

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



Л.И.Бушуева

«23» 05 2018г.

ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

(практика по получению первичных профессиональных умений)

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

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга.

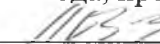
Протокол заседания № 9 от «28» мая 2018 г.

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, способа и форма проведения учебной практики;
2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении учебной практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы;
3. Место практики в структуре образовательной программы;
4. Объем учебной практики и ее продолжительности (объем в зачетных единицах в неделях либо в академических или астрономических часах);
5. Содержание учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков;
6. Формы отчетности учебной 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 учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков;
9. Перечень информационных технологий, используемых при проведении учебной практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем;
10. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков.

Содержание программы практики

Учебная практика является составной частью основной образовательной программы **направления 38.04.02 «Менеджмент» магистерской программы «Маркетинг»** и имеет большое значение для выполнения магистерской диссертации и организации научной деятельности магистра.

Настоящая программа учебной 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 учебной практики

Виды практики – учебная.

Типы учебной практики: практика по получению первичных профессиональных умений

Способы проведения учебной практики: стационарная и выездная.

Учебная практика проводится концентрированно в течение четырех недель на первом курсе во втором семестре.

Магистры **направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» направленность (профиль) программы «Маркетинг»** проходят практику на предприятиях и в организациях г. Сыктывкара и Республики Коми, среди них:

1. ОАО «Сбербанк»
2. ОАО «Комитекс»
3. ФГУП «Почта России»
5. ПАО «Ростелеком»
6. АО «Монди СЛПК»
7. ПАО «ВТБ24»
8. ГАУ РК «ЦРТ и ПК»
9. Агентство инвестиционного развития РК

10. Министерство экономики РК
11. АО «Тандер»
12. ООО «Хлебозавод»
13. АО «Тиссю груп»

Руководство учебной практикой возлагается на научного руководителя магистранта, совместно с которым на первой неделе практики магистрант составляет индивидуальный план.

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. Дневник должен заполняться администрацией института, руководителями практики со стороны кафедры и со стороны предприятия по требуемым формам, данным в дневнике. Содержание практики с учетом индивидуального задания должно быть запланировано в дневнике по практике руководителем от кафедры по согласованию со студентом.

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 учебной практики по получению первичных профессиональных умений, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Учебная практика магистров проводится в сторонних организациях или в самом вузе на первом курсе обучения. Местом прохождения практики являются предприятия промышленности, строительства, бытового обслуживания населения, торговли, занимающиеся маркетинговой деятельностью, обладающие необходимым кадровым и

научно-техническим потенциалом, консалтинговые организации, а также муниципальные и региональные организации.

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

Цель учебной практики.

Учебная практика является обязательным разделом основной образовательной программы магистратуры. Она представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Учебная практика направлена на фактическое ознакомление магистров с опытом текущего функционирования предприятий и организаций, а также с современными подходами к маркетинговому управлению и решению разнообразных задач управления бизнесом.

Целью учебной практики является углубление и закрепление полученных теоретических знаний в области маркетинга, а также подготовка магистров к самостоятельной управленческой, аналитической и научно-исследовательской деятельности. В процессе прохождения практики формируется умение проведения анализа социально-экономических процессов, выявления проблем конкретного характера и использования теоретических знаний в практической работе.

Основные задачи учебной практики:

1. закрепление теоретических знаний, полученных магистрами в процессе обучения, и формирование навыков практической работы в сфере маркетинга на предприятиях и в организациях;

2. изучение порядка организации маркетингового управления, знакомство с функциональными обязанностями маркетолога на предприятии и в организации;

3. владение методами и приемами анализа, регулирования, управления и другими вопросами, связанными с маркетингом на предприятии;

4. овладение навыками проведения анализа существующих систем маркетингового управления;

5. овладение приемами и навыками осуществления сбора данных и получение навыков обобщения результатов анализа, оценка мероприятий по совершенствованию организации маркетингового управления;

6. изучение стратегии и организации управления маркетингом и сбытом на предприятии и в организации, а также получение навыков разработки маркетинговой стратегии и оперативного управления маркетинговыми мероприятиями;

8. проведение исследования по теме, согласованной с руководителями практики от предприятия и кафедры;

9. подбор материала для подготовки научных докладов, публикаций, написания курсовой работы, а также магистерской диссертации.

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

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

И задачами профессиональной деятельности:

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 учебной практики

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

Содержание и шифр компетенции	Планируемые результаты обучения		
	знать	уметь	владеть
ОПК-3 Способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	Как проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	Проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	Методами проведения самостоятельных исследований, обоснования актуальности и практической значимости избранной темы научного исследования
ОК-3 Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Содержания процессов саморазвития, самоорганизации и использования творческого потенциала, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности.	Самостоятельно строить процесс овладения информацией, отобранной и структурированной для выполнения профессиональной деятельности.	Технологиями организации процесса саморазвития, самоорганизации и использования творческого потенциала; приемами целеполагания во временной перспективе, способами планирования, организации, самоконтроля и самооценки деятельности.
ПК-1 Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Принципы, технологии разработки, методы принятия и реализации управленческих решений в области управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Навыками разработки и обоснования вариантов оптимальных управленческих решений
ПК-4 Способность использовать количественные и	Качественные методы для проведения прикладных исследований и	Применять количественные и качественные методы для	Методами проведения количественных и

качественные методы для проведения	управления бизнес-процессами; знает, как готовить аналитические материалы по результатам их применения	проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, а также готовить аналитические материалы по результатам их применения	качественных прикладных исследований и управления бизнес-процессами, а также владеет навыками подготовки аналитических материалов по результатам их применения
ПК-7 Способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи и доклада	Требования, предъявляемые к разработке доклада (научной статьи) и методике их подготовки, алгоритм обоснования результатов научного исследования	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	Навыками 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 обосновать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	Историю развития конкретной научной проблемы, ее роль и место в изучаемом научном направлении, способы описания характеристик объекта, предмета, цели и задач собственного научного исследования, а также актуальность исследуемой проблемы	Обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость выбранного направления исследования	Навыками обоснования актуальности и практической значимости темы научного исследования
ПК-9 Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	Теоретические подходы, методы и принципы проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой	Проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	Навыками проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой

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 учебной практики в структуре образовательной программы

Учебная практика является обязательным этапом обучения и проводится на 1 курсе во втором семестре магистерской программы. Ей предшествуют курсы «Управленческая экономика», «Методы исследований в менеджменте», «Маркетинг-менеджмент», «Социальное проектирование и социальное предпринимательство», «Современные теории маркетинга: маркетинг взаимоотношений и сетевой подход в маркетинге», «Финансовый менеджмент» и др.

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 управления предприятием, функциональные обязанности руководителя;

Быть готовым: к использованию основных и специальных методов экономического анализа информации в сфере профессиональной деятельности; проведению маркетинговых исследований; к 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 путей возможности их совершенствования; выработки управленческих решений при разработке проблем совершенствования управления маркетингом; оценки ожидаемых результатов при реализации мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.

В соответствии с учебным планом магистерской подготовки ее продолжительность практики составляет **4 недели (3 ЗЕ)**

Места прохождения учебной практики могут быть предложены кафедрой или выбраны магистрами самостоятельно по согласованию с кафедрой. Учебная 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 учебной практик в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях либо в академических или астрономических часах

Продолжительность учебной практики составляет 4 недели (216 часов), что соответствует трудоемкости 6 з.е.

Форма обучения	Курс	Сроки
Очная	1	2 семестр
Очно-заочная/заочная	1	2 семестр

5. Содержание учебной практики

Учебная практика содержит ряд ключевых этапов.

Подготовительный (ознакомительный) этап 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 на кафедру плана работы по заданию обучающегося (в т.ч. индивидуальному).
- Определение соответствия условий базы практики программе практики.
- Мониторинг присутствия обучающихся на практике и своевременного выполнения заданий.
- Контроль заполнения дневника о прохождении практики и подготовки отчета по практике на консультациях руководителя практики от кафедры.

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 (Приложение 2). За время прохождения производственной 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.

- Ежедневное оформление отчетной документации.

На третьем (оценочно-результативном) этапе обучающиеся оформляют отчет по результатам прохождения практики.

Формы текущего контроля на данном этапе:

- Анализ отчетной документации 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.

6. Формы отчетности по учебной 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.

6.1. 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 3).
4. Приложения. К отчету в обязательном порядке прикладывается дневник практики с отзывом руководителя со стороны организации – базы практики

6.2. Методические рекомендации по написанию и подготовке к защите отчета

Титульный лист является первой страницей и оформляется по строго определенному стандарту (Приложение 1). Отчет по практике оформляется на листах формата А4. Содержание излагается грамотно, четко и логически последовательно. Работа выполняется на компьютере с соблюдением полей: левое – 30 мм, правое – 15 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм. Шрифт – Times New Roman, кегль – 14, межстрочный интервал – 1,5. Все страницы нумеруются, начиная с титульного листа (номер страницы на нем не проставляется), арабскими цифрами в верхнем правом углу. Заголовки структурных элементов печатают прописными буквами и располагают по центру страницы. Точки в конце заголовков не ставятся, заголовки не подчеркиваются. Переносы слов во всех заголовках не допускаются. Расстояние между названием раздела и последующим текстом должно быть равно 3 интервалам.

Цифровой материал оформляется в виде таблицы. Каждая таблица должна иметь

свой порядковый номер и название. Название таблицы располагается по центру. В тексте обязательно должна быть сделана ссылка на нее, которая может быть оформлена следующим образом: «... результаты данного исследования приведены в таблице 2» или «... результаты данного исследования (см. табл. 2) показали, что...».

К отчету прилагается дневник, содержащий отзыв руководителя от предприятия и заверенный печатью базы практики. Вместе с дневником отчет представляется на проверку руководителю практики.

Общий объем отчета (не считая приложений) не должен превышать 50-70 страниц стандартного формата. Технические требования к оформлению отчета такие же, как и к оформлению исследовательских работ.¹ На последней странице текстовой части отчета должна стоять подпись студента.

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

6.3. Методические рекомендации для обучающихся по подготовке и прохождению практики

До начала практики обучающийся:

1. Знакомится с содержанием программы практики.
2. Выбирает базу практики и заключает договор. Обучающийся может пройти практику на базе университета.
3. Предоставляет заключенный договор руководителю практики от СыктГУ.
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.

¹ Гудырева Л.В. Методические рекомендации по оформлению научно-исследовательской работы студентов. Изд-во СГУ, Сыктывкар, 2014г., С. 23.

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.

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;

После прохождения практики обучающийся составляет индивидуальный отчет, который должен содержать обработанную информацию, собранную в соответствии с программой обследования, анализ материалов индивидуального задания в соответствии с содержанием программы.

К отчету прилагается дневник, содержащий отзыв руководителя со стороны предприятия (организации), который должен быть заверен подписью руководителя организации и печатью.

Законченный и полностью оформленный отчет вместе с дневником студент сдает на кафедру. На кафедре регистрируется дата сдачи. Затем отчет о практике передается руководителю для комплексной проверки качества отчета перед защитой.

Учебная практика считается завершенной при условии выполнения магистром всех требований программы практики.

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

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 учебной 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 учебной 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 учебной 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>	
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
способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного	ПК-7

отчета, статьи или доклада	
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
Пороговый	Знать: 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
Базовый		Демонстрирует знание содержания и особенностей процессов саморазвития, самоорганизации и использования творческого потенциала, но дает неполное обоснование соответствия выбранных технологий реализации процессов целям профессионального роста.
Высокий		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.
Пороговый	Уметь: 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.
Базовый		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.
Высокий		Умеет строить процесс самообразования с учетом внешних и внутренних условий реализации.

Пороговый	Владеть: технологиями организации процесса саморазвития, самоорганизации и использования творческого потенциала; приемами целеполагания во временной перспективе, способами планирования, организации, 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.
Базовый		Владеет системой приемов организации процесса саморазвития и самоорганизации только в определенной сфере деятельности.
Высокий		Владеет системой приемов организации процесса саморазвития и самоорганизации только в определенной сфере деятельности и 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
Пороговый	Знать: как проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	Имеет не полное представление о теоретических подходах и методах проведения самостоятельных исследований, обосновании актуальности и практической значимости избранной темы научного исследования
Базовый		Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания о теоретических подходах и методах проведения самостоятельных исследований, обосновании актуальности и практической значимости избранной темы научного исследования
Высокий		Сформированные полностью знания о теоретических подходах и методах проведения самостоятельных исследований, обосновании актуальности и практической значимости избранной темы научного исследования
Пороговый	Уметь: проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	Допускает ошибки при самостоятельном поведении исследований, обосновании актуальности и практической значимости избранной темы научного исследования
Базовый		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования
Высокий		Успешное умение проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования
Пороговый	Владеть: методами проведения	Недостаточное владение навыками проведения

	самостоятельных исследований, обоснования актуальности и практической значимости избранной темы научного исследования	самостоятельных исследований, обоснования актуальности и практической значимости избранной темы научного исследования
Базовый		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы владение навыками проведения самостоятельных исследований, обоснования актуальности и практической значимости избранной темы научного исследования
Высокий		Полностью сформированы навыки самостоятельных 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
Пороговый	Знать: 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
Базовый		Демонстрирует знание технологий разработки, принятия и реализации управленческих решений в области управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
Высокий		Владеет полной системой знаний о принципах разработки, принятия и реализации управленческих решений в области управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
Пороговый	Уметь: управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Допускает ошибки в организации управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
Базовый		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
Высокий		Успешное умение организовывать управление организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
Пороговый	Владеть: разработки и обоснования вариантов оптимальных управленческих решений	Недостаточно владеет навыками разработки и обоснования вариантов оптимальных управленческих решений и их оформлением
Базовый		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков разработки и обоснования вариантов оптимальных управленческих решений и их оформления

Высокий		Успешное применение навыков разработки и обоснования вариантов оптимальных управленческих решений и их оформления
----------------	--	---

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

Показатели оценивания	Результаты обучения	Критерии оценивания компетенций
Пороговый	Знать: 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
Базовый		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.
Высокий		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
Пороговый	Умеет: 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
Базовый		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
Высокий		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
Пороговый	Владеет: методами проведения количественных и качественных прикладных исследований и	Недостаточное владение навыками проведения количественных и качественных прикладных исследований и управления бизнес-процессами, а

	управления бизнес-процессами, а также владеет навыками подготовки аналитических материалов по результатам их применения	также подготовки аналитических материалов по результатам их применения
Базовый		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
Высокий		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-7 – способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада

Показатели оценивания	Результаты обучения	Критерии оценивания компетенций
Пороговый	Знать: 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 (научной статьи), и методике их подготовки, алгоритме обоснования результатов научного исследования
Базовый		Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания о требованиях, предъявляемых к разработке доклада (научной статьи), и методике их подготовки, алгоритме обоснования результатов научного исследования
Высокий		Сформированные полностью знания о требованиях, предъявляемых к разработке доклада (научной статьи), и методике их подготовки, алгоритме обоснования результатов научного исследования
Пороговый	Уметь: 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	Допускает ошибки при самостоятельной работе с научной литературой, нормативно-правовыми документами, представлении результатов 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
Базовый		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
Высокий		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
Пороговый	Владеть: 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
Базовый		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
Высокий		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
Пороговый	Знать: историю развития конкретной научной проблемы, ее роль и место в изучаемом научном направлении, способы описания характеристик объекта, предмета, цели и задач собственного научного исследования	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
Базовый		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
Высокий		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
Пороговый	Уметь: обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость выбранного направления исследования	Допускает ошибки при обосновании актуальности, теоретической и практической значимости выбранного направления исследования
Базовый		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость выбранного направления исследования
Высокий		Успешное умение обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость выбранного направления исследования
Пороговый	Владеть: навыками обоснования актуальности и практической значимости темы научного исследования	Недостаточное владение навыками обоснования актуальности и практической значимости темы научного исследования
Базовый		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы владение навыками обоснования актуальности и практической значимости темы научного исследования
Высокий		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
Пороговый	Знать: теоретические подходы, методы и принципы проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой	Имеет не полное представление о теоретических подходах, методах и принципах проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой
Базовый		Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания о теоретических подходах, методах и принципах проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой
Высокий		Сформированные полностью знания о теоретических подходах, методах и принципах проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой

Пороговый	Уметь: проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	Допускает ошибки при проведении самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой
Базовый		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой
Высокий		Успешное умение проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой
Пороговый	Владеть: навыками проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой	Недостаточное владение навыками проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой
Базовый		В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы владение навыками проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой
Высокий		Полностью сформированы навыки проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой

7.2. Паспорт фонда оценочных средств по практике

№ п/п	Этап практики	Код контролируемой компетенции (или её части) / и ее формулировка – по желанию	Наименование оценочного средства
1.	Ознакомительно-подготовительный	ОПК-3 Способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования ОК-3 Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала ПК-8 Способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	Подготовленное обоснование актуальности и практической значимости исследовательской проблемы, анализируемой в рамках индивидуального задания. Подбор и изучение литературы по теме исследования, определенного в индивидуальном задании, используемой для разработки методологии исследования.
2.	Деятельностный	ОК-3 Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала ОПК-3 Способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования ПК-1 Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников,	Материалы, позволяющие анализировать: • общие вопросы производственно-хозяйственной деятельности предприятия; • стратегию и практику управления маркетингом и сбытом; Работа в группе со студентами для совместного проведения исследования, обработки его

		<p>проектами и сетями. ПК-9 Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой</p>	<p>результатов и формулировки выводов и рекомендаций.</p> <p>Формы для выполнения индивидуального задания по практике:</p> <ul style="list-style-type: none"> • форм для анкетного опроса потребителей. • схем глубинных интервью с менеджерами предприятий и организаций; • схем глубинных интервью и фокус-групп для опроса клиентов <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>ПК-1 Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями. ПК-4 Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения. ПК-7 Способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Индивидуальный отчет</i>, 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>Презентация результатов практики</i> в ходе защиты отчета

7.3. Процедура оценивания

Форма итогового контроля - *дифференцированный зачет*

Наименование оценочного средства	Шкала оценивания
Отчет по установленной в программе практики форме	<p>«Отлично» — содержание и оформление отчета об учебной 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</p>

	<p>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 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.</p>
--	--

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

Основная литература

1. **Котлер Ф.** Основы маркетинга. Краткий курс/ Пер. с англ. – М: «Вильямс», 2015.
2. **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. **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.
4. **Ламбен Ж.Ж., Чумпитас Р., Шулинг И.** Менеджмент, ориентированный на рынок: Стратегический и операционный маркетинг, 2-е изд. ("Классика МВА") (ГРИФ). - СПб.: Питер, Лидер, 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. **Попова Ю.Ф.** Межфирменные сети на промышленных рынках России: теория и практика управления. СПб.: Наука, 2008.
9. **Третьяк О.А.** Маркетинг: новые ориентиры модели управления. Серия учебников «Учебник Московского Государственного Университета им. М.В. Ломоносова». – М.: Инфра-М, 2005.

http://www.marketing.rbc.ru	Портал компании РосБизнесКонсалтинг, включает результаты маркетинговых исследований товарных рынков и рынков услуг, регионов, в помощь маркетологу – бесплатные шаблоны для проведения
---	--

	исследований, новости.
http://www.agiks.ru/data/konf/page8.htm	Гильдия маркетологов: объединение специалистов в области маркетинга Адресно-телефонный справочник Республики Коми [Электронный ресурс] // Автоматизированная Геоинформационная кадастровая система Республики Коми
http://www.dis.ru	Издательская группа «Дело и сервис» - маркетинг, менеджмент, бухучет
http://www.infostat.ru	Информационно-издательский центр «Статистика России».
http://www.raexpert.ru	Рейтинги. Обзоры. Исследования. Конференции. – Эксперт РА.
http://komi.gks.ru	Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Коми.
http://www.bkg.ru	Раздел «Статьи» общетеоретические по маркетингу и брендингу и практические по организации продаж, ведению переговоров и др.
http://www.e-xecutive.ru	Портал профессионального сообщества менеджеров, включает результаты маркетинговых исследований рынков, публикации по маркетингу
http://www.marketing.spb.ru	Энциклопедия маркетинга. Представлены публикации по вопросам маркетинга: брендинг, ценообразование, поведение потребителей, финансовый, промышленный, международный маркетинг и т.д.; примеры маркетинговых исследований.
http://www.retail.ru/news/	Новости розничной торговли
http://www.creatiff.ru/	Портал рекламистов
http://www.sostav.ru	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.
http://www.btl.ru	Сайт Российской ассоциации стимулирования сбыта, включает статьи, интервью специалистов по вопросам BTL - коммуникаций
http://www.marketing-mix.ru	Материалы по теоретическим и практическим вопросам маркетинга
http://www.4p.ru	Электронный журнал по маркетингу,

	включает статьи по вопросам теории и практики маркетинга, готовые маркетинговые исследования рынков товаров и услуг и др.
http://www.nns.ru	«Национальная электронная библиотека»
http://www.libertarium.ru	Библиотека Либертариума
http://e-library.ru	Научная электронная библиотека
http://www.expert.ru	Журнал «Эксперт»
http://www.cfin.ru	Корпоративный менеджмент
http://www.bkg.ru	BKG. Management Consulting Experts - русскоязычный ресурс
http://www.rsl.ru	Российская государственная библиотека
http://www.ecsocman.hse.ru	Федеральный образовательный портал – Экономика, Социология, Менеджмент

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

Студентам предоставлена возможность работать в сети Интернет, пользоваться электронными базами данных, электронными учебниками и учебными пособиями по изучаемой дисциплине. Используется электронная почта для поддержания связи преподавателя со студентами и получения консультаций в дистанционном режиме. Студенты имеют возможность использовать текстовый редактор MS WORD, программы электронных таблиц MS EXCEL, программ обработки маркетинговой информации (SPSS и Statistica), программы Power Point для подготовки презентаций и др. В процессе обучения студенты используют справочно-правовые системы: Консультант Плюс и Гарант.

10. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения учебной практики.

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

- рабочим местом 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.

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

ОТЧЕТ

о прохождении учебной практики

Выполнил(а) магистр ____ группы _____
Ф.И.О.

Руководитель практики от предприятия _____

Ф.И.О., должность

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 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 учебной 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:

- 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.

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;
- выбор целевых рынков;
- оценка эффективности и результативности маркетинга;
- управление цепочкой 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.

Рекомендации должны быть обсуждены на предприятии, а их практическая пригодность подтверждена отзывом руководителя практики от предприятия.

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