

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное**  
**учреждение высшего образования**  
**«Сыктывкарский государственный университет имени Питирима Сорокина»**  
**Институт Менеджмента и предпринимательства**  
**Кафедра менеджмента и маркетинга**

**УТВЕРЖДАЮ:**  
Директор института  
Л.И.Бушуева



«23» 05 2018г.

**ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ)**  
**ПРАКТИКИ**

**Направление подготовки:**  
**38.04.02 «МЕНЕДЖМЕНТ»**

**Направленность (профиль) программы:**  
**«МАРКЕТИНГ»**

**Квалификация (степень) выпускника:**  
**МАГИСТР**

**Форма обучения:**  
**ОЧНАЯ/ОЧНО-ЗАОЧНАЯ/ЗАОЧНАЯ**

**Сыктывкар 2018**

### Лист согласования и утверждения рабочей программы

Программа составлена и утверждена на основании ФГОС ВО с учетом рекомендаций и задачами ОПОП ВО и учебного плана направления 38.04.02 -«Менеджмент» (направленность (профиль) программы «Маркетинг»).

Составитель: д.э.н., профессор  Ю.Ф. Попова

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга.

Протокол заседания № 9 от «28» мая 2018 г.

Заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга:

д.э.н., профессор  Ю.Ф. Попова

Программа одобрена на заседании Учёного Совета института «Менеджмента и предпринимательства»

от «23» мая 2018 года, протокол №10

Председатель  д.э.н., профессор Л.И. Бушуева

### **Содержание программы практики**

1. Вид практики, способ и форма проведения преддипломной практики;
2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении преддипломной практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы;
3. Место практики в структуре образовательной программы;
4. Объем преддипломной практики и ее продолжительности (объем в зачетных единицах в неделях либо в академических или астрономических часах);
5. Содержание преддипломной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков;
6. Формы отчетности преддипломной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков;
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной практике;
8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети "Интернет", необходимых для проведения преддипломной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков;
9. Перечень информационных технологий, используемых при проведении преддипломной практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем;
10. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения преддипломной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков.

## Содержание программы практики

Преддипломная практика является составной частью основной образовательной программы направления 38.04.02 «Менеджмент» магистерской программы «Маркетинг» и имеет большое значение для выполнения выпускной квалификационной работы.

Настоящая программа преддипломной практики магистрантов, обучающихся по направлению 38.04.02 «Менеджмент» магистерской программы «Маркетинг» разработана в соответствии с требованиями, изложенными в следующих законодательных документах:

- Федеральный государственный образовательный стандарт (ФГОС) по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» высшего образования (ВО) (магистратура), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «30» марта 2015г. № 322 ;

- учебный план по направлению 38.04.02 – Менеджмент магистерская программа «Маркетинг».

### **1. Вид (тип) практики, способ и форма проведения преддипломной практики.**

*Вид практики* – производственная.

*Тип практики:* преддипломная.

*Способы проведения преддипломной практики:* стационарная, выездная.

Преддипломная практика проводится концентрированно в течение десяти недель на втором курсе в четвертом семестре (для очной формы обучения) на третьем курсе в пятом семестре (для очно-заочной и заочной формы обучения).

Обучающиеся направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» направленность (профиль) программы «Маркетинг» проходят практику на предприятиях и в организациях г. Сыктывкара и Республики Коми, среди них: ОАО «Сбербанк», ОАО «Комитекс», ПАО «Ростелеком», АО «Монди СЛПК», ПАО «ВТБ24», АМО ГО «Сыктывкар» и др.

Руководство преддипломной практикой возлагается на научного руководителя магистранта. Назначение руководителя и распределение студентов по объектам практики оформляется приказом ректора университета. Каждый студент перед выходом на практику получает направление на практику и дневник по практике. Содержание практики с учетом индивидуального задания должно быть запланировано в дневнике по практике студентом по согласованию с руководителем.

Перед выходом на практику кафедра проводит собрание со студентами-практикантами для разъяснения задач, содержания программы и порядка прохождения практики. К моменту собрания программа практики должна быть утверждена заведующим кафедрой.

Руководители от кафедры определяют индивидуальные задания магистрам с учетом тем их будущих научных исследований. На предприятии и в организации, где магистры проходят практику, выделяется руководитель из числа ведущих специалистов маркетинговых служб или, в крайнем случае, других подразделений.

Руководители проверяют и подписывают отчёты по практике, составляют письменные характеристики на студентов, информируют кафедру отдел о ходе прохождения студентами практики.

## **2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении производственной (преддипломной) практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.**

Преддипломная практика является заключительным этапом учебного процесса и проводится для выполнения выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

Практика дает возможность для проведения самооценки знаний и способностей и позволяет фокусировать внимание студента на проблемах, имеющихся на предприятии в области маркетингового управления. На практике у магистров формируется умение проведения отраслевого анализа, анализа потребителей, оценки бизнеса, выявления практических проблем, стоящих перед компаниями и организациями, а также появляется возможность использования теоретических знаний в практической работе.

### ***Цель преддипломной практики***

Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы и является обязательной.

Студенты приобретают необходимые практические умения и навыки профессиональной деятельности в осуществлении научно-исследовательской, организационно-управленческой и аналитической деятельности в органах государственного и муниципального управления, различных службах аппарата управления на предприятиях и в организациях любой организационно-правовой формы

собственности в промышленности, строительстве, бытовом обслуживании населения, торговле, а также в образовательных и исследовательских организациях. Преддипломная практика является заключительной частью подготовки студентов направления «Менеджмент» (профиль «Маркетинг»).

Практика дает возможность для закрепления знаний, способностей и умений, позволяет фокусировать внимание студента на проблемах в области управления, имеющихся на предприятиях и в организациях РК. На практике формируется умение проведения анализа реальной действительности предприятий и организаций, выявления проблем конкретного характера, а также появляется возможность использования теоретических знаний в практической работе.

***Основные задачи преддипломной практики:***

- закрепление и применение теоретических знаний, получение навыков практической работы в сфере маркетингового управления;
- изучение порядка организации управления предприятием, особенностей работы функциональных служб компании и функциональных обязанностей маркетолога на предприятии;
- овладение методами и приемами анализа, поиска источников информации, рассмотрения путей и каналов связей передаваемой информации, осуществления сбора данных для проведения анализа внешней и внутренней среды организации, а также процесса управления;
- проведение исследования по теме, согласованной с руководителем практики от предприятия и руководителем практики от кафедры;
- изучение организации управления маркетингом и сбытом на предприятии, а также получение навыков по разработке маркетинговой стратегии и оперативного управления маркетинговыми мероприятиями;
- получение навыков обобщения результатов анализа, оценки мероприятий по совершенствованию организации маркетингового управления;
- сбор и обработка аналитического материала для написания выпускной квалификационной работы.

Данные задачи преддипломной практики, соотносятся со следующими видами профессиональной деятельности:

- научно-исследовательская;
- организационно-управленческая;
- аналитическая.

**Организационно-управленческая деятельность:**

- разработка стратегий развития организаций и их отдельных подразделений;
- руководство подразделениями предприятий и организаций разных форм собственности, органов государственной и муниципальной власти;
- организация творческих коллективов (команд) для решения организационно-управленческих задач и руководство ими.

**Аналитическая деятельность:**

- поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений;
- анализ существующих форм организации и процессов управления, разработка и обоснование предложений по их совершенствованию;
- проведение оценки эффективности проектов с учетом фактора неопределенности.

**Научно-исследовательская деятельность:**

- организация проведения научных исследований: определение заданий для групп и отдельных исполнителей, выбор инструментария исследований, анализ их результатов, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, подготовка обзоров и отчетов по теме исследования;
- разработка моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов;
- выявление и формулирование актуальных научных проблем;
- подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций.

***Компетенции, формируемые в результате прохождения преддипломной практики***

В результате прохождения преддипломной практики у обучающегося формируются компетенции и по итогам практики обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты:

***Паспорт компетенций***

<i>общекультурные компетенции</i>	
готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	ОК-3
<i>общепрофессиональные компетенции</i>	
способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	ОПК-3
<i>профессиональные компетенции</i>	
организационно-управленческая деятельность:	
способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	ПК-1

аналитическая деятельность:	
способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	ПК-4
научно-исследовательская деятельность:	
способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	ПК-7
способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	ПК-8
способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	ПК-9

### ***Перечень планируемых результатов***

В результате прохождения практики магистрант должен

#### **Знать:**

- основные понятия, методы и инструменты количественного и качественного анализа процессов управления;
- основные элементы процесса стратегического управления и альтернативы стратегий развития;
- основные информационные технологии управления бизнес-процессами

#### **Уметь:**

- формулировать, обосновывать актуальность и практическую значимость исследуемой проблемы
- планировать и организовывать практические исследования;
- проводить количественные и качественные исследования, использовать современные методы сбора, анализа и обработки научной информации;
- в соответствии с поставленной исследовательской задачей осуществлять поиск необходимой информации из различных источников, а также ее обработку;
- проводить анализ и разработку стратегии организации на основе современных методов и передовых достижений.

#### **Владеть:**

- навыками самостоятельной научной и исследовательской работы;
- навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений;
- современными инструментальными средствами, позволяющими реализовывать разработанные аналитические решения;



– навыками разработки аналитических решений в области маркетингового управления.

### **3. Место производственной (преддипломной) практики в структуре образовательной программы.**

Преддипломная практика входит в раздел «Б.2. Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)» по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (магистратура), который в полном объеме относится к вариативной части программы.

В соответствии с учебным планом магистерской подготовки продолжительность практики – 10 недель. Это соответствуют 15 з.е.

Практика проводится после прослушивания основных курсов теоретического обучения в сроки, определяемые учебным планом.

Требования к входным знаниям, умениям и готовности студентов, приобретенных в результате освоения предшествующих частей ОПОП:

*студент должен знать* теоретические основы и закономерности функционирования компании; порядок организации маркетинговой деятельности на предприятии (в организации), функциональные обязанности руководителя и менеджеров;

*быть готовым* к использованию основных и специальных методов экономического анализа информации в сфере профессиональной деятельности; проведению маркетинговых исследований; использованию теоретических знаний, полученных при изучении базовых управленческих дисциплин и спецкурсов по специализации.

*владеть навыками:* самостоятельного овладения новыми знаниями, используя современные технологии; проведения анализа систем управления и выявления позитивных и негативных моментов, возможности совершенствования; выработки управленческих решений при разработке той или иной проблемы совершенствования управления маркетингом; оценки ожидаемых результатов при реализации мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.

Места прохождения преддипломной практики могут быть предложены кафедрой или выбраны магистрами самостоятельно по согласованию с кафедрой. Преддипломная практика, как правило, проводится в управленческом звене предприятий и организаций различных отраслей хозяйствования РФ, а также возможна в структурных подразделениях университета и научных лабораториях вуза обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

#### 4. Объем производственной (преддипломной) практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях либо в академических или астрономических часах

Продолжительность преддипломной практики составляет 10 недель (540 часов), что соответствует трудоемкости 15 з.е.

Форма обучения	Курс	Сроки
Очно-заочная/заочная	3	5 семестр
Очная	2	4 семестр

#### 5. Структура и содержание производственной (преддипломной) практики

*Преддипломная практика содержит ряд ключевых этапов.*

**1 этап - Подготовительный (ознакомительный) этап.** Он предусматривает определение цели, места и порядка прохождения практики, формирование индивидуального задания на практику, определение перечня и последовательности работ для реализации индивидуального задания (формирование плана исследования). Он включает инструктаж по технике безопасности.

Таким образом, на первом этапе осуществляются следующие **виды деятельности**:

- Получение допуска к прохождению практики;
- Участие в установочной конференции;
- Получение задания (в т.ч. индивидуального) в соответствии с программой практики;
- Подбор материала для прохождения практики.
- Подбор литературы.
- Ознакомление с организацией – базой практики (устав, структура).

**Основные формы текущего контроля:**

- Распоряжение о допуске к прохождению практики.
- Присутствие на установочном инструктаже по правилам внутреннего распорядка и технике безопасности.
- Представление в институт плана работы по заданию обучающегося (в т.ч. индивидуальному).
- Определение соответствия условий базы практики программе практики.

**На втором этапе** магистры осуществляют сбор материала для отчетной документации, выполняют индивидуальные задания.

**Основные формы контроля на втором этапе:**

- Мониторинг присутствия обучающихся на практике и своевременного выполнения заданий.

- Изложение в отчете трех групп вопросов, представленных в Приложении 3, а также результатов проведения исследования в рамках выполнения индивидуального задания, согласованного с руководителем практики от кафедры и от организации (Приложение 2). За время прохождения преддипломной практики магистр выполняет индивидуальное задание исследовательского характера. Это задание предусматривает углубленное изучение отдельных управленческих функций работы предприятия (организации) и сбор материалов, необходимых для содержательной постановки конкретной проблемы, поиска и обоснование аналитических методов для принятия оптимальных и эффективных решений.

- проверка оформления дневников, оценка выполнения текущих заданий.

*На третьем (оценочно-результативном) этапе* обучающиеся оформляют отчет по результатам прохождения практики и презентацию для его защиты.

***Формы текущего контроля на данном этапе:***

- Анализ отчетной документации, оформленной за период практики.

- Проверка заполненного дневника по практике, получение отзыва о прохождении практики и итогового отчета по практике.

- Оценка презентации результатов практики в ходе защиты отчета. Оценка работы студента во время прохождения практики.

## **6. Формы отчетности по производственной (преддипломной) практике.**

Преддипломная практика считается завершенной при условии выполнения магистрантом всех требований программы практики. Магистранты оцениваются по итогам всех видов деятельности при наличии документации по практике.

Основным документом по практике является дневник, который студент ведет индивидуально, подробно записывая в него задание и полученный результат. Приложением к дневнику служит отчет, который состоит из описания результатов выполненных студентом работ на каждом этапе практики.

Руководители практики от предприятия и университета дают отзывы о работе студента и о приобретенных им знаниях и навыках с учетом выполнения программы прохождения практики, в том числе индивидуального задания. Отзыв руководителя со стороны компании должен быть заверен подписью и печатью организации.

***Требования к содержанию отчета обучающегося:***

Отчет о прохождении практики должен включать в себя следующие элементы:

1. Титульный лист (Приложение 1).
2. Содержание (оглавление) с указанием начальной страницы каждого структурного элемента.
3. Разделы отчета (в соответствии с программой практики – Приложение 2).
4. Приложения. К отчету в обязательном порядке прикладывается дневник практики с отзывом руководителя со стороны организации – базы практики

### ***Методические рекомендации по написанию и подготовке к защите отчета***

#### ***Требования, предъявляемые к отчету о преддипломной практике***

##### ***Методические рекомендации для обучающихся по подготовке и прохождению практики***

До начала практики обучающийся:

1. Знакомится с содержанием программы практики.
2. Выбирает базу практик. Заключает договор с организацией (если нет общего договора СГУ им. Питирима Сорокина и организацией). Обучающийся может пройти практику на базе университета.
3. Предоставляет заключенный договор руководителю практики от СГУ им. Питирима Сорокина.
4. Получает задания на практику, в том числе индивидуальное задание.
5. Проходит инструктаж по технике безопасности.
6. Участвует в установочной конференции.

Назначение руководителя и распределение студентов по объектам практики оформляется приказом ректора университета. С момента издания приказа, студент является допущенным к практике. Каждый студент перед выходом на практику получает направление и дневник по практике. Ряд разделов дневника должен заполняться администрацией института, руководителями практики со стороны кафедры и со стороны предприятия по требуемым формам, представленным в дневнике. Содержание практики с учетом индивидуального задания должно быть представлено в дневнике по практике и согласовано с руководителем студента от кафедры.

До начала практики кафедра проводит собрание со студентами - практикантами для разъяснения задач, содержания программы и порядка прохождения практики. К моменту собрания программа практики должна быть утверждена заведующим кафедрой.

Руководители от кафедры дают индивидуальные задания студентам с учетом тем будущих курсовых проектов. На предприятии и в организации, где студенты проходят

практику, выделяется руководитель из числа руководителей или ведущих специалистов отделов экономической службы предприятия или, в крайнем случае, ведущих специалистов других подразделений.

*В период прохождения практики* студенты осуществляют сбор материала, его первичную обработку. При прохождении практики студенты присутствуют в подразделениях наравне со штатными сотрудниками и работают над документами и отчетом по практике, а также выполняют задания и поручения руководителя практики от организации.

В период прохождения практики студенты должны:

- своевременно выполнять задания, ежедневно заполнять дневник прохождения практики, а также получать от руководителя со стороны практики указания, рекомендации и разъяснения по всем вопросам, связанным с организацией и прохождением практики;
- выполнять работы в соответствии с программой практики и отчитываться об их выполнении;
- оформлять Дневник практики;

По окончании практики студент должен представить руководителю практики от университета отчет о выполнении программы практики. Отчет должен охватывать все вопросы программы практики. Каждый вопрос освещается по возможности кратко, но в полном объеме. В необходимых случаях в отчете приводятся схемы, графики, диаграммы, рисунки, таблицы, расчеты.

Структура отчета и последовательность изложения разделов и вопросов должна соответствовать программе практики.

*Во введении* дается общая характеристика предприятия, цели и задачи практики. А также выполняемого студентом индивидуального задания.

*В первой главе* приводятся итоги анализа истории возникновения и результатов деятельности компании, управления маркетингом и сбытом на предприятии и др.

*Во второй главе* должны быть представлены результаты выполнения индивидуального задания.

*В заключении* формулируются рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности на предприятии (в организации).

Общий объем отчета (не считая приложений) не должен превышать 70 страниц напечатанного текста стандартного формата. При оформлении отчета магистрант должен руководствоваться требованиями действующих стандартов к оформлению научных отчетов и списка источников. На последней странице текстовой части отчета должна стоять подпись студента.

Законченный и полностью оформленный отчет студент представляет на проверку руководителю практики от предприятия, а затем – на проверку руководителю практики от кафедры. На кафедре регистрируется дата сдачи. Затем отчет о практике передается руководителю для комплексной проверки качества отчета перед защитой. К отчету прилагается дневник, содержащий отзыв руководителя от предприятия и заверенный печатью базы практики. Титульный лист оформляется по стандартному образцу ( см. Приложение 1).

В случае обнаружения существенных отклонений от требований к содержанию и оформлению отчет возвращается студенту на доработку.

Отчет представляется как на бумажном, так и на электронном носителе и хранится в архиве выпускающей кафедры 3 года с момента окончания практики.

#### *Защита отчета*

Защита отчета проводится перед комиссией, состав которой утверждается на заседании кафедры. Руководитель практики от кафедры является членом комиссии. Защита состоит в кратком изложении студентом результатов преддипломной практики, ответах на замечания руководителя, содержащихся в отзыве и на полях работы, а также ответах на вопросы членов комиссии. При подведении итогов работы студента на практике комиссия учитывает отзывы руководителей и ответы студента на их замечания. Также принимается во внимание умение магистра выступать и аргументировано отвечать на вопросы членов комиссии. В случае обнаружения существенных отклонений от требований к содержанию и оформлению отчета он возвращается студенту на доработку.

Лучшие отчеты рекомендуются к внедрению в учебный процесс или по месту прохождения практики.

*Форма итогового контроля по производственной преддипломной практике – дифференцированный зачет.*

Содержание отчета и его защиту оценивают по четырех бальной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».

При отрицательном отзыве о работе на практике или неудовлетворительной оценке при защите отчета может быть организована повторная практика или студент может быть исключен из университета за академическую неуспеваемость.

## **7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по производственной (преддипломной) практике.**

## 7.1 Паспорт фонда оценочных средств по практике

### Перечень компетенций

<i>общепрофессиональные компетенции</i>	
способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	ОПК-3
<i>общекультурные компетенции</i>	
готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	ОК-3
<i>профессиональные компетенции</i>	
<i>организационно-управленческая деятельность:</i>	
способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	ПК-1
способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	ПК-2
способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	ПК-3
<i>аналитическая деятельность:</i>	
способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	ПК-4
владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	ПК-5
способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	ПК-6
<i>научно-исследовательская деятельность:</i>	
способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	ПК-7
способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	ПК-8
способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	ПК-9

Выделяются три возможных уровня сформированности компетенций:

- 1) базовый (пороговый) - предполагающий минимально необходимый набор знаний, умений, навыков, способов деятельности и отношений в сфере компетенции;
- 2) продвинутой (характеризующий владение основными знаниями, умениями, навыками, способами деятельности, отношениями в сфере компетенции и опытом ее проявления);
- 3) высокий (определяющий проявление установки студента на поиск и реализацию новых нестандартных решений в сфере компетенции на основе базовых знаний, умений, навыков, способов деятельности, отношений и опыта их проявления).

### Паспорт компетенций

**ОК-3** - готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала

Показатели оценивания	Результаты обучения	Критерии оценивания компетенций
-----------------------	---------------------	---------------------------------

<b>Пороговый</b>	<b>Знать:</b> содержание процессов саморазвития, самоорганизации и использования творческого потенциала, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности.	Демонстрирует частичное знание содержания процессов саморазвития, самоорганизации и использования творческого потенциала, некоторых особенностей и технологий реализации, но не может обосновать их соответствие запланированным целям профессионального совершенствования
<b>Базовый</b>		Демонстрирует знание содержания и особенностей процессов саморазвития, самоорганизации и использования творческого потенциала, но дает неполное обоснование соответствия выбранных технологий реализации процессов целям профессионального роста.
<b>Высокий</b>		Владеет полной системой знаний о содержании, особенностях процессов саморазвития, самоорганизации и использования творческого потенциала, аргументировано обосновывает принятые решения при выборе технологий их реализации с учетом целей профессионального и личностного развития.
<b>Пороговый</b>	<b>Уметь:</b> самостоятельно строить процесс овладения информацией, отобранной и структурированной для выполнения профессиональной деятельности.	Умеет использовать отдельные методы и приемы отбора необходимой для усвоения информации, давая не полностью аргументированное обоснование ее соответствия целям самообразования.
<b>Базовый</b>		Владеет системой отбора содержания обучения в соответствии с намеченными целями самообразования, но при выборе методов и приемов не полностью учитывает условия и личностные возможности овладения этим содержанием.
<b>Высокий</b>		Умеет строить процесс самообразования с учетом внешних и внутренних условий реализации.
<b>Пороговый</b>	<b>Владеть:</b> технологиями организации процесса саморазвития, самоорганизации и использования творческого потенциала; приемами целеполагания во временной перспективе, способами планирования, самоконтроля и самооценки деятельности.	Владеет отдельными приемами организации собственной познавательной деятельности, осознавая перспективы профессионального развития, но не давая аргументированное обоснование адекватности отобранной для усвоения информации целям самообразования.
<b>Базовый</b>		Владеет системой приемов организации процесса саморазвития и самоорганизации только в определенной сфере деятельности.
<b>Высокий</b>		Демонстрирует возможность переноса технологии организации процесса саморазвития и самоорганизации, сформированной в одной сфере деятельности, на другие сферы, полностью обосновывая выбор используемых методов и приемов.

**ОПК-3** - способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования

Показатели оценивания	Результаты обучения	Критерии оценивания компетенций
<b>Пороговый</b>	<b>Знает:</b> как проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	Имеет неполное представление о теоретических подходах и методах проведения самостоятельных исследований, обосновании актуальности и практической значимости избранной темы научного исследования
<b>Базовый</b>		Сформированные, но содержащие отдельные пробелы



		знания о самостоятельных исследованиях, обосновании актуальности и практической значимости избранной темы научного исследования
<b>Высокий</b>		Сформированные полностью знания о количественных и качественных методах для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, а также о подготовке аналитических материалов по результатам их применения
<b>Пороговый</b>	<b>Умеет:</b> проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	Допускает ошибки при проведении самостоятельных исследований, обосновании актуальности и практической значимости избранной темы научного исследования
<b>Базовый</b>		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования
<b>Высокий</b>		Успешное умение проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования
<b>Пороговый</b>	<b>Владеет:</b> методами проведения самостоятельных исследований, обоснования актуальности и практической значимости избранной темы научного исследования	Недостаточное владение навыками проведения самостоятельных исследований, обоснования актуальности и практической значимости избранной темы научного исследования
<b>Базовый</b>		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы владение навыками проведения самостоятельных исследований, обоснования актуальности и практической значимости избранной темы научного исследования
<b>Высокий</b>		Полностью сформированы навыки самостоятельного проведения исследований, а также навыки обоснования актуальности и практической значимости избранной темы научного исследования

**ПК-1** - способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями

Показатели оценивания	Результаты обучения	Критерии оценивания компетенций
<b>Пороговый</b>	<b>Знает:</b> принципы, технологии разработки, методы принятия и реализации управленческих решений в области управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Демонстрирует неполные знания об управлении организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
<b>Базовый</b>		Демонстрирует знание технологий разработки, принятия и реализации управленческих решений в области управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями

<b>Высокий</b>		Владеет полной системой знаний о принципах разработки, принятия и реализации управленческих решений в области управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
<b>Пороговый</b>	<b>Умеет:</b> управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Низкий уровень сформированности умений управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
<b>Базовый</b>		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
<b>Высокий</b>		Успешное умение организовывать управление организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
<b>Пороговый</b>	<b>Владеет:</b> навыками разработки и обоснования вариантов оптимальных управленческих решений	Недостаточно владеет навыками разработки и обоснования вариантов оптимальных управленческих решений и их оформлением
<b>Базовый</b>		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков разработки и обоснования вариантов оптимальных управленческих решений и их оформления
<b>Высокий</b>		Успешное применение навыков разработки и обоснования вариантов оптимальных управленческих решений и их оформления

**ПК-2** – способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию

Показатели оценивания	Результаты обучения	Критерии оценивания компетенций
<b>Пороговый</b>	<b>Знает:</b> теоретические подходы, принципы, методы разработки и обеспечения реализации корпоративной стратегии и программы организационного развития	Демонстрирует не полные знания теоретических подходов, принципов, методов разработки и обеспечения реализации корпоративной стратегии и программы организационного развития
<b>Базовый</b>		Демонстрирует знание теоретических подходов, принципов, методов разработки и обеспечения реализации корпоративной стратегии и программы организационного развития
<b>Высокий</b>		Владеет полной системой знаний о теоретических подходах, принципах, методах разработки и обеспечения реализации корпоративной стратегии и программы организационного развития
		принципах технологии разработки, принятия и

		реализации управленческих решений в области управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
<b>Пороговый</b>	<b>Умеет:</b> разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	Допускает ошибки при разработке и обеспечении реализации корпоративной стратегии и программы организационного развития
<b>Базовый</b>		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию
<b>Высокий</b>		Успешное умение разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию
<b>Пороговый</b>	<b>Владет:</b> навыками разработки корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений и обеспечения их реализации	Недостаточно владеет навыками разработки корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений и обеспечения их реализации
<b>Базовый</b>		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений и обеспечения их реализации
<b>Высокий</b>		Успешное применение навыков разработки корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений и обеспечения их реализации

**ПК-3** - способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач

Показатели оценивания	Результаты обучения	Критерии оценивания компетенций
<b>Пороговый</b>	<b>Знает:</b> современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	Имеет не полное представление о современных методах управления корпоративными финансами для решения стратегических задач
<b>Базовый</b>		Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания о современных методах управления корпоративными финансами для решения стратегических задач
<b>Высокий</b>		Сформированные полностью знания о современных методах управления корпоративными финансами для решения стратегических задач
<b>Пороговый</b>	<b>Умеет:</b> применять знания о современных методах управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	Допускает ошибки в применении знаний о современных методах управления корпоративными финансами для решения стратегических задач

<b>Базовый</b>		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение применять знания о современных методах управления корпоративными финансами для решения стратегических задач
<b>Высокий</b>		Успешное умение применять знания о современных методах управления корпоративными финансами для решения стратегических задач
<b>Пороговый</b>	<b>Владеет:</b> современными методами управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	Недостаточное владение навыками управления корпоративными финансами для решения стратегических задач
<b>Базовый</b>		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы владение навыками управления корпоративными финансами для решения стратегических задач
<b>Высокий</b>		Полностью сформированы навыки управления корпоративными финансами для решения стратегических задач

**ПК-4** - способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Результаты обучения</b>	<b>Критерии оценивания компетенций</b>
<b>Пороговый</b>	<b>Знает:</b> количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами; знает, как готовить аналитические материалы по результатам их применения	Имеет не полное представление о количественных и качественных методах для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, а также о подготовке аналитических материалов по результатам их применения
<b>Базовый</b>		Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания о количественных и качественных методах для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, а также о подготовке аналитических материалов по результатам их применения.
<b>Высокий</b>		Сформированные полностью знания о количественных и качественных методах для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, а также о подготовке аналитических материалов по результатам их применения
<b>Пороговый</b>	<b>Умеет:</b> применять количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, а также готовить аналитические материалы по результатам их применения	Допускает ошибки в применении количественных и качественных методов для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, а также при подготовке аналитических материалов по результатам их применения

<b>Базовый</b>		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение применять количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, а также для подготовки аналитических материалов по результатам их применения
<b>Высокий</b>		Успешное умение применять количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, а также для подготовки аналитических материалов по результатам их применения
<b>Пороговый</b>	<b>Владеет:</b> методами проведения количественных и качественных прикладных исследований и управления бизнес-процессами, а также владеет навыками подготовки аналитических материалов по результатам их применения	Недостаточное владение навыками проведения количественных и качественных прикладных исследований и управления бизнес-процессами, а также подготовки аналитических материалов по результатам их применения
<b>Базовый</b>		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы владение навыками проведения количественных и качественных прикладных исследований и управления бизнес-процессами, а также подготовки аналитических материалов по результатам их применения
<b>Высокий</b>		Полностью сформированы навыки применения методов проведения количественных и качественных прикладных исследований и управления бизнес-процессами, а также подготовки аналитических материалов по результатам их применения

**ПК-5** – владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде

Показатели оценивания	Результаты обучения	Критерии оценивания компетенций
<b>Пороговый</b>	<b>Знает:</b> методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Имеет не полное представление о методах экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде
<b>Базовый</b>		Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания о методах экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде
<b>Высокий</b>		Сформированные полностью знания о методах экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде
<b>Пороговый</b>	<b>Умеет:</b> проводить экономический и стратегический анализ поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Допускает ошибки при проведении экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде

<b>Базовый</b>		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение проводить экономический и стратегический анализ поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде
<b>Высокий</b>		Успешное умение проводить экономический и стратегический анализ поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде
<b>Пороговый</b>	<b>Владеет:</b> методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Недостаточное владение навыками проведения экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде
<b>Базовый</b>		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы владение навыками проведения экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде
<b>Высокий</b>		Полностью сформированы навыки проведения экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде

**ПК-6** – способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями

Показатели оценивания	Результаты обучения	Критерии оценивания компетенций
<b>Пороговый</b>	<b>Знает:</b> современную проблематику исследуемой отрасли знаний и результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	Имеет не полное представление о современной проблематике исследуемой отрасли знаний и результатах исследований актуальных проблем управления, полученных отечественными и зарубежными исследователями
<b>Базовый</b>		Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания о современной проблематике исследуемой отрасли знаний и результатах исследований актуальных проблем управления, полученных отечественными и зарубежными исследователями
<b>Высокий</b>		Сформированные полностью знания о современной проблематике исследуемой отрасли знаний и результатах исследований актуальных проблем управления, полученных отечественными и зарубежными исследователями
<b>Пороговый</b>	<b>Умеет:</b> обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями научных исследований	Допускает ошибки при обобщении и критической оценке результатов исследований актуальных проблем управления, полученных отечественными и зарубежными исследователями
<b>Базовый</b>		В целом успешное, но содержащее отдельные

		пробелы умение обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями научных исследований
<b>Высокий</b>		Успешное умение обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями научных исследований
<b>Пороговый</b>	<b>Владеет:</b> навыками обобщения и критического оценивания результатов исследований актуальных проблем управления, полученных отечественными и зарубежными исследователями	Недостаточное владение навыками обобщения и критического оценивания результатов исследований актуальных проблем управления, полученных отечественными и зарубежными исследователями
<b>Базовый</b>		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы владение навыками обобщения и критического оценивания результатов исследований актуальных проблем управления, полученных отечественными и зарубежными исследователями
<b>Высокий</b>		Полностью сформированы навыки обобщения и критического оценивания результатов исследований актуальных проблем управления, полученных отечественными и зарубежными исследователями

**ПК-7** – способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Результаты обучения</b>	<b>Критерии оценивания компетенций</b>
<b>Пороговый</b>	<b>Знает:</b> требования, предъявляемые к разработке доклада (научной статьи) и методику их подготовки, алгоритм обоснования результатов научного исследования	Имеет не полное представление о требованиях, предъявляемых к разработке доклада или научной статьи, и методике их подготовки, алгоритме обоснования результатов научного исследования
<b>Базовый</b>		Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания о требованиях, предъявляемых к разработке доклада и научной статьи, методике их подготовки, алгоритме обоснования результатов научного исследования
<b>Высокий</b>		Сформированные полностью знания о требованиях, предъявляемых к разработке доклада и научной статьи, методике их подготовки, алгоритме обоснования результатов научного исследования
<b>Пороговый</b>	<b>Умеет:</b> самостоятельно работать с научной литературой, нормативно-правовыми документами,	Допускает ошибки при самостоятельной работе с научной литературой, нормативно-правовыми документами, представлении результатов

	представлять результаты проведенного исследования в форме научного доклада и в виде научной статьи, делать обоснованные заключения по результатам проводимых исследований и оформлять их в виде научного отчета, статьи или доклада	проведенного исследования в форме научного доклада и в виде научной статьи, формулировании обоснованных заключений по результатам проводимых исследований и при оформлении их в виде научного отчета, статьи или доклада
<b>Базовый</b>		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение самостоятельно работать с научной литературой, нормативно-правовыми документами, представлять результаты проведенного исследования в форме научного доклада и в виде научной статьи, делать обоснованные заключения по результатам проводимых исследований и оформлять их в виде научного отчета, статьи или доклада
<b>Высокий</b>		Успешное умение самостоятельно работать с научной литературой, нормативно-правовыми документами, представлять результаты проведенного исследования в форме научного доклада и в виде научной статьи, делать обоснованные заключения по результатам проводимых исследований и оформлять их в виде научного отчета, статьи или доклада
<b>Пороговый</b>	<b>Владеет:</b> навыками работы с научной литературой, нормативно-правовыми документами, наглядного представления текстовой информации и представления результатов научного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	Недостаточное владение навыками работы с научной литературой, нормативно-правовыми документами, наглядного представления текстовой информации и представления результатов научного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада
<b>Базовый</b>		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы владение навыками работы с научной литературой, нормативно-правовыми документами, наглядного представления текстовой информации и представления результатов научного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада
<b>Высокий</b>		Полностью сформированы навыки работы с научной литературой, нормативно-правовыми документами, наглядного представления текстовой информации и представления результатов научного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада

**ПК-8** – способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования

Показатели оценивания	Результаты обучения	Критерии оценивания компетенций
-----------------------	---------------------	---------------------------------



<b>Пороговый</b>	<b>Знает:</b> историю развития конкретной научной проблемы, ее роль и место в изучаемом научном направлении, способы описания характеристик объекта, предмета, цели и задач собственного научного исследования, обоснования актуальности исследовательских проблем	Имеет не полное представление об истории развития конкретной научной проблемы, ее роли и места в изучаемом научном направлении, способах описания характеристик объекта, предмета, цели и задач собственного научного исследования, обоснования актуальности исследовательских проблем
<b>Базовый</b>		Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания об истории развития конкретной научной проблемы, ее роли и места в изучаемом научном направлении, способах описания характеристик объекта, предмета, цели и задач собственного научного исследования, обоснования актуальности исследовательских проблем
<b>Высокий</b>		Сформированные полностью знания об истории развития конкретной научной проблемы, ее роли и места в изучаемом научном направлении, способах описания характеристик объекта, предмета, цели и задач собственного научного исследования, обоснования актуальности исследовательских проблем
<b>Пороговый</b>	<b>Умеет:</b> обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость выбранного направления исследования	Допускает ошибки при обосновании актуальности, теоретической и практической значимости выбранного направления исследования
<b>Базовый</b>		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость выбранного направления исследования
<b>Высокий</b>		Успешное умение обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость выбранного направления исследования
<b>Пороговый</b>	<b>Владет:</b> навыками обоснования актуальности и практической значимости темы научного исследования	Недостаточное владение навыками обоснования актуальности и практической значимости темы научного исследования
<b>Базовый</b>		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы владение навыками обоснования актуальности и практической значимости темы научного исследования
<b>Высокий</b>		Полностью сформированы навыки обоснования актуальности и практической значимости темы научного исследования

**ПК-9** – способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой

Показатели оценивания	Результаты обучения	Критерии оценивания компетенций
<b>Пороговый</b>	<b>Знает:</b> теоретические подходы, методы и принципы проведения самостоятельных исследований в	Имеет не полное представление о теоретических подходах, методах и принципах проведения самостоятельных исследований в соответствии с

	соответствии с разработанной программой	разработанной программой
<b>Базовый</b>		Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания о теоретических подходах, методах и принципах проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой
<b>Высокий</b>		Сформированные полностью знания о теоретических подходах, методах и принципах проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой
<b>Пороговый</b>	<b>Умеет:</b> проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	Допускает ошибки при проведении самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой
<b>Базовый</b>		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой
<b>Высокий</b>		Успешное умение проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой
<b>Пороговый</b>	<b>Владеет:</b> навыками проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой	Недостаточное владение навыками проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой
<b>Базовый</b>		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы владение навыками проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой
<b>Высокий</b>		Полностью сформированы навыки проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой

## 7.2. Паспорт фонда оценочных средств по производственной (преддипломной) практике

№ п/п	Этап практики	Код контролируемой компетенции (или её части) / и ее формулировка – по желанию	Наименование оценочного средства
1.	Ознакомительно-подготовительный	ОК-3 – готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала ОПК-3 – способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость	<i>Подготовленное обоснование актуальности и практической значимости исследовательской проблемы, анализируемой в рамках индивидуального задания.  Подбор и изучение литературы</i>

		<p>избранной темы научного исследования</p> <p>ПК-6 – способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями</p> <p>ПК-8 – способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования</p>	<p>по теме исследования, определенного в индивидуальном задании, используемой для разработки методологии исследования.</p>
2.	Деятельностный	<p>ОПК-3 – способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования</p> <p>ПК-4 – способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения.</p> <p>ПК-5 – владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p> <p>ПК-9 – способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой</p>	<p><i>Материалы, позволяющие анализировать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• общие вопросы производственно-хозяйственной деятельности предприятия;</li> <li>• управление маркетингом и сбытом;</li> </ul> <p><i>Работа в группе со студентами для совместного проведения исследований, обработки его результатов и формулировки выводов и рекомендаций.</i></p> <p><i>Разработка методологии исследования, проводимого в рамках индивидуального задания по практике:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• форм для анкетного опроса потребителей.</li> <li>• схем глубинных интервью с менеджерами предприятий и организаций;</li> <li>• схем глубинных интервью и фокус-групп для опроса клиентов</li> </ul> <p><i>Стенограммы интервью и фокус-групп</i></p> <p>Практические рекомендации по совершенствованию маркетингового управления организацией, сформулированные в отчете по результатам прохождения практики.</p>
3.	Оценочно-результативный	<p>ОПК-3 – способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования</p> <p>ПК-1 – способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями.</p> <p>ПК-2 – способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Индивидуальный отчет, содержащий обработанную информацию, собранную в соответствии с программой исследования, анализ материалов индивидуального задания в соответствии с содержанием программы, практических рекомендаций по совершенствованию маркетингового управления организацией</i></li> <li>• <i>Презентация результатов практики в ходе защиты отчета</i></li> </ul>

		ПК-3 – способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач ПК-7 – способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	
--	--	--	--

### 7.3. Процедура оценивания

По результатам проверки представленного студентом отчета научный руководитель принимает решение о допуске его к защите или возвращает студенту на доработку в соответствии с отмеченными замечаниями.

*Заключительный контроль итогов преддипломной практики осуществляется в форме дифференцированного зачета, принимаемого руководителем практики и комиссией после защиты отчета. Цель заключительного контроля оценить степень (уровень) компетенций магистра, сформированных в ходе прохождения преддипломной практики. При условии соответствия представленного отчета выданному индивидуальному заданию и успешной защиты его результатов магистранту выставляется дифференцированная отметка «отлично», «хорошо» или «удовлетворительно».*

Оценка по практике приравнивается к оценкам по дисциплинам теоретического обучения и учитывается при подведении итогов промежуточной (сессионной) аттестации студентов-магистрантов. Результаты защиты отчетов заносятся в экзаменационную ведомость и проставляются в зачетных книжках. Оценки за практику вместе с другими оценками магистранта учитываются для определения уровня академической успеваемости.

*Магистранту, не выполнившему программу практики, получившему отрицательный отзыв о работе или неудовлетворительную оценку за отчет, практика не засчитывается.*

Наименование оценочного средства	Шкала оценивания
Отчет по установленной в программе практики форме	<p>«Отлично» — содержание и оформление отчета о преддипломной практике и дневника прохождения практики полностью соответствуют предъявляемым требованиям, характеристики студента положительные, ответы на вопросы комиссии по программе практики полные и точные.</p> <p>«Хорошо» — при выполнении основных требований к прохождению практики и при наличии несущественных замечаний по содержанию и формам отчета и дневника, характеристики студента положительные, в ответах на вопросы комиссии по программе практики студент допускает определенные неточности, хотя в целом отвечает уверенно и имеет твердые знания.</p> <p>«Удовлетворительно» - небрежное оформление отчета и дневника. Отражены все вопросы программы практики, но имеют место отдельные существенные погрешности, характеристики студента положительные, при ответах на вопросы комиссии по программе практики студент допускает ошибки.</p> <p>«Неудовлетворительно» — эта оценка выставляется студенту, если в отчете освещены не все разделы программы</p>

	практики, на вопросы комиссии студент не дает удовлетворительных ответов, не имеет четкого представления о функциях служб организации управления, не владеет практическими навыками анализа и оценки уровня организации управления.
--	---

## 8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети "Интернет", необходимых для проведения преддипломной практики;

### Основная литература

1. **Котлер, Ф.** Маркетинг менеджмент = Marketing management. – 12-е изд. — СПб. : Питер, 2012 .
2. **Ламбен Ж.Ж., Чумпитас Р., Шулинг И.** Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг, ("Классика МВА") (ГРИФ). - СПб: Питер, Лидер, 2014.

### Дополнительная литература

1. **Черчилль Г. А., Браун Т. Д.** Маркетинговые исследования. 5-е изд. / Пер. с англ. – СПб: Питер, 2010.
2. **Березин И.С.:** Крупнейшие потребительские рынки России: объем, динамика, перспективы. Доклад российскому бизнесу. М.: Беловодье, 2010.
3. **Бушуева Л.И.** Трансформация систем информационного обеспечения маркетинговой деятельности организаций в рамках концепции маркетинга взаимоотношений / Маркетинг взаимодействия: новые направления исследований и инструментарий: монография / под ред. Г.Л. Багиева, Ю.Ф. Поповой, Сыктывкар: Изд-во Сыктывкарского госуниверситета. 2014. С. 194 – 210. (всего 249 с. )
4. **Куш С.П., Смирнова М.М.** Маркетинг на B2B рынках: отношенческий подход: учебное пособие. Высшая школа менеджмента СПбГУ. – СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010.
5. **Моосмюллер Г., Ребик Н.Н.** Маркетинговые исследования с SPSS: Учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 2009.
6. **Ойнер О.К.** Управление результативностью маркетинга: учебник для магистров. Доп. МО РФ / О.К. Ойнер. – М.: Юрайт, 2012.
7. **Попова Ю.Ф.** Теория и методология управления межфирменными отношениями на промышленных рынках: монография. Сыктывкар: Изд-во Сыктывкарского государственного университета, 2011
8. **Третьяк О.А.** Маркетинг: новые ориентиры модели управления. Серия учебников «Учебник Московского Государственного Университета им. М.В. Ломоносова». – М.: Инфра-М, 2005.

<a href="http://www.marketing.rbc.ru">http://www.marketing.rbc.ru</a>	Портал компании РосБизнесКонсалтинг, включает результаты маркетинговых исследований товарных рынков и рынков услуг, регионов, в помощь маркетологу – бесплатные шаблоны для проведения исследований, новости.
<a href="http://www.agiks.ru/data/konf/page8.htm">http://www.agiks.ru/data/konf/page8.htm</a>	Гильдия маркетологов: объединение специалистов в области маркетинга Адресно-телефонный справочник Республики Коми [Электронный ресурс] // Автоматизированная Геоинформационная кадастровая

	система Республики Коми
<a href="http://www.dis.ru">http://www.dis.ru</a>	Издательская группа «Дело и сервис» - маркетинг, менеджмент, бухучет
<a href="http://www.infostat.ru">http://www.infostat.ru</a>	Информационно-издательский центр «Статистика России».
<a href="http://www.raexpert.ru">http://www.raexpert.ru</a>	Рейтинги. Обзоры. Исследования. Конференции. – Эксперт РА.
<a href="http://komi.gks.ru">http://komi.gks.ru</a>	Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Коми.
<a href="http://www.bkg.ru">http://www.bkg.ru</a>	Раздел «Статьи» общетеоретические по маркетингу и брендингу и практические по организации продаж, ведению переговоров и др.
<a href="http://www.e-xecutive.ru">http://www.e-xecutive.ru</a>	Портал профессионального сообщества менеджеров, включает результаты маркетинговых исследований рынков, публикации по маркетингу
<a href="http://www.marketing.spb.ru">http://www.marketing.spb.ru</a>	Энциклопедия маркетинга. Представлены публикации по вопросам маркетинга: брендинг, ценообразование, поведение потребителей, финансовый, промышленный, международный маркетинг и т.д.; примеры маркетинговых исследований.
<a href="http://www.retail.ru/news/">http://www.retail.ru/news/</a>	Новости розничной торговли
<a href="http://www.creatiff.ru/">http://www.creatiff.ru/</a>	Портал рекламистов
<a href="http://www.sostav.ru">http://www.sostav.ru</a>	Информационно-аналитический портал «Маркетинг, реклама, PR», включает информацию об участниках рынка маркетинговых услуг, аналитическую информацию по рынкам товаров и услуг, информацию о выставках, конференциях и др.
<a href="http://www.btl.ru">http://www.btl.ru</a>	Сайт Российской ассоциации стимулирования сбыта, включает статьи, интервью специалистов по вопросам BTL - коммуникаций
<a href="http://www.marketing-mix.ru">http://www.marketing-mix.ru</a>	Материалы по теоретическим и практическим вопросам маркетинга
<a href="http://www.4p.ru">http://www.4p.ru</a>	Электронный журнал по маркетингу, включает статьи по вопросам теории и практики маркетинга, готовые маркетинговые исследования рынков товаров и услуг и др.
<a href="http://www.nns.ru">http://www.nns.ru</a>	«Национальная электронная библиотека»
<a href="http://www.grebennikov.ru">http://www.grebennikov.ru</a>	Издательство дом Гребенников
<a href="http://www.libertarium.ru">http://www.libertarium.ru</a>	Библиотека Либертариума
<a href="http://e-library.ru">http://e-library.ru</a>	Научная электронная библиотека
<a href="http://www.expert.ru">http://www.expert.ru</a>	Журнал «Эксперт»

<a href="http://www.cfin.ru">http://www.cfin.ru</a>	Корпоративный менеджмент
<a href="http://www.bkg.ru">http://www.bkg.ru</a>	ВКГ. Management Consulting Experts - русскоязычный ресурс
<a href="http://www.rsl.ru">http://www.rsl.ru</a>	Российская государственная библиотека
<a href="http://www.ecsocman.hse.ru">http://www.ecsocman.hse.ru</a>	Федеральный образовательный портал – Экономика, Социология, Менеджмент

**9. Перечень информационных технологий, используемых при проведении производственной (преддипломной) практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

Программа «Консультант-плюс», пакет прикладных программ Статистика и SPSS.

**10. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения производственной (преддипломной) практики.**

Для успешной организации преддипломной практики, выполнения поставленных целей и задач необходимо обеспечить магистров:

- рабочим местом на предприятии (в организации), по возможности оснащенным средствами вычислительной связи и техники;
- возможностью обращения по всем возникающим проблемам и вопросам к руководителю практики от университета и организации;
- доступом к информации, необходимой для выполнения программы практики.
- доступом к программам «Консультант-плюс», пакетам прикладных программ Статистика и SPSS.

Приложение 1

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «СГУ им. Питирима Сорокина»  
Институт Менеджмента и предпринимательства  
Кафедра менеджмента и маркетинга



# ОТЧЕТ

о прохождении преддипломной практики

Выполнил(а) магистр \_\_\_\_ группы \_\_\_\_\_

Ф.И.О.

Руководитель практики от университета \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Ф.И.О., должность

Сыктывкар 201\_\_ г.

**Тематика индивидуальных заданий****1 раздел «Анализ потребительского рынка».**

- 1.1. Количественные и качественные методы анализа потребительского или промышленного рынка.
- 1.2. Сегментирование рынка и выбор целевых сегментов.
- 1.3. Сегментирование рынка и позиционирование товаров на рынке.
- 1.4. Анализ рыночной ситуации и конкурентов.
- 1.5. Методы прогнозирования спроса на рынке потребительских товаров. Оценка его эластичности.
- 1.6. Общественное восприятие фирмы и ее товаров потребителями.
- 1.7. Исследование имиджа фирмы, оценка и анализ возможностей и активности фирмы.
- 1.8. Оценка потенциальных возможностей рынка и продукта.
- 1.9. Методика определения потребностей специфических сегментов рынка.
- 1.10. Оценка и анализ конъюнктуры рынка (в целом, или какого – то сегмента)

**Раздел 2 « Исследование элементов комплекса маркетинга».**

- 2.1. Исследование продукта.
  - 2.1.1. Методика маркетингового исследования свойств и качества товара.
  - 2.1.2. Оценка поведения потребителей и их отношение к товарам.
  - 2.1.3. Методика анализа и оценки проекта по разработке нового товара на рынке.
  - 2.1.4. Тестирование и характеристика товара, оценка его конкурентоспособности.
  - 2.1.5. Методика анализа и оценки привлекательности продуктов для целевой группы и (или) торгового предприятия.
  - 2.1.6. Оценка уровня сервиса и его воздействия на спрос.
- 2.2. Исследование каналов распределения.
  - 2.2.1. Оценка и анализ отдельных этапов товародвижения, его звенности, уровней и длины каналов товародвижения.
  - 2.2.2. Организация и методология маркетинговых исследований в фирмах, занимающихся сбытовой (или торговой) деятельностью.
  - 2.2.3. Анализ эффективности каналов распределения и товародвижения.
  - 2.2.4. Стратегия и организация деятельности торгового предприятия.
- 2.3. Система продвижения товаров на рынке.
  - 2.3.1. Стратегия стимулирования сбыта. Анализ эффективности воздействия на покупательский спрос.
  - 2.3.2. Тестирование рекламных мероприятий. Оценка эффективности рекламы и других форм продвижения товаров.
  - 2.3.3. Характеристика (моделирование) особенностей восприятия рекламы на различных сегментах рынка потребителями.
  - 2.3.4. Анализ ситуации на рынке массовой рекламной информации.

2.3.5. Этапы рекламной компании. Анализ издержек обращения, связанных с рекламой.

2.4. Анализ цен на потребительские товары.

2.4.1. Анализ цен с точки зрения маркетинговых целей и рыночных стратегий.

2.4.2. Анализ внутривидовых и / или региональных уровней цен и их дифференциация. Моделирование взаимосвязи цен и качественных характеристик товара.

2.4.3. Исследование цен альтернативных (или конкурирующих) товаров и субрынков.

2.4.4. Прогнозирование цены товара на каждом этапе его жизненного цикла. Информационно – аналитическое обеспечение маркетинговой стратегии ценообразования.

### **Раздел 3 «Стратегия, система маркетинговых исследований и маркетинговой информации на предприятии».**

3.1. Организация и методология маркетинговых исследований. Источники маркетинговой информации.

3.2. Анализ и прогнозирование собственных возможностей фирмы, ее потенциала и конкурентоспособности.

3.3. Оценка эффективности маркетинговых исследований. Анализ бюджета и программы маркетинга.

3.4. Стратегия и программа маркетинговой деятельности на предприятии.

3.5. Риск принятия маркетинговых решений. Выявление и оценка коммерческого риска.

*Содержание преддипломной практики:*

**1. Общие вопросы производственно-хозяйственной деятельности предприятия:**

- характеристика юридического статуса и состава собственников предприятия;
- производственно-технологическая специализация предприятия;
- организационная структура управления организацией;
- анализ основных экономических показателей производственно-хозяйственной деятельности;
- рыночная стратегия предприятия, анализ основных конкурентов, в том числе их сильных и слабых сторон;
- основные изменения и достижения на предприятии.

**2. Анализ управления маркетингом и сбытом**

**2.1. Вопросы организации маркетинговой деятельности на предприятии:**

- цели и задачи организации в сфере маркетинга и сбыта продукции;
- место маркетинговой службы в организационной структуре предприятия (подчиненность и формы взаимодействия с другими службами);
- основные функции маркетинговых служб;
- численность и образовательный уровень сотрудников;
- материально-техническая база;
- размер и принцип формирования бюджета маркетинга.

**2.2. Информационно - аналитическое обеспечение службы маркетинга**

- маркетинговая информационная система на предприятии:
  - а) внутренняя система отчетности: получают ли регулярно отчеты о продажах;
  - б) маркетинговые исследования: проводит ли компания какие-либо маркетинговые исследования в отношении оценки спроса, анализа покупателей или конкурентов;
  - в) система поддержки маркетинговых решений;
- анализ данных о среде, прежде всего, потребителях, посредниках по сбыту, конкурентах, поставщиках:
  - оценка имеющихся возможностей влияния на рынок и создания предпочтений у потребителей;
  - выявление внутренних ограничений производственного, финансового, кадрового и прочего характера: с какими основными проблемами сталкивается предприятие.

**2.3. Вопросы стратегического планирования и использования на предприятии инструментов маркетинга**

- сегментация рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товаров (услуг) на рынке;

- работа с продуктом: определение или изменение его свойств, условия, выбор марочного названия; комплектование производственной программы (ассортимента), гарантии, техническое и торговое обслуживание клиентов;
- ценовая политика: установление и изменение цен, возможности дифференцирования цен, предоставление скидок, кредитование, лизинг;
- каналы распределения продукта: система сбыта, выбор каналов сбыта, применение различных методов продаж;
- коммуникации: реклама, индивидуальная продажа, стимулирование продаж, общественные связи;
- исследование системы управления взаимоотношениями компании со всеми участниками цепочки создания ценности и формирование эффективной системы управления взаимодействием с рыночными агентами.

## 2.4. Вопросы контроля в области маркетинга

### 2.4.1. Контроль экономических результатов

- особенности исчисления затрат на сбыт;
- виды затрат;
- контроль сбыта в целом по предприятию и по различным группам и объектам (регионы, продукты, пути сбыта и т.д.);
- контроль доли рынка;
- оценка эффективности и результативности маркетинга.

### 2.4.2. Контроль неэкономических показателей

- анализ имиджа предприятия, оценка силы бренда;
- измерение клиентоориентированности организации;
- оценка взаимоотношений с потребителями: степень доверия, лояльности, удовлетворенности участников взаимодействия и др.
- анализ изменений происходящих в составе покупателей (количество покупателей у предприятия; объем и доля их продаж)
- формы и масштабы совместной кооперации с покупателями и поставщиками.

### 2.4.3. Маркетинг-аудит

- контроль информационной базы планирования:  
почему необходимо составлять (или не составлять) маркетинговые планы; помогает ли кто-то осуществлять планирование; можно ли улучшить маркетинговую деятельность предприятия; что является основным барьером на пути улучшения маркетингового планирования.
- развитие целей и стратегий
- ревизия мероприятий маркетинга

### ***3. Характеристика конкретных маркетинговых проблем и путей их решения на предприятии.***

3.1. В качестве индивидуального направления работы магистра может быть выбрано одно из следующих:

- разработка стратегий маркетинга на предприятии;
- совершенствование оперативного управления маркетинговыми мероприятиями;
- оперативный маркетинговый контроллинг;
  - описание отрасли: история развития, структура, привлекательность, перспективы развития, возможности и угрозы, конкуренция, объем и география продаж, сильные и слабые стороны компаний, условия прибыльности;
  - товарная политика: назначение, разработка, качество, конструкция, упаковка, структура цены, репутация товара, сильные и слабые стороны, этапы жизненного цикла товара, позиционирование товара на рынке в представлении потребителей;
  - сбытовая политика компании; показатели сбыта по группам товаров и отдельным видам, по территориальному признаку, по рынкам; оценка рыночного потенциала товара; перспективы роста объема продаж и повышение эффективности функционирования каналов распределения;
  - характеристика рынка, сегментирование рынка товара в настоящее время и возможные изменения сегментирования в будущем;
  - анализ рынка потребителей: характеристика существующих и потенциальных потребителей, анализ их поведения на рынке, отличительные черты клиентуры компании;
  - ценовая политика, тенденции, измерение конкурентоспособности цен;
  - анализ конкуренции: характеристика основных и второстепенных конкурентов, их доля на рынке; сильные и слабые стороны конкурентов: качество продукции, особенности сбыта, способы рекламы, цена;
  - изучение цепочки создания ценности, процесса формирования и развития взаимоотношений между ее участниками и т.д.;
  - политика компании в области маркетинговых коммуникаций, оценка существующих подходов компании к продвижению товара, затрат на продвижение, оценка роли торгового персонала в продвижении товара;
- оценка эффективности и результативности маркетинга;

■ анализ цепочки создания ценности, управление взаимоотношениями с поставщиками и потребителями;

■ исследование отдельных элементов маркетингового комплекса, в т.ч. продукта, цен на него, каналов распределения, систем продвижения товаров на рынке.

*По выбранному направлению работы необходимо:*

а) изучить и отразить в отчете основные выявленные маркетинговые проблемы, обосновать целесообразность и возможность их решения;

б) дать характеристику состояния проблемы и возможных вариантов ее решения;

в) разработать рекомендации по решению проблемы;

г) оценить результаты практической реализации предложенных рекомендаций.

Если речь идет о маркетинговом комплексе (или отдельных его элементах), то необходимо разработать программу маркетинговых мероприятий, либо (если она уже разработана) удостовериться в ее обоснованности, исходя из оценки состояния фирмы и реальности прогноза рынка.

#### ***4. Проблемы совершенствование маркетинга на предприятии***

Процесс анализа должен завершаться разработкой рекомендаций в области:

- разработки маркетинговой стратегии, соответствующей конкурентной ситуации, для достижения выгодного конкурентного положения;
- совершенствования товарной стратегии, стратегии ценообразования, распределения или продвижения товара (услуги);
- предложения мероприятий по реализации выбранной стратегии маркетинга;
- совершенствования организации маркетинга на предприятии ( в организации).

Рекомендации должны быть обсуждены на предприятии (в организации), а их практическая пригодность должна быть подтверждена отзывом руководителя практики от компании.

В случаях необходимости кафедра разрабатывает дополнения к основной программе практики, учитывающие условия и специфику работы предприятия.