

- Роль стратегического управления в финансовом маркетинге.
- Инструменты и модели маркетинговых стратегий развития финансовых организаций.
- Формирование и реализация маркетинговых стратегий на финансовых рынках.
- Оценка эффективности маркетинговых стратегий на финансовых рынках.

Тема 8. Методология оценки рисков в маркетинговой деятельности финансовых организаций.

Вопросы для обсуждения:

- Понятие и сущность управленческого риска для финансовых организаций.
- Методология оценки и анализа маркетинговых рисков для финансовых организаций.
- Методы управления рисками в условиях неопределенности.

Раздел III. Результаты научных исследований магистрантов по проблематике ВКР

Тема 9. Теоретические и методологические аспекты по проблеме магистерской ВКР (предзащита)

Презентация студентами магистерских ВКР с обоснованием теоретической и практической значимости темы ВКР.

Презентация результатов участия студентов в научно-исследовательских работах, научных грантах, конкурсах студенческих работ, конференциях.

Презентация основного содержания глав магистерских ВКР.

Презентация опубликованных научных статей, отражающих отдельные положения диссертационного исследования и его новизну.

Предзащита основных результатов, выносимых на защиту.

5. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для выполнения НИР

Нормативно-правовые акты³:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации.
2. Конституция Российской Федерации.
3. Распоряжение Правительства РФ «Об утверждении Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года» от 08.12.2011 № 2227-р.
4. Указ Президента Российской Федерации «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года» от 12 мая 2009 г. № 537.
5. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.06 г. № 35-ФЗ.
6. Федеральный закон «Об акционерных обществах» от 26.12.1995 № 208-ФЗ.

³ Все нормативные правовые акты с изменениями и дополнениями в редакции на день обращения в информационно-справочную правовую систему.

7. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28.12.09 № 381-ФЗ.

8. Федеральный закон «Об охране окружающей среды» от 10.01.2002 № 7-ФЗ.

9. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.07 № 209-ФЗ.

10. Федеральный закон «О науке и государственной научно-технической политике» от 23.08.96 №127-ФЗ.

11. Федеральный закон «О стратегическом планировании в Российской Федерации» от 28.06.14 № 172-ФЗ.

Основная литература

1. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2021. — 474 с. — (Высшее образование). — ЭБС Юрайт. — URL: <https://urait.ru/bcode/468986>. — Текст : электронный.

2. Маркетинг для магистров: учебник / В.В. Синяев [и др.]; Финуниверситет ; под ред. И.М. Синяевой. — М.: Вузовский учебник, 2016. — 368 с. — Текст : непосредственный. — То же. — 2018. — ЭБС ZNANIUM.com. — URL:<https://znanium.com/catalog/product/937984>. — Текст : электронный.

Дополнительная литература

3. Клиентоориентированность: исследования, стратегии, технологии : монография / Л.С. Латышова, И.В. Липсиц, О.К. Ойнер [и др.]. — М.: ИНФРА-М, 2021. — 241 с. — (Научная мысль). — ЭБС ZNANIUM.com. — URL:<https://znanium.com/catalog/product/1284031>. — Текст : электронный.

4. Современная архитектура финансов в России: монографии /М.А.Эскиндаров, В.В. Маслянников, М.А. Абрамова [и др.]; Финуниверситет ; под ред. М.А. Эскиндарова, В.В. Масленникова — М.: Когито-Центр, 2020. — 487 с. — Текст : непосредственный. — То же. — ЭБ Финуниверситета. — URL: http://www.fa.ru/science/Documents/publications/_8.pdf. — Текст : электронный.

5. Стратегический маркетинг для магистров: учебник / О.Н. Жильцова [и др.]; Финуниверситет ; под ред. О.Н. Жильцовой. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2016. – 316 с. – Текст: непосредственный. – То же. – 2019. – ЭБС ZNANIUM.com. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1016616>. – Текст: электронный.

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для проведения НИС

1. База данных Bloomberg Professional.
2. Официальные сайты «КонсультантПлюс» и системы «Гарант» – <http://www.consultant.ru> ; <http://www.garant.ru>.
3. Официальный сайт Гильдии Маркетологов – <http://www.marketologi.ru>.
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики (Росстата) www.gks.ru.
5. Официальный сайт АКАР – <http://www.akarussia.ru>.
6. Сайт энциклопедии маркетинга – <http://www.marketing.spb.ru>.
7. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru>.
8. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru>.
9. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>.
10. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>.
11. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://www.biblio-online.ru>.

7. Отчетность студентов по НИС

Отчетность студентов по НИС включает:

- посещение научного семинара;

- подготовка и утверждение индивидуального плана работы магистранта;
- выбор темы ВКР из примерного списка департамента;
- подготовка задания на выполнение ВКР;
- утверждение темы ВКР (магистерской);
- план ВКР, согласованный с научным руководителем;
- подготовка и выступление с презентациями по актуальным научно-практическим проблемам финансового маркетинга;
- подготовка и выступление с презентациями по темам научных исследований;
- подготовка к опубликованию научных статей и их продвижение в научных изданиях;
- участие в научных и научно-практических конференциях и др.

Организационная схема научно-исследовательского семинара, отчетность и аттестация студентов

Период обучения	Примерный перечень видов научно-исследовательского семинара в рамках научно-исследовательского семинара		Форма аттестации	
	Подготовка магистерской диссертации	Выполнение учебно-тематического плана НИС	Отчетная документация для аттестации	Вид контроля
Первый год обучения				
1, 2 модули	Сбор материала для обоснования темы ВКР и определения ее логики.	Посещение семинара. Научные дискуссии.	• Регистрация в БИК. • Регистрация в РИНЦ. • Формирование индивидуального плана работы (ИПР) на портале. • Подготовка мини-реферата по теме ВКР и согласование его с научным руководителем.	Промежуточный/Зачет
3 и 4 модули	Литературный обзор по теме ВКР. Определение	Посещение семинара. Научные	• Мастер-класс. • Подготовка презентаций по	Промежуточный/Зачет

	авторской позиции по ключевым понятиям ВКР. Подготовка научных статей и докладов по теме ВКР. Разработка и согласование с научным руководителем плана ВКР.	дискуссии. Научные конференции. Работа с редакциями научных изданий.	актуальным проблемам в предметной области. • Участие в дискуссии. • Участие в конкурсах. • Участие в конференциях (сертификат). • Формирование портфолио за 1-й год обучения.	
Второй год обучения				
5 и 6 модули	Выполнение теоретической части ВКР. Сбор эмпирических данных для аналитической части ВКР. Подготовка научных статей и докладов по результатам проведенного теоретического и эмпирического исследования.	Посещение семинара. Научные дискуссии. Научные конференции. Опубликование статей/докладов.	• Подготовка презентаций по актуальным проблемам в предметной области. • Участие в дискуссии. • Участие в конкурсах. • Участие в конференциях (сертификат). • Публикация статей/докладов.	Промежуточный/-Зачет
8 и 9 модуль	Работа над методической/рекомендательной частью ВКР. Завершение работы над ВКР. Представление ВКР и ее предварительная защита.	Посещение семинара. Научные дискуссии. Научные конференции. Опубликование статей/докладов.	• Представление ВКР. • Подготовка презентаций по теме ВКР. • Публикация статей/докладов. • Формирование портфолио за весь период обучения.	Промежуточный/-Зачет