

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Воронежский государственный технический университет»

Кафедра экономической безопасности

НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В МЕНЕДЖМЕНТЕ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

к изучению дисциплины, проведению практических занятий
и выполнению курсового проекта и самостоятельной работы
по дисциплине «Методы научных исследований в менеджменте»
для студентов направления 38.04.02 «Менеджмент»
(программы магистерской подготовки «Экономика и управление
на предприятиях», «Управление проектами», «Управление бизнесом
в цифровой экономике») всех форм обучения



Воронеж 2021

УДК 001.895:005(07)
ББК 65.291.551-21я7

Составитель: И. В. Логунова

Научные исследования в менеджменте: методические указания к изучению дисциплины, проведению практических занятий и выполнению курсового проекта и самостоятельной работы по дисциплине «Методы научных исследований в менеджменте» для студентов направления 38.04.02 «Менеджмент» (программы магистерской подготовки «Экономика и управление на предприятиях», «Управление проектами», «Управление бизнесом в цифровой экономике») всех форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет»; сост.: И. В. Логунова. Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2021. 39 с.

Методические рекомендации включают цели и задачи, компетенции, формируемые обучающимися в процессе изучения дисциплины, приведены основные темы дисциплины, перечень практических занятий, требования к выполнению курсового проекта и самостоятельной работы.

Предназначены для изучения дисциплины «Методы научных исследований в менеджменте» студентам 1 курса направления 38.04.02 «Менеджмент» (программы магистерской подготовки «Экономика и управление на предприятиях», «Управление проектами», «Управление бизнесом в цифровой экономике») всех форм обучения.

Методические указания подготовлены в электронном виде и содержатся в файле МУ_НИвМ_2021.pdf

Ил. 6. Табл. 6. Библиогр.: 7 назв.

УДК 001.895:005(07)
ББК 65.291.551-21я7

Рецензент – И. В. Каблашова, д-р экон. наук, проф.
кафедры экономической безопасности ВГТУ

*Издается по решению редакционно-издательского совета
Воронежского государственного технического университета*

ВВЕДЕНИЕ

Цель дисциплины «Методы научных исследований в менеджменте» - формирование знаний, умений и навыков использования современных методов научных исследований в области теории и практики менеджмента и выработка научно обоснованной позиции в процессе подготовки, принятия и реализации эффективных управленческих решений.

К основным задачам дисциплины «Методы научных исследований в менеджменте» относятся:

- изучение классификации методов научных исследований в менеджменте;
- рассмотрение содержания и особенностей общенаучных и конкретно-научных (специальных) методов исследований в менеджменте;
- изучение неформальных (логических) и формальных (математических) методов исследований в менеджменте;
- приобретение знаний об особенностях и стадиях научных исследований в менеджменте;
- формирование представлений об оценке эффективности методов научных исследований в менеджменте.

В результате освоения дисциплины «Методы научных исследований в менеджменте» формируется следующая компетенция:

ОПК-5 - способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты.

Курсовой проект и задания самостоятельной работы (индивидуальные домашние задания) оформляются в соответствии с требованиями нормоконтроля ВГТУ: официальный сайт ФГБОУ ВО «ВГТУ»/главная/ университет/документы/положения – учебный процесс <http://cchgeu.ru/upload/iblock/6fd/pravila-oformleniya-vypusknoy-kvalifikatsionnoy-raboty.pdf>

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Введение. Основы методологии научных исследований в менеджменте.

Предмет, цели и задачи дисциплины. Место дисциплины в системе подготовки магистров. Понятие и классификация исследований. Характеристики и элементы исследования. Классификация методов исследований и их характеристика.

Тема 2. Методология научных исследований в менеджменте.

Понятие метода и методология научных исследований в менеджменте. Общенаучные и конкретно-научные методы исследований в менеджменте. Неформальные (логические) и формальные (математические) методы исследований в менеджменте. Методы исследований системы управления в менеджменте.

Тема 3. Подходы к классификации методов научных исследований в менеджменте.

Общенаучные и конкретно-научные (специальные) методы исследований в менеджменте. Эмпирические методы исследований в менеджменте. Эмпирико-теоретические методы исследований в менеджменте. Теоретические методы исследований в менеджменте. Методы сбора, обработки и анализа информации в менеджменте. Методы плановых расчетов и обоснований в менеджменте. Методы прогнозирования и верификации в менеджменте.

Тема 4. Формальные и неформальные методы научных исследований в менеджменте.

Неформальные (логические) методы исследований в менеджменте. Формальные (математические) методы исследований в менеджменте: классические методы экономического анализа; традиционные методы экономической статистики; математико-статистические методы изучения связей (стохастическое моделирование); методы финансовых вычислений; методы теории принятия решений

Тема 5. Методы исследования систем управления в менеджменте.

Методы исследований систем управления в менеджменте. Методы исследований систем управления в менеджменте: теоретические, логико-интуитивные, эмпирические, комплексно-комбинированные. Общие методы исследований систем управления. Стадии исследований проблем экономической безопасности. Подготовительная стадия: изучение состояния объекта исследования и разработка и формулирование гипотезы исследования; разработка программы исследования, план исследования по теме, методики исследования и рабочего плана. Стадия исследования: создание информации и ее преобразование. Стадия внедрения.

Тема 6. Эффективность методов научных исследований в менеджменте.

Оценка эффективности методов исследований в менеджменте. Методы определения годового, интегрального и среднегодового экономического эффекта при исследованиях в менеджменте. Методы определения общей и частной эффективности функционирования системы в менеджменте и факторов, воздействующих на нее. Методы определения экономического эффекта от изменения системы. Методы оценки эффективности системы управления.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Практическое занятие № 1

Тематическая дискуссия. Роль дисциплины «Методы исследований в менеджменте» в подготовке магистров

Цель — получение общих представлений о роли и места дисциплины в структуре процесса обучения и написании магистерской диссертации.

Основные вопросы для обсуждения:

- особенности обучения в магистратуре;
- магистерская диссертация: структура и особенности написания;
- выбор темы диссертации;
- особенности работы с научным руководителем;
- методы, используемые в процессе написания магистерской диссертации и проведения исследований;
- индивидуальный план работы магистранта;
- научная работа магистранта;
- научные публикации магистранта;
- работа с текстом диссертации;
- научный стиль; фразы и клише научного стиля.

Практическое занятие № 2

Проблемный семинар. Изучение терминологии и понятийного аппарата методологии исследований в менеджменте

Цель — получение знаний и практических навыков в области терминологии и понятийного аппарата методологии исследований в менеджменте.

Задание: на примере конкретных научных исследований составить их характеристику и выделить основные элементы.

В качестве примеров научных исследований могут выступать:

- магистерские диссертации кафедры;
- авторефераты кандидатских диссертаций;
- теоретические и прикладные исследования, результаты которых представлены в статьях;

– монографии и др.

Основными характеристиками исследования являются: актуальность темы, предмет и объект исследования, методология исследования, методы исследования, гипотеза, результаты исследования.

Обучающиеся могут работать самостоятельно и/или в рабочих группах по 2-3 человека.

Результаты обсуждаются в аудитории с целью усвоения и закрепления материала.

Практическое занятие № 3

Тематическая дискуссия. Применение метода дерева целей в научной и практической работе

Цель — изучение особенностей метода дерева целей в научной и практической работе.

Методические рекомендации по формулировке целей предприятия

Формулировка целей, на первый взгляд, кажется довольно простым делом, однако на практике, как правило, возникает ряд проблем. Причиной возникновения таких проблем могут быть отсутствие времени, недостаточное внимание целям на предприятии, отсутствие эффективной практики формулирования целей на предприятии.

В связи с этим при формулировке целей необходимо принимать во внимание следующие рекомендации:

1. Удачно составленное заявление о целях содержит 4 элемента:
 - глагол действия или достижения;
 - единственный и поддающийся измерению результат;
 - дату завершения;
 - издержки в виде усилий, ресурсов, денег или сочетания этих факторов.
2. Заявление о целях должно быть кратким.
3. Необходимо отметить в формулировке целей «что» и когда», а не «как» и «почему».
4. Заявление о целях должно быть реальным и побуждать индивида мобилизовать свои умения.
5. Заявление о целях должно быть содержательным и отражать важную первоочередную задачу.
6. Заявление о целях должно быть приемлемо для исполнителей с тем, чтобы они приложили максимум усилий по ее достижению.

Модель заявления о целях:

обеспечить (глагол действия или достижения) (единственный результат к дате – она должна быть реальной) путем (усилие, используемые ресурсы, затраты).

Например, снизить издержки производства единицы зубной пасты «Мятная» не менее, чем на 3% к 1 июня 2023 г. путем затрат на переналадку оборудования на сумму свыше 45 тыс. долл. США.

Дерево целей является примером использования комплексного подхода, системного подхода к определению состава и взаимосвязей целей в организации. **Дерево целей** позволяет описать упорядоченную иерархию целей и задач, полученную в результате декомпозиции главной цели предприятия (рис. 1).

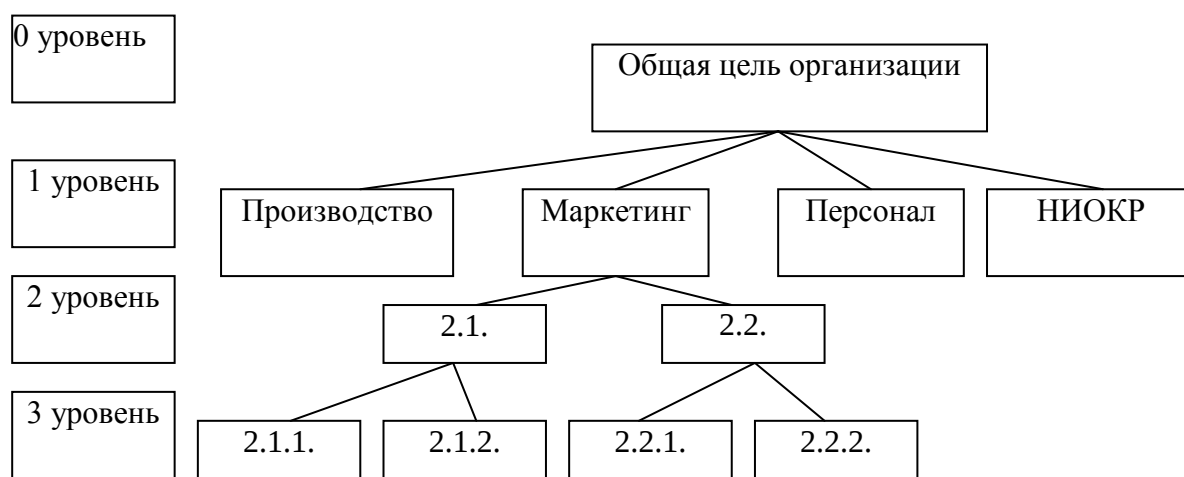


Рис. 1. Общая схема «Дерево целей» предприятия

*Методические рекомендации по построению
«Дерева целей» предприятия*

1. Ясность и четкость формулировки каждой цели (однозначность).
2. Цели каждого уровня должны быть сопоставимы по своему масштабу и значению.
3. Формулировка целей должна обеспечивать количественную оценку.
4. Полнота декомпозиции: каждая цель верхнего уровня должна быть представлена в виде подцелей нижнего уровня.
5. Цель вышестоящего уровня не является простой суммой целей нижнего уровня.
6. Цель нижнего уровня определяется вышестоящим уровнем и является средством для достижения вышестоящих целей.
7. При переходе к низшим уровням цели конкретизируются.
8. Дерево целей – это единая, но детализированная цель.

Задания и ситуации для анализа на практическом занятии

Задание 1. Необходимо изучить приведенные ниже варианты целей и определить степень их соответствия предъявляемым требованиям. В случае несоответствия предъявляемым требованиям необходимо разработать новую формулировку цели. Задание может выполняться в творческих группах.

1. Помочь заработать деньги на оплату своей учебы;
2. Найти, по меньшей мере, 10 новых друзей (знакомых),
3. Уделять учебе не менее трех часов в день, семь дней в неделю, начиная с понедельника и до конца семестра,
4. В течение следующего года больше времени посвятить чтению журналов по менеджменту и бизнесу;
5. Найти работу;
6. Быть в хорошей физической форме;
7. Прочитать новую книгу,
8. Успешно сдать сессию,
9. Хорошо отдохнуть (летом, в выходные),
10. Сдать курсовую работу по «Менеджменту предприятия».
11. Выучить испанский язык.

Задание 2. Необходимо построить дерево целей для своей учебной группы (отдела, в котором работает обучающийся; написания и защиты магистерской диссертации).

Задание 3. Определить, какие из перечисленных ниже целей являются стратегическими или финансовыми, долгосрочными или краткосрочными:

1. Увеличить долю фирмы на рынке с 5 до 10%;
2. Обеспечить рост доходов на 5 %;
3. Обеспечить повышение качества продукции;
4. Добиться ежегодного увеличения объема продаж с 1 до 2 млрд. руб. в год;
5. Раз в полтора-два года выходить на новый рынок;
6. Достигнуть 20-% уровня доходов по акциям;
7. Добиться повышения цены акций;
8. Повысить репутацию фирмы среди клиентов;
9. Повысить конкурентоспособность фирмы;
10. Добиться 100%-ного уровня удовлетворения запросов клиентов;
11. Расширить номенклатуру продукции;
12. Выделить 25-30% чистого дохода на выплату дивидендов;
13. Снизить издержки по сравнению с конкурентами;
14. Добиться лидерства в области технологий и инноваций;
15. 30% общего объема продаж должно приходиться на товары, запущенные в производство за последние 5 лет;
16. Ликвидировать те направления деятельности, которые не приносят дохода и не вписываются в стратегию компании;

17. Увеличить прибыль на вложенный капитал.
18. Добиться увеличения притока денежных средств;
19. Обеспечить стабильный доход в период экономического спада;
20. Совершать селективные приобретения других фирм, которые могли бы дополнить деятельность фирмы.

Практическое занятие № 4 **Системный и ситуационный подходы в менеджменте**

Цель занятия: приобретение знаний об общих положениях системного и ситуационного подходов в менеджменте, приобретение навыков описания и декомпозиции системы.

Для подготовки к практическому занятию НЕОБХОДИМО проработать теоретические положения темы.

Теоретические положения

Любая система независимо от предназначения состоит из разного рода составных частей. При этом каждая такая часть, входящая в систему, называется **подсистемой** – совокупность элементов, объединенных общим процессом функционирования для достижения определенных целей подсистемы.

Подсистема, в свою очередь, может также состоять из элементов – субподсистем. Деление на подсистемы и субподсистемы и т.д. – существенное условие построения, моделирования и исследования сложных систем.

В зависимости от глубины членения системы на составные части последней базовой ячейкой системы является **относительно неделимый** (не поддающийся дальнейшему разбиению) **элемент** (структурная единица системы). Например, элементами производственной подсистемы предприятия может быть выпускаемая продукция, производственные рабочие, сырье, оборудование и т.д.

Каждый элемент обладает определенными свойствами, однако это не означает, что система в целом есть просто сумма свойств ее отдельных элементов. Это нечто большее. За счет взаимодействия и реализации взаимосвязей элементов система в ходе функционирования приобретает дополнительные энергетические свойства.

Принципиальная схема декомпозиции системы приведена на рис. 2.

Таким образом, **система** – это совокупность целостных упорядоченных взаимосвязанных элементов и подсистем, взаимодействующих между собой и участвующих в том или ином виде в процессе функционирования по обеспечению своего предназначения и достижению какой-либо цели.

Вход и выход системы

❖ **Вход** – те компоненты, которые подаются из вне (информация, оборудование, финансовые средства, трудовые ресурсы и др.), необходимые для того, чтобы система работала.

❖ Выход - результаты работы системы: готовая продукция, информация о том, каковы параметры продукции и т.д.

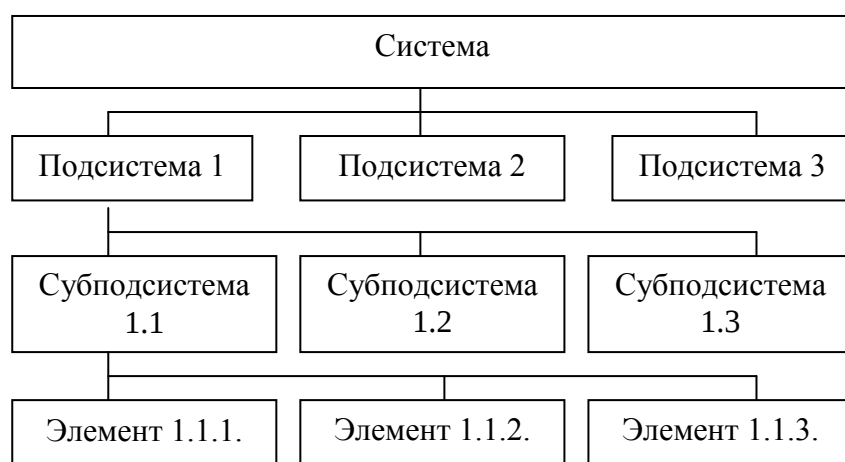


Рис. 2. Принципиальная схема декомпозиции системы

Внешняя среда системы

- Внешняя среда – это набор заключенных внутри конкретных пределов объектов, которые влияют на действие системы;
- Внешняя среда – это совокупность любых объектов, изменения которых влияют на систему, чьи свойства меняются в результате поведения системы.

Для характеристики системы и ее поведения можно выделить 3 группы переменных (рис. 3).

2 типа входных величин системы

1. Управляющее воздействие (x) – это такие величины, значением которых можно распоряжаться при управлении системой и можно их изменить с целью осуществления движения в желательном направлении;

2. Возмущающее воздействие (M) – это величины, которые нельзя изменить, их нужно учитывать при выработке управленческих воздействий.

Характеристики системы:

– воздействие системы на окружающую среду характеризуется значением ее выходных величин (y). Совокупность y позволяет субъекту управления обеспечить соответствие результатов целям управления;

– результаты работы системы зависят и от возмущений, возникающих в самой системе. Внутреннее состояние системы можно охарактеризовать совокупностью значений m , которые определяют ее поведение.

Таким образом, общими характеристиками системы являются:

- входные переменные или входные воздействия (x , M) – сигналы, генерируемые во внешней среде и влияющие на поведение системы;
- выходные параметры или переменные (y), характеризующие реакцию системы и позволяющие описать некоторые стороны поведения системы;

- переменные состояния системы (m), характеризующие динамическое поведение системы (внутренние возмущения).

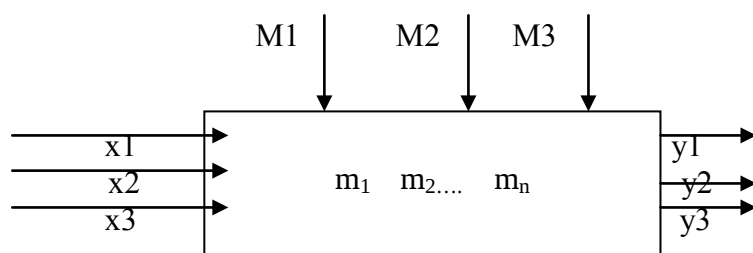


Рис. 3. Переменные и характеристики системы: M – возмущающие воздействия; x – входы системы; y – выходы системы; m – внутренние возмущения.

Задание 1. Студенты должны выбрать определенный объект и представить его в качестве системы в соответствии с приведенными ниже теоретическими положениями. Задание можно выполнять индивидуально или в рабочих группах (2-3 человека).

Задание 2. Студенты выбирают систему (возможно продолжение работы с системой из задания 1) и представляют ее характеристики согласно теоретическим положениям, приведенным ниже. Задание можно выполнять индивидуально или в рабочих группах. (3-5 человек).

Задание 3. Анализ конкретной ситуации.

Методические положения по анализу конкретной ситуации

В процессе анализа деловой ситуации каждый студент ищет свои ответы на заданные вопросы. Каждое предлагаемое решение может иметь различную оценку. Рассмотрение конкретной ситуации не предусматривает правильного или неправильного решения, а отражает точку зрения студента. Главное в данном случае – умение аргументировать свою точку зрения.

В процессе анализа конкретной ситуации необходимо придерживаться следующей структуры:

1. Формулировка проблемы: необходимо четко сформулировать проблему в сложившейся ситуации,
2. Характеристика главных героев,
3. Альтернативные варианты решения: необходимо разработать как можно больше альтернативных решений (минимум три альтернативных решения), при этом указать плюсы и минусы каждого из них, тогда вероятность выбора правильного решения будет максимальной. Большое количество положительных и отрицательных факторов, характеризующих каждый вариант альтернативы, также способствуют эффективности выбора соответствующего решения.

4. Рекомендации или план действий должны содержать основное направление выхода из сложившейся ситуации, которое должно быть аргументировано.

Ситуация «Выгодный заказчик»

В Воронеже на малое полиграфическое предприятие «Альфа» почти одновременно пришли на работу два менеджера – Алексей и Роман. Сначала они работали с постоянными клиентами, просто принимая у них заказы, но по прошествии года в Москве состоялась выставка полиграфических предприятий и технологий. Представителем «Альфы» на этой выставке был Алексей, показавший заинтересованным лицам все преимущества фирмы. Он привез в Воронеж крупный заказ на печать каталогов одной косметической фирмы. Через два дня приехал заказчик и обговорил с Алексеем все нюансы относительно будущего тиража (все технологические, оформительские и ценовые аспекты). Директор «Альфы» Николай Петрович был очень доволен выгодным заказом и пообещал Алексею процент с прибыли от данного контракта. Каталог запустили в тираж, заказчик был удовлетворен качеством исполнения и хотел сотрудничать с «Альфой» и в дальнейшем. Неожиданно в Воронеже началась эпидемия гриппа. Алексей заболел и взял больничный. Когда через неделю он вернулся на работу, оказалось, что дальнейшим сотрудничеством с заказчиком из Москвы занимался Роман по приказу директора. За прошедшую неделю был сделан еще более крупный заказ на изготовление нового каталога и упаковочного материала для косметики. Процент от прибыли с этого заказа шел Роману. Директор «Альфы» находился в это время в командировке, а клиент говорил уже о следующем заказе. Алексей предложил Роману «отдать» ему клиента из Москвы, на что Роман сказал, что в дальнейшем он будет вести этот контракт. Менеджеры работали в одном помещении и отношения между ними стали накаляться, что стало мешать плодотворной работе обоих. Каждый из них хотел работать с выгодным заказчиком. Дошло до того, что ни Алексей, ни Роман не могли думать ни о чем, кроме этого. В этот напряженный момент вернулся из командировки директор...

Вопросы к ситуации

1. Формулировка проблемы.
2. Имеет ли Роман моральное право заниматься с заказчиком?
3. Альтернативные варианты решения.
4. Рекомендации (выбор и обоснование наиболее приемлемой альтернативы).

Практическое занятие № 5

Тематическая дискуссия. Библиографические и реферативные базы данных

Цель: изучение особенностей библиографических баз данных, их рейтинга, изучение понятий и классификации научных мероприятий.

Задания:

1. Определение библиографических и реферативных баз данных.
2. Наукометрические базы данных.
3. Рейтинг наукометрических баз.
4. Индекс цитирования.
5. Индекс Хирша.
6. Импакт-фактор.
7. Понятие и классификация научных мероприятий (семинар, конференция, круглый стол и др.).

По результатам работы необходимо составить отчет, представить на проверку преподавателю; результаты обсудить в аудитории.

Практическое занятие № 6

Тематическая дискуссия. Применение различных методов исследования для решения экономических проблем

Цель: изучение методики использования кривой акцентов в процессе принятия управленческого решения на стадии диагностики проблемы.

В качестве альтернативы и/или дополнения могут быть изучены методы: диаграмма Исикавы, диаграмма Парето, метод «галстук-бабочка», экспертный метод (экспертный опрос).

Общие положения

Менеджер любого уровня постоянно должен принимать решения. Когда решение основывается на простом выборе из двух альтернатив, обычно, его можно принять быстро и точно. Однако часто решение основывается на целом комплексе обстоятельств и факторов, каждый из которых имеет одно значение в одном контексте и совсем иное в другом. Необходимо различать большое и малое, важное и неважное, первое и последнее, т.е. уметь акцентировать своё внимание на наиболее существенных вопросах. Широко известным, простым и доступным способом расстановки соответствующих вопросу акцентов является использование *метода построения кривой акцентов*. Этот метод представляет собой процесс определения приоритетности отдельных факторов, оказывающих влияние на проблему.

Содержание и порядок выполнения работы.

1. Студенты делятся на творческие группы по 4-6 человек, знакомятся с общими теоретическими положениями и представленной ситуацией. Для каж-

дой группы формулируется конкретная проблема, связанная с принятием решения.

2. Необходимо определить масштаб проблемы. При этом минимальная величина масштаба проблемы (т.е. количество факторов, характеризующих проблему) устанавливается преподавателем. В процессе перечисления факторов следует заполнить табл. 1.

Таблица 1

Масштаб проблемы

Порядковый номер фактора	Наименование фактора

Рассматривая полученные факторы, необходимо дать общее представление о каждом из них.

3. Необходимо построить треугольник пар, в котором каждый фактор масштаба проблемы объединяется с каждым другим фактором того же масштаба. В общем виде треугольник пар показан на рис. 4. .

1	1	1	1	1	1	...	1
2	3	4	5	6	7	...	n
	2	2	2	2	2	...	2
	3	4	5	6	7	...	n
		3	3	3	3	...	3
		4	5	6	7	...	n
			4	4	4	...	4
			5	6	7	...	n
				5	5	...	5
				6	7	...	n
					6	...	6
					7	...	n
						.	
						n – 1	
						n,	

где n – количество факторов в масштабе проблемы.

Рис. 4. Треугольник пар

Проводится сопоставление пар факторов. Определяется наиболее важный фактор в каждой паре, который затем обводится кружком.

Подсчитав отмеченные факторы по горизонтали и по вертикали, записывается общая сумма повторений выделенных факторов (во вторую строку табл. 2).

Таблица 2

Таблица результатов сравнения

Порядковый номер фактора в масштабе проблемы	1	2	3	...	n
Количество выделенных факторов					

Осуществляется оценка приоритетности факторов. *Балльная шкала оценок соответствует количеству факторов в масштабе проблемы*, т.е. если в масштабе проблемы выделено, например, 10 факторов, то наивысшей оценкой (наивысшим баллом) будет 10 Фактор, номер которого наибольшее количество раз выделен в треугольнике пар, т.е. которому соответствует максимальное число во второй строке табл. 3, является наиболее приоритетным и ему присваивается наивысший балл (ставится наивысшая оценка).

Таблица 3

Классификация факторов в зависимости от степени важности

Оценка факторов	m	...	3	2	1	0
Порядковый номер фактора в масштабе проблемы						

Если в одну графу второй строки табл. 3 попали несколько факторов, значит они примерно одинаково важны по сравнению с остальными. При необходимости дальнейшего уточнения, когда, например, в одну графу попали факторы 3 и 7, надо вернуться к третьей графе треугольника пар к паре 3/7 и посмотреть какой фактор выделен. Так определится их значение по отношению друг к другу.

Осуществляется графическое изображение кривой акцентов.

Пример графического изображения кривой акцентов представлен на рис. 5.

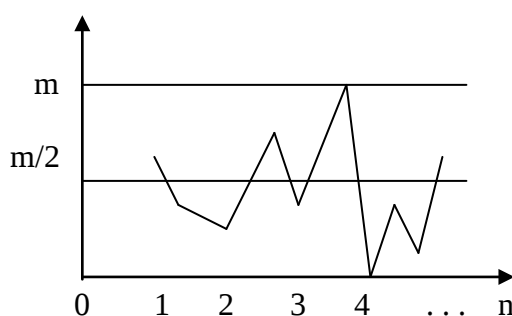


Рис. 5. Кривая акцентов: где m – наивысшая оценка в шкале балльных оценок факторов (оценка, характеризующая приоритетность фактора);
 $m/2$ – средняя оценка в шкале балльных оценок факторов;
 n – количество факторов в масштабе проблеме

В процессе принятия управленческих решений следует сделать акцент на факторах, которым соответствуют точки, расположенные выше линии среднего значения балльных оценок факторов; уделять меньшее внимание факторам, которым соответствуют точки, находящиеся ниже данной линии; не терять время на те, что попали на ось с нулевым значением балльных оценок.

Студенты должны перечислить факторы, на которые необходимо обратить особое внимание в процессе принятия управленческих решений (сделать акцент).

Содержание отчёта по лабораторной работе:

- а) цель работы;
- б) содержание проблемной ситуации;
- в) анализ проблемы по методике;
- г) выводы по проделанной работе.

Практическое занятие № 7

Построение и анализ графа проблем

Цель – изучение теоретических и прикладных основ использования графа проблем для решения задач в менеджменте.

Задание: изучив методические положения, необходимо провести анализ выявленных на предприятии проблем и связей между ними, определить корневые проблемы, построить графы проблем и сделать выводы.

Методические положения

Рекомендуемые этапы работы:

- ознакомление со списком проблем;
- попарное сравнение проблем с выявлением причинно-следственных связей;
- выявление корневых проблем, то есть проблем являющийся первопричинами других проблем;
- построение графов проблем;
- анализ полученных результатов.

Архитектура графов подразумевает выделение корневых проблем, которые размещаются внизу графа и от которых идут стрелки обострения к другим проблемам. Решение корневой проблемы означает более легкое и быстрое решение тех проблем, которые вызываются или обостряются корневыми. Выше корневых находятся узловые проблемы, обостряемые корневыми, но и сами они являются причиной других. На вершине графа указаны результирующие проблемы, решение которых окажется более достижимым после решения первых двух типов проблем.

Пример построения графов проблем приведен на рис. 6.

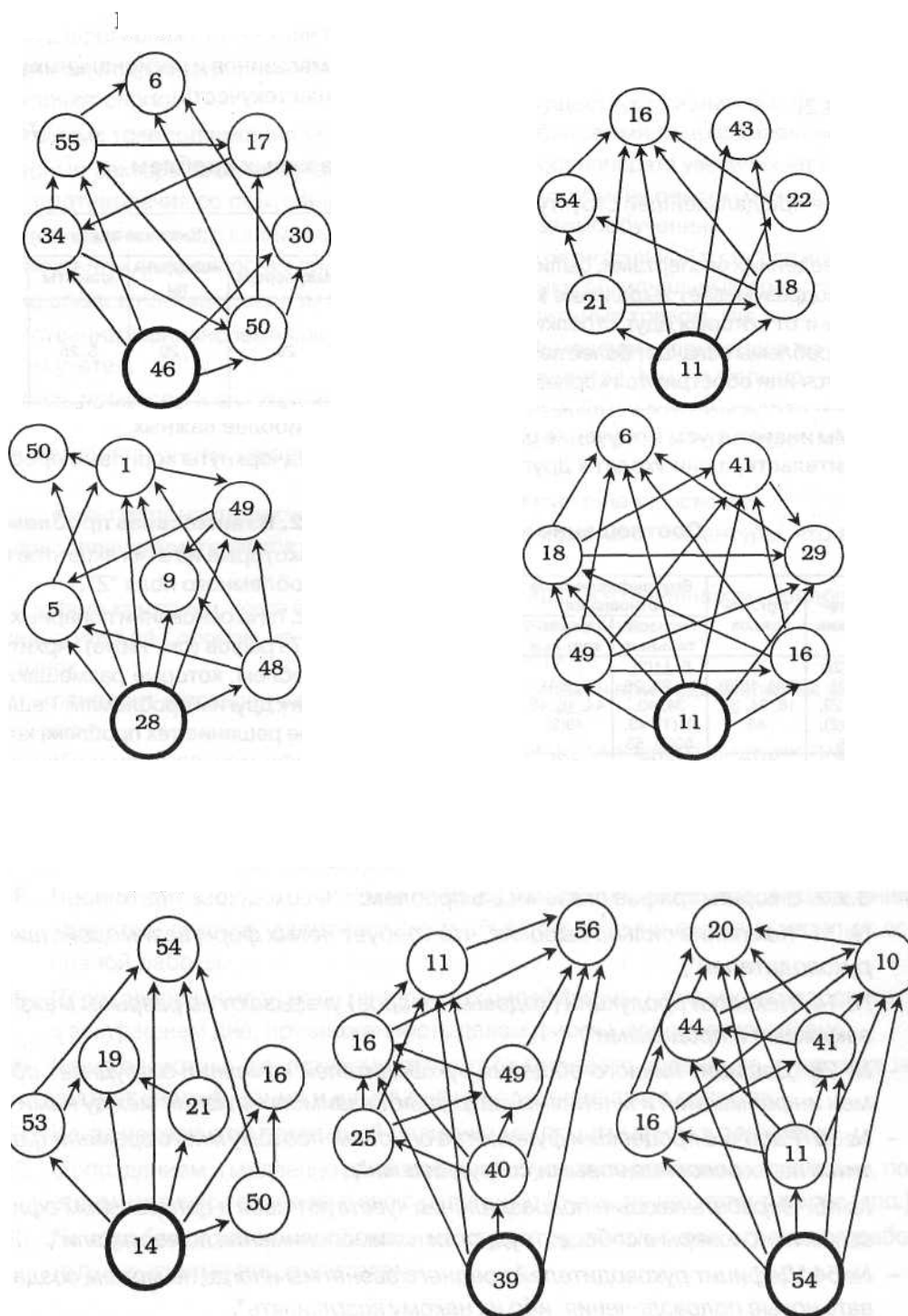


Рис. 6. Графы проблем

В корнях графов оказались 6 проблем:

- № 11 «Компания сильно выросла, что требует новых форм взаимодействия руководителей»;
- № 14 «Нехватки продукции (ходовых товаров) указывают на разрывы между закупками и продажами»;
- № 28 «Дефицит личного общения руководителей компании затрудняет

обмен информацией и мнениями, затрудняет взаимопонимание между ними»;

- № 39 «Рабочие процессы и функции не описаны, поэтому много времени тратится на их освоение новыми сотрудниками»;

- № 46 «Зарабатывающие подразделения чувствуют себя в центральном офисе как пенсионеры в собесе: трудности взаимопонимания по вертикали»;

- № 54 «Дефицит руководителей среднего звена: мы иногда не можем создавать новые подразделения, ибо их некому возглавлять».

Исходные данные

Список выявленных на предприятии проблем

1. Насыщение рынка ведет к снижению цен, а поскольку мы работаем в нижнем ценовом диапазоне, нас могут сдвинуть на себестоимость.

2. Непредсказуемые изменения в объеме ассортимента затрудняют планирование на уровне торговых секторов.

3. Нет анализа отдачи м² торговых площадей магазинов, поэтому не понятно, насколько эффективно работает магазин по этому показателю.

4. «Элита» вносит полную прозрачность в деятельность подразделений, поэтому возникает некоторое сопротивление ей.

5. Мешает дисбаланс между высокой клиентской ориентацией сбытовых подразделений и недостатком ее в центральном офисе.

6. Конкуренция между оптовыми подразделениями, с одной стороны, и региональными представительствами - с другой, ведет к потере прибыли у тех и других.

7. Ограничения на товарный кредит нередко приводят к потере клиентуры и оборота.

8. Неразделенность клиентской базы между оптовыми отделами мешает их специализации, снижает их эффективность.

9. Центральные службы слишком узко понимают свои задачи, что негативно сказывается на работе сбытовых подразделений.

10. Обостряются противоречия между валом и рентабельностью.

11. Компания сильно выросла, что требует новых форм взаимодействия руководителей.

12. Ошибки комплектовщиков на складах влияют на репутацию фирмы.

13. Претензии по контейнерам рассматриваются очень долго - уходят клиенты.

14. Нехватки продукции (ходовых товаров) указывают на разрывы между закупками и продажами.

15. На индивидуальном уровне у руководителей подчас не хватает аналитичности, информации, а ресурсы коллективных методов работы не используются.

16. Многие проблемы компании требуют автоматизации информаци-

онных потоков и операций (учетных, логистических), но сложность, неструктурированность бизнеса очень затрудняют ее.

17. Нехватка толковых специалистов - их просто нет на рынке труда.

18. Система постановки целей перед подразделениями очень несовершенна, что сказывается на эффективности их работы.

19. На насыщенном рынке большое разнообразие товара, но трудно обеспечить его наличие.

20. Угроза конкуренции с зарубежными фирмами возрастает, а целенаправленной подготовки к их приходу мы не ведем.

21. У нас хорошо работают над частными задачами, но мало работы над развитием фирмы в целом.

22. Неразвиты горизонтальные связи, слишком многое замыкается на генерального директора, отсюда потеря гибкости и динамики.

23. Есть угроза со стороны высокой динамичности малых фирм, находящихся на стадии подъема, в то время как мы достигли стабилизации и снизили динамизм.

24. Растет аппарат - растет несогласованность.

25. Слабо продуманы приоритеты в работе с клиентами, не понятно - в какую сторону разворачиваться в случае наступления конкурентов.

26. Появление дефицита и неликвидов на центральных складах не сказывается на интересах товарных секторов - нет обратной связи.

27. Нехватка оборотных средств на закупки, потому что допускаем большие товарные кредиты.

28. Дефицит личного общения руководителей компании затрудняет обмен информацией и мнениями, затрудняет взаимопонимание между ними.

29. Компания привыкла работать в условиях растущего рынка, но нет достаточной готовности к работе на насыщенном рынке.

30. Поставщики прощают нам несвоевременную оплату, мы прощаем им срывы сроков поставок.

31. "Неряшливость" в отношениях с поставщиками переносится и на наши отношения с клиентурой.

32. Оплата в регионах от прибыли препятствует развитию бизнеса.

33. Сбытовые подразделения не влияют на поставки, отчего не полностью удовлетворяют спрос.

34. Программа товародвижения устарела, а новая еще не освоена.

35. Товарные секторы слабо изучают спрос, оторваны от клиентуры, что вызывает противоречия со сбытовиками.

36. Мы доставляем товар клиентам не оперативно и в основном по предоплате, а конкуренты дают отсрочку платежей гораздо шире.

37. Из-за срывов поставок теряем 5-7% оборота.

38. Качественный финансовый контроль невозможен при недоразвитом финансовом учете.

39. Рабочие процессы и функции не описаны, поэтому много времени

тратится на их освоение новыми сотрудниками.

40. Нет совещаний, собраний руководства, коллективного делового общения, фирма живет слухами в обстановке неопределенности и догадок о планах генерального директора.

41. Существует различие интересов и действий между товарными секторами и сбытовыми подразделениями.

42. Рост аппарата увеличивает накладные расходы, а рентабельность снижается.

43. Нет обмена опытом между однородными подразделениями, теряется ресурс взаимообучения.

44. В региональной торговле иногда смещается профиль компании, когда сотрудники региональных представительств пассивно идут за спросом на непрофильные товары, где нам трудно удержать рынок.

45. Изменение нормативов на товарные кредиты приводит к потере надежных клиентов. Мы тут больше теряем, чем выигрываем.

46. Зарабатывающие подразделения чувствуют себя в центральном офисе как пенсионеры в собесе: трудности взаимопонимания по вертикали.

47. Функции экономической безопасности у нас больше понимаются как фискальные, а не как оценка системных рисков компании на динамичном рынке.

48. Происходит забюрокративание бизнеса избытком нормативов, ограничений, запретов, отчетов, запросов, что требует отвлечения времени и сил от основной работы.

49. Подразделения не знают долгосрочных целей фирмы, что снижает уверенность в завтрашнем дне, приверженность делам фирмы, корпоративный дух.

50. Наша логистика существенно отстает от мирового уровня, но у нас пока не хватает квалификации и опыта для преодоления этого разрыва.

51. Из-за неразвитой рекламной политики мы проигрываем в репутации.

52. С опозданием и медленно развиваем работу с корпоративными клиентами, поэтому частично теряем их и свою репутацию (очереди, нехватки товаров и пр.).

53. Не отработано взаимодействие между сотрудниками, все стремятся работать с высшими руководителями.

54. Дефицит руководителей среднего звена: мы иногда не можем создавать новые подразделения, ибо их некому возглавлять.

55. Не во всех региональных представительствах развито коммерческое мышление (не интересуются конкурентами, выбивают неприбыльные цены, не влияют на спрос, пассивны).

56. Мы инвестируем в обучение работников магазинов и региональных представительств, а они уходят к другим (огромная текучесть).

Практическое занятие № 8
Тематическая дискуссия. Ситуационный подход в исследовании
экономических проблем (на примере конкретной ситуации)

Ситуация. Анализ внешней и внутренней среды предприятия. Разработка стратегии предприятия.

Задания:

1. Провести SNW-анализ на основании данных по молочному заводу средних размеров, расположенному в сельской местности и недавно начавшему свою деятельность;
2. По результатам анализа (табл. 4) сделать выводы и обсудить их в группе; при проведении оценки необходимо руководствоваться следующими среднеотраслевыми показателями: SNW-анализ ($S = 100 - 69$; $N = 68 - 36$; $W = 35 - 0$); в процессе анализа рекомендуется использовать «принцип светофора»;
3. Разработать миссию и систему целей для молочного комбината;
4. Обосновать выбор стратегии развития.

Таблица 4

Данные для проведения SNW-анализа

Наименование стратегической позиции	Оценка стратегической позиции	Комментарий
1. Стратегия организации	80	Стратегия разработана, она проверяется, корректируется, но не все ее качественные параметры достигнуты
2. Продуктовая стратегия		
2.1. Бизнес № 1 - молоко	82	Быстрый рост
2.2. Бизнес № 2 – сметана	70	Замедление роста
2.3. бизнес № 3 - творог	85	Быстрый рост
2.4. Бизнес № 4 - кефир	82	Быстрый рост
2.5. Бизнес № 5 -сыворожка	65	Наблюдается сокращение
3. Организационная структура	68.	Линейно-функциональная организационная структура. Управление находится в городе – столице региона, что усложняет передачу информации и контроль
4. Общее финансовое положение	60	Предприятие недавно вышло на рынок, финансовое положение неустойчивое
4.1. Состояние текущего баланса	48	На данный момент расходы превышают доходы
4.2. Уровень бухгалтерского учета	55	В компании ведется только первичная бухгалтерия, главный бухгалтер находится в региональном центре
4.3. Структура финансов	58	Наличие кредиторской задолженности
4.4. Доступность инвестиционных ресурсов	85	Предложения об инвестировании периодически поступают, но предлагаются невыгодные условия

Продолжение табл. 4

5. Конкурентоспособность продукции в целом	80	Продукт полностью отвечает всем требованиям: высокое качество, оптимальная цена, яркая упаковка
5.1. Продукт 1 - молоко	80	Молоко высокого качества, пользуется спросом, представлено двумя видами жирности
5.2. продукт 2 - сметана	72	Реализуется по приемлемой цене, качество среднее, сметана представлена двумя видами жирности
5.3. Продукт 3 - творог	85	Продукт конкурентоспособен, кроме местного рынка поставляют еще и в региональный центр. На местном рынке привозной творог только из соседнего города
5.4. Продукт 4 - кефир	80	Кефир пользуется спросом, оптимальная цена, высокое качество
5.5. продукт 5 - сыворотка	65	На местном рынке сыворотку предлагает только местная продовольственная компания
6. Структура затрат в целом	35	Несмотря на новое оборудование, высокая доля трудозатрат в себестоимости
7. Эффективность системы распределения продукции	78	Продукция поставляется во все продуктовые магазины не только в «центре», но и на окраине села
8. Информационные технологии	90	Отделы предприятия оснащены необходимыми компьютерными программами
9. Способность к выводу продуктов на рынок	40	Низкие темпы обновления продукции в целом на данном рынке
10. Способность к лидерству первого лица и аппарата управления	79	Руководитель предприятия – формальный лидер с преобладанием авторитарных черт
11. Уровень производства в целом, в том числе	95	
11.1 Качество материальной базы	95	Построены новые специальные помещения, закуплено новое оборудование (90%)
11.2 Качество персонала	50	Специалисты имеют высшее образование, рабочие – среднеспециальное; среди рабочих наблюдается высокий уровень текучести из-за тяжелой работы
12. Уровень маркетинга	37	Отдел маркетинга находится в управлении в региональном центре. Данному рынку не уделяется должного внимания
13. Уровень менеджмента	37	Менеджмент предприятия расположено в региональном центре, что затрудняет управление
14. Качество товарного знака	15	Этикетки не соответствуют современным требованиям, на данный момент идет разработка товарного знака
15. Репутация на рынке	50	Репутация еще не сформирована
16. Репутация как работодателя	45	На предприятии постоянно образуются вакантные места для рабочих

17. Отношения предприятия с органами власти (целом), в том числе	65	
17.1 с правительством субъекта федерации	36	Действуют программы поддержки молокоперерабатывающих производителей, но предприятие в них не участвует
17.2 с органами местного самоуправления	98	Органы местного самоуправления полностью поддерживают действия предприятия, так как предприятие предоставляет рабочие места, сотрудничает с хозяйствами
17.3 с системой налогового контроля	78	Налоги платятся своевременно, проверки осуществляются по графику
18. Отношения со смежниками	90	Доверительные отношения со смежниками, что обеспечивает своевременную поставку молока в необходимых объемах
19. Степень вертикальной интегрированности	85	Предприятие самостоятельно выпускает упаковку, а также финансирует сельское хозяйство
20. Корпоративная культура	35	Корпоративная культура еще не сформирована
21. Стратегические альянсы	69	Компания договаривается с другими производителями о «ценовом потолке»

Практическое занятие № 9

Проблемный семинар. Презентация самостоятельной работы по дисциплине

Цель – получение общих представлений о проблемах применения методов исследований в менеджменте в условиях цифровой трансформации экономики.

Задание: для проведения занятия необходимо подготовить домашние задания 1-2.

Результаты выполненных заданий обсуждаются в аудитории.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОГО ПРОЕКТА

Рабочей программой дисциплины «Методология научных исследований в менеджменте» предусмотрено выполнение курсового проекта. Выполнение курсового проекта направлено на решение следующих задач:

- систематизация и закрепление полученных теоретических значений и практических умений по дисциплине;
- углубление теоретических знаний в соответствии с выбранной темой;
- развитие навыков научно-исследовательской работы (развитие умения обобщать, критически оценивать теоретические положения, вырабатывать свою точку зрения);
- формирование профессиональных навыков, умение применять теоретические знания при решении поставленных задач;
- развитие творческой инициативы и самостоятельности.

Тема курсового проекта может выбираться обучающимся самостоятельно - по последнему номеру зачетной книжки, по порядковому номеру студента в списке группы или по согласованию в группе. Темы курсового проекта в учебной группе не должны повторяться. Курсовой проект оформляется отдельным файлом и сдается на проверку руководителю. После проверки руководителем курсовой проект представляется на защиту.

Структура курсового проекта:

- титульный лист (прил. 1);
- лист задания на курсовую работу (прил. 2);
- лист замечаний на курсовую работу (прил. 3);
- содержание (прил. 4);
- введение;
- теоретическая часть (не менее двух разделов);
- практическая часть (эссе);
- проектная часть (индивидуальное задание по теме магистерской диссертации);
- заключение;
- список литературы;
- приложения (по необходимости).

Во введении указываются цель и задачи курсового проекта, обосновывается актуальность темы и ее роль в системе методов исследования в менеджменте. Введение не нумеруется как раздел.

Основная часть курсового проекта состоит из 4 разделов (глав).

Теоретическая часть курсового проекта предполагает проведение теоретического исследования проблем по выбранной теме. В теоретической части должен быть представлен критический теоретический анализ, содержащий точки зрения разных авторов и специалистов на предмет исследования. В теоретической части могут быть приведены также практические примеры использова-

ния того или иного метода исследования. Теоретическая часть должна состоять **минимум из двух разделов (глав)**, раскрывающих основное содержание темы курсового проекта. В каждой главе должно быть менее двух параграфов, которые, в свою очередь, также раскрывают содержание глав. Объем теоретической части курсового проекта - не менее 20 страниц.

Третий раздел курсового проекта (практическая часть) – эссе по выбранной теме. Эссе представляет собой краткий очерк, обоснование мнения автора относительно проблем и способов их решения в рамках темы курсового проекта. Эссе представляет собой обоснование мнения автора и точку зрения по конкретной научной проблеме (по рассмотренному теоретическому материалу курсового проекта). Эссе должно быть написано с использованием научного стиля изложения материала. Объем эссе - не менее 5 страниц.

Четвертый раздел курсового проекта представляет собой индивидуальное задание, которое выполняется магистрантом по теме диссертации и представляет собой описание (характеристику) будущей научной работы - магистерской диссертации. Индивидуальное задание должно включать:

- тему магистерской диссертации;
- обоснование актуальности темы магистерской диссертации;
- цели и задачи магистерской диссертации;
- предмет и объект исследования в магистерской диссертации;
- теоретическая и методологическая база исследования;
- основные методы исследования;
- информационную базу исследования (источники информации, но не список литературы).

Объем индивидуального задания - не менее 5 страниц.

В заключении отражаются основные выводы по результатам выполнения курсового проекта. Заключение не нумеруется как раздел.

Список литературы. Курсовой проект должен обязательно содержать ссылки на используемые источники, которых должно быть не менее 20; год издания – не ранее 2016 г. (за исключением первоисточников, например, работы Ф.У. Тейлора, Г.Форда и др.).

Темы курсового проекта

1. Понятие и классификация научных исследований в системе менеджмента.
2. Элементы системы научных исследований проблем менеджмента.
3. Выбор и формулировка темы научного исследования в менеджменте.
4. Научный руководитель в качестве ключевой фигуры научных исследований в менеджменте.
5. Творческие способности исследователя в системе менеджмента.
6. Теоретическая и методологическая основа научных исследований в менеджменте.

7. Научная новизна и практическая значимость исследований в менеджменте.
8. Программа и методика научных исследований в менеджменте.
9. Эмпирические методы научных исследований в менеджменте.
10. Место методов сбора, обработки и анализа информации в процессе исследований в менеджменте.
11. Особенности эмпирических методов научных исследований в менеджменте.
12. Сущность классических методов экономического анализа, применяемых для исследования проблем менеджмента.
13. Традиционные методы экономической статистики, применяемые для исследования проблем менеджмента.
14. Математико-статистические методы изучения проблем менеджмента.
15. Методы финансового анализа проблем системы менеджмента предприятия.
16. Логико-интуитивные методы научных исследований в менеджменте.
17. Выборочный метод в социологических исследованиях в системе менеджмента предприятия.
18. Основные методики оценки эффективности научных исследований проблем менеджмента.
19. Методы экспертных оценок, используемые для исследования проблем системы менеджмента предприятия.
20. Методы анализа экономической информации, используемые для исследования проблем менеджмента предприятия.
21. Методы прогнозирования, используемые для исследования проблем менеджмента предприятия.
22. Процесс и содержание стадий исследования проблем менеджмента предприятия.
23. Использование системного анализа при проведении исследований проблем менеджмента.
24. Системный подход к научным исследованиям проблем менеджмента предприятия.
25. Социометрические методы исследования проблем менеджмента предприятия.
26. Диагностика проблем в системе менеджмента предприятия.
27. Наблюдение как метод исследования проблем в системе менеджмента предприятия.
28. Методы графического представления результатов научных исследований системы менеджмента предприятия.
29. Особенности проведения опроса в научных исследованиях проблем в системе менеджмента предприятия.

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа предполагает выполнение индивидуальных домашних заданий. Домашние задания 1-2 оформляются отдельными файлами, представляются на проверку преподавателю в отдельных папках.

Домашнее задание 1

Домашнее задание 1 предполагает составление аннотации статьи, в которой приведена методика и/или результаты исследования системы менеджмента предприятия (организации) в целом и/или отдельных ее элементов.

Задание - составить аннотацию по опубликованной в периодической печати или представленной в Интернете работе (статье), в которой отражены **процесс и результаты исследований систем управления предприятиями**. Направление исследований может касаться любых подсистем и аспектов системы управления предприятия (табл. 5).

Таблица 5

Рекомендуемые направления исследований
в системе управления предприятия

Вид подсистемы	Наименование подсистем управления
Целевые подсистемы	Управление качеством
	Управление планом выполнения контрактов и поставок
	Управление затратами и ресурсами
	Управление развитием производства и совершенствованием управления
	Управление охраной окружающей среды
	Управление социальным развитием коллектива
Комплексные функциональные подсистемы	Производственное управление
	Техническое управление
	Финансово-экономическое управление
	Обеспечение экономической безопасности
	Управление внешнеэкономическими связями
	Управление капитальным строительством
	Управление маркетингом
	Управление персоналом
Обеспечивающие подсистемы	Управление оснащением техническими средствами
	Управление нормативным хозяйством
	Управление делопроизводством
	Управление информационным обеспечением
	Управление правовым обеспечением
	Управление хозяйственным обслуживанием
Подсистемы общего линейного управления	Высшее звено управления
	Среднее звено управления
	Низовое звено управления

Необходимо изучить публикации периодической печати специального профиля и найти статью, описывающую опыт исследования в том или ином направлении. Статья может отражать **результаты конкретного исследования** любой области деятельности предприятия. Статья может носить как теоретический, так и прикладной характер. Для изучения могут быть использованы также монографии специалистов в этой области и материалы, представленные на официальных сайтах в Интернете.

Рекомендуется, чтобы выбранная публикация для составления аннотации была связана с темой магистерской диссертации.

Аннотацию рекомендуется составлять по следующему плану:

- актуальность;
- вид;
- объект и предмет;
- гипотеза;
- поставленные цели;
- программа исследования;
- использованные методы;
- полученные научные результаты;
- научная новизна и практическая ценность;
- рекомендации автора исследования.

Давность опубликования работы, используемой для составления аннотации, составляет 1-2 года с момента получения задания.

Требования к оформлению задания 1

1. Текст аннотации должен быть оформлен в соответствии с требованиями нормоконтроля.

2. Объем работы не должен превышать 2-3 страницы текста. В тексте аннотации должны быть представлены четкие формулировки цели, объекта и предмета исследования, его научной новизны и практической ценности.

3. Для статьи необходима копия источника (ксерокопия или распечатка), по которому выполнена работа, для монографии – ссылка на источник.

Домашнее задание 2

Задание – составить характеристику метода исследования системы управления предприятием (организацией).

Задание выполняется в виде презентации с использованием Power Point. Количество слайдов 8-10, обязательно должны быть слайды с ФИО студента и названием метода (титульный лист) и списком использованной литературы (не менее 5 источников). В презентации должно быть представлено определение выбранного метода исследования, цель и область применения, возможные результаты, примеры использования. Презентацию необходимо распечатать и сдать на проверку преподавателю. **Рекомендуется, чтобы выбранный метод исследования соответствовал теме магистерской диссертации.**

При выборе метода исследования рекомендуется ориентироваться на классификацию, представленную в табл. 6.

Таблица 6

Классификация методов исследования систем управления

Теоретические	Логико-интуитивные	Эмпирические	Комплексно-комбинированные
Формализация: аналитические методы (математические, интегрального, дифференциального и вариационного исчисления, теория вероятностей, теория игр, поиск максимумов и минимумов функций, в том числе методы математического программирования, математической логики, теории множеств); статистические методы: (математической статистики, исследования операций и массового обслуживания, теории информации); графические методы (теории графов, номограмм, диаграмм, гистограмм графиков) Аксиоматизация Идеализация Восхождение от абстрактного к конкретному Моделирование (статистическое имитационное моделирование, моделирование операций по схемам случайных процессов и статистических испытаний - метод Монте-Карло и др.)	Экспертные «Мозговой» шторм (прямая «мозговая» атака, обмен мнениями, комиссия, деловая игра, конференция идей, коллективная генерация идей, творческие совещания, коллективный блокнот) Метод синектики Сценарий Дельфи Постановка проблем Доказательства Конструирование гипотез Классификация и типология Научное обсуждение и научная полемика Структуризация («дерево» целей и т.п.) Морфологический анализ Анализ проблем. Аналогий 6-5-3 Тестирование Главных компонент ССВУ-метод Матричный Органолептический Последовательная постановка	Наблюдение (активное наблюдение, моментное наблюдение, фотография рабочего дня, самообследование) Сравнение Измерение (социологическое, техническое, экономическое) Нормативный Эксперимент Мысленный эксперимент Опросы (анкетирование, интервьюирование, опросы-беседы) Изучение документации и информационных материалов	Абстрагирование Анализ и синтез Дедукция и индукция Декомпозиция и композиция Корреляционный Факторный Динамический Ретроспективный Квалиметрический Индексный ФСА Системный анализ Параметрический Аналитический Расчетный Анализ взаимного влияния (совокупность корреляционного, регрессионного, балансового, и др.) Факторный анализ Социологический анализ Прогностический анализ Диагностический анализ Детальный анализ Глобальный анализ Экономический анализ Экспертно-аналитический Гипотетико-дедуктивный Блочный Аудит-метод

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Дисциплина «Методы научных исследований в менеджменте» является важной частью образовательной программы подготовки магистра по направлению 38.04.02 «Менеджмент». Изучение дисциплины и выполнение курсового проекта и самостоятельной работы направлены на приобретение практических навыков в рамках обеспечения эффективности управления предприятиями и организациями в современных условиях с учетом особенностей функциональных областей и бизнес-процессов.

Исследование – необходимый элемент любой деятельности, но в зависимости от вида деятельности реализуется в той или иной мере.

Для современного менеджмента исследование – важная характеристика профессионализма. Современный менеджер должен приобретать и осваивать навыки исследовательской деятельности, и от выбора методов исследования будет зависеть достоверность полученных результатов.

В условиях цифровизации экономики важнейшим направлением исследования и развития систем управления должно выступать формирование научного представления о новом управленческом мышлении, которое должно быть приспособлено к условиям постоянных изменений во всех направлениях деятельности предприятия и в мире в целом, а также учитывать результаты исследований управленческой деятельности и тенденции различных областей науки.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Блинов, А.О. Методы исследований в менеджменте: учебник / А.О. Блинов, Рудакова О.С., Савельев И.И. – М.: Кнорус, 2017. – 196 с.
2. Борисенко, И.Л. Методы исследований в менеджменте: практикум и самостоятельная работа: учеб.-метод. пособие / И.Л. Борисенко, Г.Н. Чернышева, С.В. Амелин. – Воронеж: ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный технический университет», 2013. – 185 с.
3. Борисенко, И.Л. Методы исследований в менеджменте: лабораторный практикум: учеб. пособие / И.Л. Борисенко, С.В. Амелин, Е.В. Шкарупета. – Воронеж: ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный технический университет», 2013. – 218 с.
4. Короткова, Т. Методы исследований в менеджменте / Т. Короткова. – М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2012. – 384 с.
5. Кричевский, М.Л. Методы исследований в менеджменте: учебное пособие / Л.М. Кричевский. – М.: Кнорус, 2016. – 296 с.
6. Методы исследований в менеджменте под ред. И.Б. Завьяловой, А.Н. Головиной. – М.: Кнорус, 2017.
7. Солдатова, С. Э. Методы исследований в менеджменте / С. Э. Солдатова, Н. Ю. Лукьянова, Л. М. Чеглакова. – М.: Издательство МЦНИП, 285 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Бланк титульного листа на курсовой проект
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГТУ», ВГТУ)

Факультет экономики, менеджмента и информационных технологий
Кафедра экономической безопасности
Направление подготовки /специальность 38.04.02 «Менеджмент»
(код и наименование направления подготовки)

Профиль/программа/направленность «Экономика и управления на предприятиях»

КУРСОВОЙ ПРОЕКТ

(фамилия, имя, отчество студента)

по дисциплине: "Методология научных исследований в менеджменте"

на тему: «-----»

Выполнил(а) студент

_ курса, группы _____

(курс, группа, подпись)

(И.О. Фамилия студента)

(инициалы, фамилия)

Руководитель

к.э.н., доцент _____

(должность, звание, подпись)

(И.В. Логунова)

(инициалы, фамилия)

Дата сдачи « » 2021 г.

Оценка _____

Воронеж 2021

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Бланк задания на курсовой проект

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

ЗАДАНИЕ

ПО ПОДГОТОВКЕ КУРСОВОГО ПРОЕКТА
по дисциплине «Методология научных исследований в менеджменте»

Студенту _____
(фамилия, имя, отчество студента)

1. Тема курсового проекта:

«-----»

2. Срок сдачи студентом курсового проекта -----

3. Исходные данные: -----

4. Краткое содержание курсового проекта

ВВЕДЕНИЕ

1 Название главы

1.1 Название параграфа

1.2 Название параграфа

2 Название главы

2.1 Название параграфа

2.2 Название параграфа

3 Практическая часть (Эссе на тему "....")

4 Проектная часть (индивидуальное задание по теме магистерской диссертации)

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Руководитель: к.э.н., доцент _____ (И.В. Логунова)
(подпись) (инициалы, фамилия)

Дата выдачи задания 15.10.2021 г.

Задание принял к исполнению 15. 01.2021 г.

Студент 1 курса, группы вМЭУП-211 _____ (И.О. Фамилия студента)
(подпись) (инициалы, фамилия)

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Бланк листа замечаний на курсовой проект

ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Факультет экономики, менеджмента и информационных технологий

Кафедра экономической безопасности

Направление подготовки /специальность 38.04.02 «Менеджмент»
(код и наименование направления подготовки)

Профиль/программа/направленность «Экономика и управление на предприятиях»

Лист замечаний к курсовому проекту

(фамилия, имя, отчество студента)

по дисциплине: "Методология научных исследований в менеджменте"

1.

2.

3.

4.

5.

Руководитель

(подпись)

(И.В. Логунова)

(ФИО)

Дата сдачи «---» _____
2021г.

Предварительная оценка

Пример оформления содержания

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Название главы	6
1.1 Название параграфа	...
1.2 Название параграфа	
2 Название главы	
2.1 Название параграфа	
2.2 Название параграфа	
3 Практическая часть (Эссе на тему "....")	
4 Проектная часть (индивидуальное задание по теме магистерской диссертации)	
Заключение	
Список литературы	
Приложение А	

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ.....	5
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОГО ПРОЕКТА.....	24
4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ.....	27
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	30
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	31
ПРИЛОЖЕНИЕ 1.....	32
ПРИЛОЖЕНИЕ 2.....	33
ПРИЛОЖЕНИЕ 3.....	34
ПРИЛОЖЕНИЕ 4.....	35

НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В МЕНЕДЖМЕНТЕ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

к изучению дисциплины, проведению практических занятий
и выполнению курсового проекта и самостоятельной работы
по дисциплине «Методы научных исследований в менеджменте»
для обучающихся направления 38.04.02 «Менеджмент»
(программы магистерской подготовки «Экономика и управление
на предприятиях», «Управление проектами», «Управление бизнесом
в цифровой экономике») всех форм обучения

Составитель

Логунова Ирина Валериевна

Издается в авторской редакции

Подписано к изданию 10.12.2021.

Уч.-изд. л. 2,3.

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет»
394026 Воронеж, Московский просп., 14