




МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

**«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)**

Школа экономики и менеджмента

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель образовательной
программы



« 20 » _____ июля 2019 г. Е.В. Носкова

ПРОГРАММА

ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

по получению профессиональных умений и опыта
в организационно-управленческой деятельности

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

38.04.02 Менеджмент

Программа академической магистратуры

Магистерская программа: «Стратегический маркетинг»

Владивосток
2019

1. НОРМАТИВНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩАЯ ПРОЦЕСС ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Программа практики разработана в соответствии с требованиями:

– Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

– приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

– приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 27.11.2015 № 1383 «Об утверждении положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования»;

– требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 30.03.2015г. № 322;

– образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого федеральным государственным автономным образовательным учреждением высшего образования «Дальневосточный федеральный университет» для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования – программ магистратуры (далее – ОС ВО ДВФУ), утвержденного приказом ректора от 07.07.2015г. № 12-13-1282;

– устава ДВФУ, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 06.05.2016 № 522;

– внутренние нормативные акты и документы ДВФУ.

2. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА В ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Целями производственной практики по получению профессиональных умений и опыта в организационно-управленческой деятельности являются:

- закрепление и углубление теоретической подготовки обучающихся;
- приобретение обучающимися практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности в условиях турбулентности внешней среды и цифровизации экономики.

3. ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА В ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Задачами производственной практики по получению профессиональных умений и опыта в организационно-управленческой деятельности по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» является формирование навыков и умений в рамках следующих направлений профессиональной деятельности:

- управленческой деятельности в организациях любой организационно-правовой формы, в которых выпускники работают в качестве исполнителей или руководителей в различных службах аппарата управления;
- управленческой деятельности в органах государственного и муниципального управления;
- предпринимательской и организационной деятельности в структурах, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело;
- научно-исследовательской деятельности в научных организациях, связанных с решением управленческих проблем;

- научно-исследовательской и преподавательской деятельности в образовательных организациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования.

Задачами производственной практики являются:

– ознакомиться с основными направлениями деятельности предприятия, его статусом;

– изучить организационно-управленческую структуру, место, роль и функции службы маркетинга, её связь с экономической и коммерческой службами;

– ознакомиться с нормативными актами, регламентирующими деятельность предприятия;

– изучить систему функционирования предприятия в условиях рыночной экономики, взаимосвязь внешней среды функционирования с финансовым, технологическим, кадровым потенциалами предприятия;

– оценить потенциальные возможности предприятия;

– провести SWOT-анализ;

– провести самостоятельные маркетинговые исследования;

– разработать стратегию маркетинга предприятия;

– наметить некоторые направления совершенствования деятельности предприятия в области маркетинга.

4. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА В ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта в организационно-управленческой деятельности является составной частью основной профессиональной образовательной программы, входит в «Блок 2. Практики» учебного плана (индекс Б2.В.02.04 (П)) и является обязательной.

Для успешного прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта в организационно-управленческой деятельности у студентов должны быть сформированы предварительные компетенции:

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;
- готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;
- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала;
- умением быстро осваивать новые предметные области, выявлять противоречия, проблемы и вырабатывать альтернативные варианты их решения;
- способностью генерировать идеи в научной и профессиональной деятельности;
- способностью вести научную дискуссию, владение нормами научного стиля современного русского языка;
- способностью к свободной научной и профессиональной коммуникации в иноязычной среде;
- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;
- готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;
- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала;
- готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности;
- готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

– способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования.

Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта в организационно-управленческой деятельности проходит во 2-м семестре, является одной из 8-ти практик, предусмотренных учебным планом по направлению подготовки 38.04.002 Менеджмент, магистерская программа «Стратегический маркетинг». Содержание производственной практики по получению профессиональных умений и опыта в организационно-управленческой деятельности предполагает предшествующее полное освоение предметов базовой и вариативной части учебного плана.

Основой для успешного прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта в организационно-управленческой деятельности являются знания, полученные при изучении таких дисциплин как «Практический маркетинг», «Критическое и проектное мышление», «Поведение потребителей», «Технологии анализа рынка», «Цифровой маркетинг».

В результате прохождения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта в организационно-управленческой деятельности у обучающихся будут сформированы умения и навыки, необходимые для последующего освоения дисциплин «Управление результативностью маркетинга», «Экономическое обоснование маркетинговых решений», «Маркетинговое управление», «Бренд-менеджмент».

5. ТИПЫ, СПОСОБЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА В ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Вид практики – производственная практика.

Тип практики – производственная практика по получению профессиональных умений и опыта в организационно-управленческой деятельности.

Способ проведения – стационарная, выездная.

Форма проведения практики – рассредоточенная.

В соответствии с графиком учебного процесса практика реализуется в 3-м семестре на 2 курсе.

Местом проведения практики являются: сторонние организации, обладающие необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом, а также в отдельных случаях, практика может проводиться на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики.

В качестве баз производственной практики выбираются предприятия, отвечающие следующим требованиям:

- соответствовать профилю подготовки студента и виду практики;
- иметь сферы деятельности, предусмотренные программой практики;
- располагать квалифицированными кадрами для руководства практикой студентов.

Местом прохождения практики являются предприятия торговли, бытового обслуживания населения, предприятия, занимающиеся маркетинговой деятельностью.

Место практики выбирается студентом, исходя из предоставляемого кафедрой перечня или из собственных возможностей при наличии письменного согласия руководителя предприятия на проведение практики с указанием названия предприятия, его адреса, телефона для осуществления контроля со стороны руководителя практики от Вуза

Главным условием выбора места прохождения производственной практики является то обстоятельство, что объектами будущей профессиональной деятельности должны быть:

–предприятия, коммерческие организации различных организационно-правовых форм (государственные, муниципальные, производственные кооперативы, хозяйственные товарищества и общества),

–некоммерческие организации и объединения, требующие профессиональных знаний в области маркетинговой деятельности.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов выбор мест прохождения практики согласуется с требованием их доступности для данных обучающихся и практика проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

6. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА В ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В результате прохождения данной практики у обучающегося формируются следующие профессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК – 1 - способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Знает	- технологический процесс как объект управления; – методы оценки эффективности работы;
	Умеет	- проводить анализ технологического процесса как объекта управления; - систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия;
	Владеет	- навыками принимать управленческих решений в области профессиональной деятельности;
ПК-2 – способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	Знает	- показатели эффективности хозяйственной деятельности; - методы анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности; - стратегии предприятия; - направления аудита профессиональной деятельности;
	Умеет	- определять подходы к анализу и оценке

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
		<p>бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать стратегии предприятия;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - навыками проведения контроля за реализацией и оценкой эффективности путем аудита профессиональной деятельности;
ПК-3 – способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - методы исследования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий; - показатели результатов профессиональной деятельности
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - определять подходы и выбирать методы исследования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий; - выбирать показатели результатов профессиональной деятельности
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - навыками проведения исследований тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий; - навыками проведения анализа результатов профессиональной деятельности;
ПК-4 – способность анализировать и формировать предпринимательскую ориентацию организации	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - направления изменений в области профессиональной деятельности;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - выбирать направления изменений в области профессиональной деятельности;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - навыками управления изменениями в области профессиональной деятельности;
ПК-5 – способность определения перспектив развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - информационное и технологическое обеспечение профессиональной деятельности;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать и реализовывать проекты в области информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - навыками проектирования и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности;
ПК-6 – способность действовать проективно на основе разработки инновационных решений в различных областях управления	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - подходы к проектированию, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг; - подходы к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций; - подходы к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров; - подходы к проектированию и разработке бренд-технологий;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - находить инновационные идеи при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг; - выбирать подходы к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
		организаций; - выбирать и обосновывать подходы к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров; - проектировать и разрабатывать бренд-технологии;
	Владеет	- навыками проектирования, разработки, экспертизе и рекламы новых товаров и услуг; - навыками оценки прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций; - навыками прогнозирования и проектирования ассортимента товаров; - навыками проектирования и разработки бренд-технологий;
ПК-7 - способность комплексного использования инструментов проектного и процессного менеджмента для решения стратегических и тактических задач управления организации	Знает	- подходы к разработке проектов по формированию новых рынков товаров и услуг;
	Умеет	- разрабатывать проекты по формированию новых рынков товаров и услуг;
	Владеет	- навыками разработки проектов по формированию новых рынков товаров и услуг.

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА В ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Общая трудоемкость производственной практики по получению профессиональных умений и опыта в организационно-управленческой деятельности составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов	Трудоемкость (в часах)		Итого	Формы текущего контроля
			Аудиторная работа	Самостоятельная работа		
1.	Подготовительный этап	Инструктаж по технике безопасности	6	20	26	Устный опрос, роспись в журнале учета

№	Разделы	Виды учебной	Трудоемкость (в часах)		Итого	Формы
2.1	Производственный этап	Сбор материала в соответствии с индивидуальным заданием	6	20	26	Устный опрос
2.2	Обработка и анализ полученной информации	Сбор материала в соответствии с индивидуальным заданием	6	20	26	Устный опрос
2.3	Подготовка отчета по практике	Написание и оформление отчета	6	20	26	Устный опрос
3.	Итоговый	Защита отчета по практике на кафедре руководителю практики	12	28	40	Защита отчета с оценкой
Итого			36	108	144	

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ НА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА В ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Задания для проведения текущей аттестации по разделам (этапам) практики, осваиваемым студентом самостоятельно

Содержание практики зависит от места ее проведения. Производственная практика может быть организована на производственных и торговых предприятиях, в консалтинговых, исследовательских, рекламных компаниях и других организациях, а также на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики ДВФУ.

В основе организации производственной практики лежит договор, заключаемый на безвозмездной основе между ФГАОУ ВПО «Дальневосточный федеральный университет» и предприятиями (учреждениями, организациями), которые выступают в качестве баз практики. В случае прохождения практики на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики договор не заключается.

Непосредственными участниками организации проведения практики являются:

- студент университета, направленный на практику;
- руководитель практики от кафедры университета (преподаватель);
- принимающая организация в лице руководителя организации (подразделения) и специалиста, которому поручается непосредственное руководство практикой (руководитель и специалист могут быть в одном лице).

Общее руководство практикой студентов осуществляет кафедра маркетинга, коммерции и логистики, а непосредственное руководство осуществляют научные руководители из числа преподавателей кафедры маркетинга, коммерции и логистики.

В принимающей организации руководство практикой студентов в структурном подразделении (отделе, службе, и т.п.) возлагается на квалифицированных специалистов и руководителей.

Основными нормативно-методическими документами, регламентирующими работу студентов на практике, являются:

- договор Университета с принимающей организацией;
- направление на практику;
- программа прохождения практики;
- дневник о прохождении практики.

Практика в организациях осуществляется на основе договоров, в соответствии с которыми указанные организации предоставляют места для прохождения практики студентов. Типовой договор на прохождение практики разрабатывается Правовым департаментом ДВФУ и по мере необходимости пересматривается по представлению подразделения Службы проректора по УВР, курирующего процесс организации практик в ДВФУ.

Допускается возможность заключения договоров в индивидуальном порядке со студентами, желающими пройти практику в организациях по собственному выбору, но не позднее 1 месяца до начала практики. Для студентов, обучающихся по заочной форме, базами практики могут являться предприятия и организации, на которых они работают.

Руководитель практики от вуза своевременно распределяет студентов по местам практики и готовит представление кафедры для подготовки проекта приказа.

Руководитель практики от кафедры осуществляет контроль за правильной организацией практики, систематически контролирует ее прохождение, а также консультирует студентов по всем возникающим вопросам. С этой целью составляется график консультаций, который на собрании (первый день) о прохождении практики доводится до студентов. В графике консультаций выделяются отдельные даты (один раз в неделю), в которые студент в обязательном порядке должен явиться на кафедру и показать дневник практики.

По итогам прохождения производственной практики студентом на кафедру предоставляются следующие документы: дневник практики и отчет о практике. В Дневник практики (приложения 3 и 4), наряду с отзывом руководителя практики от организации, включается анкета для самооценки деятельности магистра при прохождении практики.

Для оформления результатов производственной практики рекомендуется следующий порядок размещения материала для сдачи на кафедру:

1. **Отзыв руководителя от организации** с места практики, выполненный на фирменном бланке с подписью руководителя и печатью принимающей организации.

2. **Дневник студента** по производственной практике. Дневник составляется студентом в соответствии с указаниями программы, индивидуальным заданием и дополнительными указаниями руководителей практики от вуза и от организации. Дневник о прохождении практики является основным документом, по которому студент отчитывается за выполнение программы и индивидуального задания по практике. В нем по дням указываются виды работ, выполнявшиеся студентом на предприятии (учреждении, организации) в период прохождения преддипломной практики. Титульный лист и форма дневника представлены в приложениях 3 и 4.

3. **Отчет студента** по производственной практике. В отчете должно быть содержательно отражено выполнение всех пунктов индивидуального задания, выданного студенту перед началом практики, а также всех пунктов программы практики, а также получение указанных выше компетенций. Титульный лист отчета о практике представлен в приложении 2.

Отчет о прохождении производственной практики магистра по направлению подготовки «Менеджмент» программа подготовки «Стратегический маркетинг» должен включать следующие элементы:

1. Титульный лист.
2. Путевка или справка-подтверждение на прохождение практики.
3. Отзыв-характеристика руководителя от организации, заверенная печатью предприятия.
4. План практики и задание на практику с подписями руководителей от кафедры и базы практики.
5. Дневник по практике, в котором записаны все выполняемые работы и задания по дням прохождения практики, подписанный руководителем от предприятия.
6. Содержание.
7. Введение, в котором должны быть определены цель и задачи прохождения практики в соответствии с задачами профессиональной деятельности и целями основной образовательной программы с учетом компетентностного подхода.
8. Список терминов, сокращений (если это необходимо).
9. Характеристика организации – места прохождения практики (отчет о первом этапе практики).
10. Практические результаты, полученные студентом в процессе выполнения индивидуального задания (отчет о втором этапе практики).
11. Результаты научно-исследовательской работы (если она предусматривается индивидуальным заданием).

12. Заключение, составным элементом которого может быть рекомендуемая Анкета студента по итогам прохождения практики.

13. Приложения.

Образец оформления титульного листа отчета о практике приведен в приложении 2.

Объем отчета о производственной практике должен составлять 25 - 30 страниц машинописного текста (полуторный интервал). В отчете по практике материал необходимо распределить по отдельным главам. Главы могут содержать подразделы, которые должны быть отражены в содержании отчета. Предложения и выводы должны быть четко сформулированы. В отчете по практике материал распределяется по вопросам программы.

Отчет о производственной должен быть оформлен в соответствии с Методическими рекомендациями по оформлению курсовых и выпускных квалификационных работ. При оформлении отчета по практике необходимо учитывать следующие обязательные требования к его оформлению.

1. Набор текста осуществляется на компьютере. Отчет о практике оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А 4 (размер 210 на 297 мм) в соответствии со следующими требованиями:

- интервал междустрочный – полуторный;
- шрифт – Times New Roman;
- размер шрифта – 14 пт (в таблицах допускается 10-12 пт);
- выравнивание текста «по ширине» с автоматической расстановкой переносов.

2. Страницы отчета о практике должны иметь следующие размеры полей:

- левое – 25-30 мм;
- правое – 10 мм;
- верхнее и нижнее – 20 мм.

3. Нумерация страниц начинается с титульного листа арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Порядковый

номер страницы ставится в правой нижней части страницы, начиная с Введения.

4. Приложения и список использованных источников необходимо включать в сквозную нумерацию.

5. Каждая составная часть работы (глава, раздел), кроме подразделов или пунктов, должна начинаться с новой страницы.

6. Весь иллюстративный материал может быть представлен таблицами и рисунками (диаграммами, схемами, блок-схемами и пр.), которые должны иметь соответствующий номер и название. Рисунки следует располагать непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. Рисунки следует нумеровать арабскими цифрами порядковой нумерацией в пределах раздела. Номер рисунка будет составным: номер раздела и, через точку, порядковый номер рисунка в нем (например, 2.1.). В тексте должны быть ссылки на имеющиеся таблицы и рисунки и другой графический материал.

Правильно оформленный отчет о практике распечатывается и скрепляется. С отчетом обязательно должен ознакомиться руководитель практики от организации, послед чего он дает письменный отзыв (характеристику) о выполнении студентом программы практики. Данный отзыв в краткой форме оформляется в дневнике практиканта, заверяется подписью руководителя практики от предприятия и печатью организации.

Отчет о прохождении производственной практики практики студент обязан предоставить на кафедру для проверки в течение 10 дней после даты окончания практики. В течение следующих 7 дней руководитель практики от кафедры проверяет его и окончательную оценку выставляет по результатам защиты. Защита отчетов по практике проводится в срок, установленный заведующим кафедрой и согласованный с учебным отделом.

Отчет студента о прохождении практики должен содержать:

- цели и задачи практики;

- характеристику организации, в которой студент проходил практику или для которой разрабатывается проект;
- оценку положения предприятия на рынке;
- характеристику структурного подразделения (подразделений), в котором (в которых) студент работал во время практики – анализ регламентирующих деятельность подразделения документов;
- подробное описание задачи, поставленной перед студентом научным руководителем и руководителем практики со стороны организации;
- необходимые первичные документы, которые будут использованы при написании ВКР;
- предварительные результаты анализа поставленной проблемы, или проект методики для проведения маркетингового исследования, или предварительные рекомендации по решению консалтинговой задачи и т.п.

Базами практики являются предприятия различных организационно-правовых форм, работающих в различных сферах: производственной, посреднической, финансовой. Базы практики определяются в соответствии с индивидуальными целевыми договорами на подготовку специалистов. Направление студентов на практику оформляется приказом ректора, проект которого подготавливается выпускающей кафедрой за месяц до выхода студентов на практику.

Содержание практики зависит от места ее проведения и может быть организована на производственных, торговых, транспортных предприятиях, в консалтинговых, исследовательских, рекламных компаниях и других организациях.

Отчет составляется индивидуально каждым магистром и должен отражать его деятельность в период практики, а также должен соответствовать заданной структуре, основываться на аналитических материалах с обязательной оценкой изученного практического опыта, выводами и предложениями по решению выделенных проблем.

Содержание программы практики на базе предприятия

1. Подготовительный этап.

На этом этапе проводится собрание по практике на кафедре:

- определение целей, задач практики,
- определение сроков и календарного плана практики,
- знакомство с программой практики.

На данном этапе руководитель практики от кафедры знакомит студентов с их правами и обязанностями и сроками предоставления отчетных документов по практике.

2. Производственный этап.

На этом этапе осуществляется сбор и анализ материала в соответствии с индивидуальным заданием.

2.1. Изучение деятельности предприятия и его основных подразделений:

- наименование, форма собственности, юридический и фактический адрес, год образования, краткая история развития предприятия;
- виды деятельности предприятия;
- организационная структура управления предприятием (вид, наименование подразделений предприятия и их краткая характеристика);
- нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность предприятия (устав, нормативно-правовые документы федерального, регионального и муниципального уровня; годовая и оперативная отчетность предприятия и т.д.);
- оценка показателей деятельности предприятия в динамике развития (показателей (объем и структура продаж, валовая прибыль, чистая прибыль, рентабельность продаж, рентабельность капитала, инвестиции за три последних года));
- краткая характеристика всех бизнес-единиц (направлений деятельности) предприятия;
- характеристика службы маркетинга на предприятии (состав, структура, функциональные обязанности сотрудников службы маркетинга,

положение о службе маркетинга; в случае отсутствия службы маркетинга – указать, кто и какие функции маркетинга выполняет);

2.2. Анализ маркетинговой деятельности предприятия:

- информационные потоки на предприятии;
- направления маркетинговых исследований, проводимых на предприятии (с описанием направлений маркетинговых исследований, заказываемых у сторонних специализированных маркетинговых компаний и маркетинговых исследований, выполняемых собственными силами);
- методы обработки маркетинговой информации на предприятии;
- основные направления использования результатов маркетинговых исследований различными подразделениями предприятия.
- характеристика видов маркетинговых решений на предприятии (ассортиментная, ценовая, коммуникационная политики).

2.3 Изучение положения предприятия в конкурентной среде:

- анализ экономической, политической, правовой и социально-культурной среды (STEP- , PEST- , ETOM- и QUEST-анализ);
- анализ угроз со стороны внешней среды;
- список и сравнительный анализ конкурентов по показателям, которые студент определяет самостоятельно (например, общие сведения о конкуренте; оценка рыночных позиций конкурентов на основе построения карт стратегических групп; финансовые показатели; положение продукта конкурента на рынке; материально-техническое снабжение (входящее); производство; информационная обеспеченность; организация сбыта; формирование спроса; стимулирование сбыта; кадровый потенциал);
- конкурентный анализ (анализ конкурентной среды предприятия по модели 5-ти сил Майкла Портера, ;
- анализ слабых и сильных сторон предприятия в конкурентной борьбе и угрозы со стороны конкурентов;
- SWOT-анализ деятельности предприятия;

– предложения по укреплению положения предприятия в конкурентной среде.

2.4. На этом этапе практики студенты выполняют индивидуальное задание по специальности, выдаваемое непосредственным руководителем на месте практики. В отчете данный этап практики может быть отражен в виде описания личных функциональных обязанностей, реализуемых студентом на рабочем месте, и практических результатов, достигнутых в процессе прохождения практики.

2.5 Разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия. Обязательным условием прохождения производственной практики является выявление проблем в области маркетинговой деятельности предприятия и разработка рекомендаций по принятию маркетинговых решений с целью решения выявленных проблем.

Завершающим этапом практики становится оформление результатов, полученных за весь период практики, в виде итогового отчета.

Отчет принимается на кафедре руководителем практики и регистрируется методистом кафедры в журнале регистрации. Публичная защита отчетов проходит в сроки, установленные приказом по прохождению практики, с которым студенты знакомятся за месяц до начала практики.

Оценка результатов практики проводится по 5-балльной системе. При оценке результатов практики учитываются знание студентом методики анализа, умение оценить эффективность маркетинговой деятельности предприятия, самостоятельность расчетов, приобретенные практические навыки в работе с экономической документацией, трудовая и исполнительная дисциплина, знание нормативных актов, а так же используются критерии выставления оценки, приведенные во введении настоящей программы практики.

Если производственная практика оценивается неудовлетворительно, студент проходит ее вновь в свободное от учебных занятий время.

Результатом успешного прохождения практики являются:

-положительные характеристики качества работы студента руководителем практики от предприятия и кафедры,

-результаты контроля за прохождением практики и представленный дневник практики;

- своевременно представленный на кафедру отчет о прохождении практики.

Отчет о прохождении производственной практики магистра в общем виде включает элементы:

1. Титульный лист.
2. Путевка или справка-подтверждение с подписью руководителя практики от предприятия и печатью предприятия
3. Отзыв-характеристика руководителя от организации, заверенная печатью предприятия
4. Дневник по практике, в котором записаны все выполняемые работы и задания по дням прохождения практики, подписанный руководителем от предприятия.
5. Оглавление отчета, состоящее из вопросов программы практики;
6. Введение, в котором должны быть определены цель и задачи прохождения практики в соответствии с задачами профессиональной деятельности и целями основной образовательной программы с учетом компетентностного подхода.
7. Непосредственно содержание отчета с последовательным освещением всех вопросов программы практики;
8. Заключение.
9. Список использованных источников.
10. Приложения.

В отчете по практике материал необходимо распределить по отдельным главам.

Весь иллюстративный материал может быть представлен таблицами и рисунками (диаграммами, схемами, блок-схемами и пр.), которые должны

иметь соответствующий номер и название. Рисунки следует располагать непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. Рисунки следует нумеровать арабскими цифрами порядковой нумерацией в пределах всего документа или раздела. В последнем случае номер рисунка будет составным: номер раздела и, через точку, порядковый номер рисунка в нем (например, 2.1.). В тексте должны быть ссылки на имеющиеся таблицы и рисунки и другой графический материал. Оформление таблиц должно соответствовать требованиям Методических указаний по оформлению выпускных квалификационных и курсовых работ ШЭМ.

Правильно оформленный отчет о практике распечатывается и скрепляется. С отчетом обязательно должен ознакомиться руководитель практики от организации, послед чего он дает письменный отзыв (характеристику) о выполнении студентом программы практики. Данный отзыв в краткой форме оформляется в дневнике практиканта, заверяется подписью руководителя практики от предприятия и печатью организации.

Руководство практикой:

Обязанности кафедры, ответственной за организацию практики.

В обязанности кафедры маркетинга, коммерции и логистики по организации, методическому руководству, согласованию программ практики с предприятиями-базами практики, назначению руководителей практики из числа профессорско-преподавательского состава, подготовке приказа о распределении студентов на практику, обеспечению предприятий и самих студентов программами практики. В обязанности кафедры может также входить проведение организационного собрания студентов-практикантов и руководителей практики по разъяснению целей, содержания, порядка и контроля прохождения практики

Обязанности руководителя ОП

Руководитель ООП определяет базы практик студентов, согласовывает их с заведующим кафедрой и представляет директору Школы для заключения договоров с работодателями.

Обязанности руководителя практики – представителя вуза.

- устанавливает связь с руководителями практики от организации и совместно с ними

составляет план прохождения практики студенту, руководствуясь при этом утвержденным графиком учебного процесса по программе,

- разрабатывает тематику индивидуальных заданий;

- принимает участие в распределении студентов по рабочим местам или перемещении по видам работ;

- обеспечивает проведение организационных мероприятий, связанных с проведением практики (инструктаж по технике безопасности, о порядке прохождения практики, прохождении медкомиссии и т.д.);

- осуществляет контроль над соблюдением сроков практики и ее содержания;

- контролирует выполнение практикантами правил внутреннего распорядка;

- оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий и сборе материалов к курсовой и выпускной квалификационной работам, магистерской диссертации;

- оценивает результаты выполнения студентами программы практики.

На основании отчета и его защиты выставляется дифференцированный зачет.

Функции предприятия – базы практики и обязанности руководителя практики – представителя предприятия.

Руководитель практики от предприятия должен принять меры, необходимые для обеспечения эффективного прохождения практики, порядок возложения функций руководителя практики от предприятия на высококвалифицированных специалистов определенных структурных подразделений. В свою очередь руководитель практики - представитель

предприятия (организации) распределяет студентов по рабочим местам, контролирует соблюдение трудовой и производственной дисциплины практикантами, знакомит с организацией работ на конкретном рабочем месте, контролирует ведение дневников, подготовку отчетов, составление студентами отчетов о практике. На крупном предприятии руководитель практики – представитель предприятия может возложить руководство практикой на работников подразделения, где непосредственно работает студент. В этом случае за каждым работником – руководителем практикой в подразделении закрепляется не более четырех-пяти студентов.

По итогам практики руководитель практики – представитель предприятия и непосредственные руководители в подразделениях готовят и производственную характеристику – отзыв от предприятия (организации). Данный отзыв прилагается к отчету о практике или заносится в соответствующий раздел Дневника практики.

Отзыв руководителя практики может отражать следующие моменты:

- Характеристика магистра как специалиста, овладевшего определенным набором профессиональных компетенций; способность к организаторской и управленческой деятельности, к творческому мышлению, инициативность и дисциплинированность.
- Отражены направления дальнейшего совершенствования, недостатки и пробелы в подготовке студента;
- Дается оценка выполнения студентом работ в баллах (по 5-ти балльной шкале).

Права и обязанности студентов-практикантов.

- обеспеченность рабочим местом;
- возможность обращения по всем возникающим проблемам и вопросам к руководителю практики – представителю предприятия и представителю вуза;

- возможность доступа к информации, необходимой для выполнения программы практики и т.д.

Функциональные обязанности практиканта

Перед началом практики студент должен:

1. явиться в назначенное время на общее организационное собрание (инструктаж);
2. получить в отделе практики ДВФУ направление в принимающую организацию;
3. получить от преподавателя - руководителя практики от кафедры индивидуальное задание, необходимые инструкции и консультации;
4. изучить предусмотренные программой практики материалы.

Студент обязан осуществлять:

- ведение Дневника практики, выполнение намеченной программы (Приложение 2);
- подчинение правилам внутреннего распорядка, действующим на базовом предприятии;
- соблюдение правил техники безопасности и производственной санитарии;
- представление в установленном порядке руководителю практики обязательных документов о прохождении практики.

Контроль за прохождением практики осуществляется как со стороны кафедры, так и со стороны предприятия. При выявленных нарушениях может стоять вопрос об отчислении студента из института.

Отчет защищается магистром в ходе личного собеседования с руководителем практики (т.е. научным руководителем) в установленные сроки. В процессе защиты отчета по практике студент должен кратко изложить основные результаты проделанной работы, выводы и рекомендации.

На основании отчета и его защиты выставляется дифференцированный зачет. Оценка практики выставляется в ведомость руководителем практики и заносит ее в зачетную книжку.

Критериями оценки являются:

–уровень теоретического осмысления студентами практической деятельности конкретного предприятия (организации, учреждения);

–качество отчета по итогам практики, полнота его содержания и его соответствие требованиям, предъявляемым к оформлению работ данного типа;

–уровень овладения студентами профессиональными компетенциями, предусмотренными учебным планом;

–уровень профессиональной направленности выводов и рекомендаций, сделанных студентом в ходе прохождения практики.

Студенты, не получившие положительной оценки по технологической практике, считаются не выполнившими учебный план и не допускаются к защите выпускной квалификационной работы.

9. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)

9.1 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА В ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Паспорт фонда оценочных средств

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК – 1 - способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Знает	- технологический процесс как объект управления; – методы оценки эффективности работы;
	Умеет	- проводить анализ технологического процесса как объекта управления; - систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия;
	Владеет	- навыками принимать управленческих

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
		решений в области профессиональной деятельности;
ПК-2 – способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - показатели эффективности хозяйственной деятельности; - методы анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности; - стратегии предприятия; - направления аудита профессиональной деятельности;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - определять подходы к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности - разрабатывать стратегии предприятия;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - навыками проведения контроля за реализацией и оценкой эффективности путем аудита профессиональной деятельности;
ПК-3 – способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - методы исследования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий; - показатели результатов профессиональной деятельности
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - определять подходы и выбирать методы исследования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий; - выбирать показатели результатов профессиональной деятельности
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - навыками проведения исследований тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий; - навыками проведения анализа результатов профессиональной деятельности;
ПК-4 – способность анализировать и формировать предпринимательскую ориентацию организации	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - направления изменений в области профессиональной деятельности;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - выбирать направления изменений в области профессиональной деятельности;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - навыками управления изменениями в области профессиональной деятельности;
ПК-5 – способность определения перспектив развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - информационное и технологическое обеспечение профессиональной деятельности;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать и реализовывать проекты в области информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - навыками проектирования и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности;
ПК-6 – способность действовать проективно на основе разработки инновационных решений в	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - подходы к проектированию, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг; - подходы к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
различных областях управления		<p>организаций;</p> <ul style="list-style-type: none"> - подходы к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров; - подходы к проектированию и разработке бренд-технологий;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - находить инновационные идеи при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг; - выбирать подходы к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций; - выбирать и обосновывать подходы к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров; - проектировать и разрабатывать бренд-технологии;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - навыками проектирования, разработки, экспертизе и рекламы новых товаров и услуг; - навыками оценки прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций; - навыками прогнозирования и проектирования ассортимента товаров; - навыками проектирования и разработки бренд-технологий;
ПК-7 - способность комплексного использования инструментов проектного и процессного менеджмента для решения стратегических и тактических задач управления организации	Знает	- подходы к разработке проектов по формированию новых рынков товаров и услуг;
	Умеет	- разрабатывать проекты по формированию новых рынков товаров и услуг;
	Владеет	- навыками разработки проектов по формированию новых рынков товаров и услуг.

№ п/п	Контролируемые разделы (этапы) практики	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства	
			текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	Подготовительный этап	<p>ПК-1</p> <p><i>знает</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - технологический процесс как объект управления; - методы оценки эффективности работы; <p><i>умеет</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить анализ технологического процесса как объекта управления; - систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов 	Собеседование (УО - 1)	Вопросы на зачет 1-5

№ п/п	Контролируемые разделы (этапы) практики	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства		
			текущий контроль	Промежуточная аттестация	
			предприятия; <i>владеет</i> – навыками принимать управленческих решений в области профессиональной деятельности;		
2.1	Производственный этап	ПК-2 ПК-3 ПК-5	<p><i>знает</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - методы анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности; – направления аудита профессиональной деятельности; - методы исследования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий; – показатели результатов профессиональной деятельности – информационное и технологическое обеспечение профессиональной деятельности; <p><i>умеет</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - определять подходы к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности; - определять подходы и выбирать методы исследования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий; - выбирать показатели результатов профессиональной деятельности; <p><i>Владеет</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками проведения контроля за реализацией и оценкой эффективности путем аудита профессиональной деятельности; - навыками проведения исследований тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий; - навыками проведения анализа результатов профессиональной деятельности; 	Собеседование (УО - 1)	Вопросы на зачёт 1-7
2.2	Обработка и анализ полученной информации	ПК-2 ПК-6	<p><i>знает</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - показатели эффективности хозяйственной деятельности; - подходы к проектированию, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг; - подходы к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций; 	Собеседование (УО - 1)	Вопросы на зачёт № 6- 24

№ п/п	Контролируемые разделы (этапы) практики	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	Промежуточная аттестация
			<ul style="list-style-type: none"> - подходы к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров; - подходы к проектированию и разработке бренд-технологий; 		
			<p><i>умеет</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - находить инновационные идеи при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг; - выбирать подходы к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций; - выбирать и обосновывать подходы к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров; - проектировать и разрабатывать бренд-технологии; 		
			<p><i>владеет</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками проектирования, разработки, экспертизе и рекламы новых товаров и услуг; - навыками оценки прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций; - навыками прогнозирования и проектирования ассортимента товаров; - навыками проектирования и разработки бренд-технологий; 		
2.3	Подготовка отчета по практике	ПК-2 ПК-7	<p><i>знает</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - стратегии предприятия; - подходы к разработке проектов по формированию новых рынков товаров и услуг; 		
			<p><i>умеет</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать стратегии предприятия; - разрабатывать проекты по формированию новых рынков товаров и услуг; 		
			<p><i>владеет</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки проектов по формированию новых рынков товаров и услуг. 		
3	Итоговый		<p><i>знает</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - направления изменений в области профессиональной деятельности; 	Собеседование (УО - 1)	Вопросы на зачёт № 1-25
			<p><i>умеет</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - выбирать направления изменений 		

№ п/п	Контролируемые разделы (этапы) практики	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства	
			текущий контроль	Промежу- точная аттестация
		ПК-4 ПК-5	в области профессиональной деятельности; - разрабатывать и реализовывать проекты в области информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности;	
			<i>владеет</i> - выбирать направления изменений в области профессиональной деятельности; - навыками проектирования и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности;	

Форма контроля по итогам производственной практики по получению профессиональных умений и опыта в организационно-управленческой деятельности – зачёт с оценкой.

Перечень компетенций, описание показателей и критериев их оценивания на различных этапах формирования, шкала оценивания

При проведении аттестации оценивается уровень сформированности следующих компетенций представленных в таблице.

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
ПК – 1 - способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	знает (пороговый уровень)	- технологический процесс как объект управления; методы оценки эффективности работы;	- знание технологического процесса как объекта управления; методов оценки эффективности работы;	- способность перечислить и охарактеризовать технологический процесс как объект управления; методы оценки эффективности работы;
	умеет (продвинутый уровень)	- проводить анализ технологического процесса как объекта управления; - систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия;	- умение проводить анализ технологического процесса как объекта управления; систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия;	способность осуществлять анализ технологического процесса как объекта управления; систематизацию и обобщение информации по формированию и использованию ресурсов предприятия;
	владеет (высокий уровень)	- навыками принимать управленческих решений в области профессиональной деятельности;	- владение навыками принятия управленческих решений в области профессиональной деятельности;	- способность самостоятельно использовать и правильно интерпретировать методы и инструменты принятия управленческих решений в области профессиональной деятельности;
ПК-2 – способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы	знает (пороговый уровень)	- показатели эффективности хозяйственной деятельности;	- знание показателей эффективности хозяйственной деятельности; методов анализа и оценки	- способность перечислить и охарактеризовать основные показатели эффективности хозяйственной деятельности;

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию		<ul style="list-style-type: none"> - методы анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности; - стратегии предприятия; - направления аудита профессиональной деятельности; 	бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности; стратегий предприятия; направлений аудита профессиональной деятельности;	методы анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности; стратегии предприятия; направления аудита профессиональной деятельности;
	умеет (продвинутый уровень)	<ul style="list-style-type: none"> - определять подходы к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности; - разрабатывать стратегии предприятия; 	<ul style="list-style-type: none"> - умение определять подходы к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, умение разрабатывать стратегии предприятия; 	<ul style="list-style-type: none"> - способность определять подходы к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, разрабатывать стратегии предприятия;
	владеет (высокий уровень)	<ul style="list-style-type: none"> - навыками проведения контроля за реализацией и оценкой эффективности путем аудита профессиональной деятельности; 	<ul style="list-style-type: none"> - владение навыками проведения контроля за реализацией и оценкой эффективности путем аудита профессиональной деятельности; 	<ul style="list-style-type: none"> - способность самостоятельно использовать и правильно интерпретировать методы и инструменты контроля за реализацией и оценкой эффективности путем аудита профессиональной деятельности;
ПК-3 – способность использовать современные методы управления корпоративными	знает (пороговый уровень)	<ul style="list-style-type: none"> - методы исследования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий; - показатели результатов 	<ul style="list-style-type: none"> - знание методов исследования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий; показателей результатов 	способность перечислить и охарактеризовать методы исследования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий; показатели

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
финансами для решения стратегических задач		профессиональной деятельности	профессиональной деятельности	результатов профессиональной деятельности
	умеет (продвинутый уровень)	- определять подходы и выбирать методы исследования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий; - выбирать показатели результатов профессиональной деятельности	- умение определять подходы и выбирать методы исследования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий; выбирать показатели результатов профессиональной деятельности	- способность определять подходы и выбирать методы исследования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий; способность выбирать показатели результатов профессиональной деятельности
	владеет (высокий уровень)	- навыками проведения исследований тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий; - навыками проведения анализа результатов профессиональной деятельности;	- владение навыками проведения исследований тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий; навыками проведения анализа результатов профессиональной деятельности;	- способность самостоятельно использовать и правильно интерпретировать методы и инструменты исследований тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий; анализа результатов профессиональной деятельности;
ПК-4 – способность анализировать и формировать предпринимательскую ориентацию организации	знает (пороговый уровень)	– направления изменений в области профессиональной деятельности;	– знание направлений изменений в области профессиональной деятельности;	– способность перечислить и охарактеризовать направления изменений в области профессиональной деятельности;
	умеет (продвинутый уровень)	- выбирать направления изменений в области профессиональной деятельности;	- умение выбирать направления изменений в области профессиональной деятельности;	- способность обеспечивать выбор направления изменений в области профессиональной деятельности;
	владеет (высокий уровень)	- навыками управления изменениями в области профессиональной	- владение навыками управления изменениями в области профессиональной	- способность самостоятельно использовать и правильно интерпретировать методы и

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
		деятельности;	деятельности;	инструменты управления изменениями в области профессиональной деятельности;
ПК-5 – способность определения перспектив развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды	знает (пороговый уровень)	- информационное и технологическое обеспечение профессиональной деятельности;	- знание информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности;	- способность перечислить и охарактеризовать информационное и технологическое обеспечение профессиональной деятельности;
	умеет (продвинутый уровень)	- разрабатывать и реализовывать проекты в области информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности;	- умение разрабатывать и реализовывать проекты в области информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности;	- способность разрабатывать и реализовывать проекты в области информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности;
	владеет (высокий уровень)	- навыками проектирования и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности;	- владение навыками проектирования и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности;	- способность самостоятельно использовать и правильно интерпретировать методы и инструменты проектирования и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности;
ПК-6 – способность действовать проективно на основе разработки инновационных решений в различных областях управления	знает (пороговый уровень)	- подходы к проектированию, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг; - подходы к оценке прогнозируемой и реальной	- знание подходов к проектированию, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг; подходов к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций;	- способность перечислить и охарактеризовать подходы к проектированию, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг; подходы к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций; подходы к

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
		<p>конкурентоспособности товаров и организаций;</p> <ul style="list-style-type: none"> - подходы к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров; - подходы к проектированию и разработке бренд-технологий; 	<p>подходов к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров;</p> <p>подходов к проектированию и разработке бренд-технологий;</p>	<p>прогнозированию и проектированию ассортимента товаров; подходы к проектированию и разработке бренд-технологий;</p>
	<p>умеет (продвинутый уровень)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - находить инновационные идеи при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг; - выбирать подходы к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций; - выбирать и обосновывать подходы к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров; - проектировать и разрабатывать бренд-технологии; 	<ul style="list-style-type: none"> - умение находить инновационные идеи при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг; выбирать подходы к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций; - выбирать и обосновывать подходы к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров; - проектировать и разрабатывать бренд-технологии; 	<ul style="list-style-type: none"> - способность находить инновационные идеи при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг; выбирать подходы к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций; - выбирать и обосновывать подходы к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров; - проектировать и разрабатывать бренд-технологии;
	<p>владеет (высокий уровень)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - навыками проектирования, разработки, экспертизе и 	<ul style="list-style-type: none"> - владение навыками проектирования, разработки, экспертизе и рекламы новых 	<ul style="list-style-type: none"> - способность самостоятельно использовать и правильно интерпретировать методы и

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
		<p>рекламы новых товаров и услуг;</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками оценки прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций; - навыками прогнозирования и проектирования ассортимента товаров; - навыками проектирования и разработки бренд-технологий; 	<p>товаров и услуг; навыками оценки прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций; навыками прогнозирования и проектирования ассортимента товаров; навыками проектирования и разработки бренд-технологий;</p>	<p>инструменты проектирования, разработки, экспертизе и рекламы новых товаров и услуг; оценки прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций; прогнозирования и проектирования ассортимента товаров; проектирования и разработки бренд-технологий;</p>
<p>ПК-7 - способность комплексного использования инструментов проектного и процессного менеджмента для решения стратегических и тактических задач управления организации</p>	<p>знает (пороговый уровень)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - подходы к разработке проектов по формированию новых рынков товаров и услуг; 	<ul style="list-style-type: none"> – знание подходов к разработке проектов по формированию новых рынков товаров и услуг; 	<ul style="list-style-type: none"> – способность перечислить и охарактеризовать подходы к разработке проектов по формированию новых рынков товаров и услуг;
	<p>умеет (продвинутый уровень)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать проекты по формированию новых рынков товаров и услуг; 	<ul style="list-style-type: none"> - умение разрабатывать проекты по формированию новых рынков товаров и услуг; 	<ul style="list-style-type: none"> - способность разрабатывать проекты по формированию новых рынков товаров и услуг;
	<p>владеет (высокий уровень)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки проектов по формированию новых рынков товаров и услуг. 	<ul style="list-style-type: none"> - владение навыками разработки проектов по формированию новых рынков товаров и услуг. 	<ul style="list-style-type: none"> - способность самостоятельно использовать и правильно интерпретировать методы и инструменты разработки проектов по формированию новых рынков товаров и услуг.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения производственной практики по получению профессиональных умений и опыта в организационно-управленческой деятельности

Текущая аттестация студентов. Текущая аттестация студентов по производственной практике по получению профессиональных умений и опыта в организационно-управленческой деятельности проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Текущая аттестация проводится в форме контрольных мероприятий: собеседование по основным этапам практики отчёта по производственной практике и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- собеседование по заданным вопросам по разделам (этапам) практики;
- степень усвоения теоретических знаний оценивается через систему устных ответов, собеседования по заданным вопросам;
- результаты самостоятельной работы оценивается через систему подготовки разделов отчёта.

Примерный перечень вопросов для собеседования по разделам отчёта (текущая аттестация)

Практика на базе предприятия

Раздел 1 Характеристика предприятия

1. Нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность предприятия.
2. Характеристика основных видов деятельности предприятия.
3. Организационная структура управления предприятия.
4. Краткая экономическая характеристика деятельности предприятия.
5. Анализ кадрового состава предприятия.

6. Источники закупки товаров (сырьевых материалов), их классификация.
7. Перечень поставщиков товаров и услуг.
8. Подходы к выбору наиболее выгодных поставщиков товаров, используемые на предприятии.
9. Методы изучения спроса, используемые на предприятии.
10. Характеристика ассортимента и объемов закупок товаров (или производства товаров) на предприятии.
11. Анализ показателей деятельности предприятия в динамике развития (товарооборот, товарооборот на 1 м² торговой площади, прибыль, прибыль на 1 м² торговой площади и т.д.).

Раздел 2 Оценка маркетинговой деятельности предприятия

1. Характеристика основных видов маркетинговой деятельности предприятия
2. Организационная структура службы маркетинга на предприятии. Функциональные обязанности сотрудников службы маркетинга. В случае отсутствия службы маркетинга – указать, кто и какие функции маркетинга выполняет.
3. Положение о службе маркетинга.
4. Направления маркетинговых исследований, проводимых на предприятии.
5. Перечень поставщиков товаров и услуг.
6. Перечень и краткая характеристика конкурентов предприятия.
7. Слабые и сильные стороны предприятия в конкурентной борьбе и угрозы со стороны конкурентов.
8. Результаты SWOT-анализа деятельности предприятия.
9. Результаты оценки конкурентоспособности предприятия.
10. Предложения по укреплению положения предприятия в конкурентной среде.

11. Методы обработки маркетинговой информации на предприятии.
12. Основные направления использования результатов маркетинговых исследований различными подразделениями предприятия.
13. Характеристика видов маркетинговых решений на предприятии (ассортиментная, ценовая, коммуникационная политики).
14. Рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.

Практика на базе кафедры

1. Понятие рынка и рыночных исследований
2. Подход к исследованию рынка
3. Методы исследования рынка
4. Методы анализа рынка
5. Процесс исследования рынка
6. Методы качественных исследований
7. Методы количественных исследований
8. Этапы формирования выборки
9. Методы формирования выборки
10. Требования к составлению отчета по исследованию
11. Понятие конъюнктуры рынка
12. Понятие рыночной конъюнктуры рынка
13. Понятие общехозяйственной конъюнктуры рынка
14. Что такое лояльность потребителей к товару (бренду, предприятию)?
15. Виды лояльности потребителей.
16. Методики определения рыночной доли
17. Методики определения емкости рынка
18. Методы исследования потребительских предпочтений, которые были использованы на практике
19. Методы качественных исследований, использованные на

практике

20. Методы количественных исследований, использованные на практике

21. Инструментарий исследования, разработанный на практике

22. Состояние и тенденции развития исследуемого на практике товарного рынка

Критерии оценки (устный ответ)

100-85 баллов - если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

84-65 - баллов - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

64-45- балл - оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько

ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

45-0 баллов - ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по производственной практике проводится на 2 курсе во 2-м семестре в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Предусмотрен зачет с оценкой в форме защиты отчёта.

Отчет защищается магистром в ходе личного собеседования с руководителем практики (т.е. научным руководителем) в установленные сроки. В процессе защиты отчета по практике студент должен кратко изложить основные результаты проделанной работы, выводы и рекомендации.

На основании отчета и его защиты выставляется дифференцированный зачет с оценкой. Оценка практики выставляется в ведомость руководителем практики и заносит ее в зачетную книжку.

Критериями оценки являются:

–уровень теоретического осмысления студентами практической деятельности конкретного предприятия (организации, учреждения);

–качество отчета по итогам практики, полнота его содержания и его соответствие требованиям, предъявляемым к оформлению работ данного типа;

–уровень овладения студентами профессиональными компетенциями, предусмотренными учебным планом;

–уровень профессиональной направленности выводов и рекомендаций, сделанных студентом в ходе прохождения практики.

Студенты, не получившие положительной оценки по производственной практике, считаются не выполнившими учебный план и не допускаются к защите выпускной квалификационной работы.

Оценочные средства для промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов для собеседования (промежуточная аттестация) – зачет с оценкой

Практика на базе предприятия

1. Организационная и правовая характеристика предприятия
2. Нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность предприятия.
3. Характеристика основных видов деятельности предприятия.
4. Организационная структура управления предприятием.
5. Анализ кадрового состава предприятия.
6. Перечень поставщиков товаров и услуг.
7. Подходы к выбору наиболее выгодных поставщиков товаров, используемые на предприятии.
8. Методы изучения спроса, используемые на предприятии.
9. Характеристика ассортимента и объемов закупок товаров (или производства товаров) на предприятии.
10. Анализ показателей деятельности предприятия в динамике развития (товарооборот, товарооборот на 1 м² торговой площади, прибыль, прибыль на 1 м² торговой площади и т.д.).
11. Характеристика основных видов маркетинговой деятельности предприятия.

12. Организационная структура службы маркетинга на предприятии.
 13. Функциональные обязанности сотрудников службы маркетинга.
- В случае отсутствия службы маркетинга – указать, кто и какие функции маркетинга выполняет.
14. Положение о службе маркетинга.
 15. Направления маркетинговых исследований, проводимых на предприятии.
 16. Перечень поставщиков товаров и услуг.
 17. Перечень и краткая характеристика конкурентов предприятия.
 18. Слабые и сильные стороны предприятия в конкурентной борьбе и угрозы со стороны конкурентов.
 19. Результаты SWOT-анализа деятельности предприятия.
 20. Результаты оценки конкурентоспособности предприятия.
 21. Предложения по укреплению положения предприятия в конкурентной среде.
 22. Методы обработки маркетинговой информации на предприятии.
 23. Основные направления использования результатов маркетинговых исследований различными подразделениями предприятия.
 24. Характеристика видов маркетинговых решений на предприятии (ассортиментная, ценовая, коммуникационная политики).
 25. Рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.

Практика на базе кафедры

1. Понятие рынка и рыночных исследований
2. Подход к исследованию рынка
3. Методы исследования рынка
4. Методы анализа рынка
5. Процесс исследования рынка
6. Методы качественных исследований
7. Методы количественных исследований

8. Этапы формирования выборки
9. Методы формирования выборки
10. Требования к составлению отчета по исследованию
11. Понятие конъюнктуры рынка
12. Понятие рыночной конъюнктуры рынка
13. Понятие общехозяйственной конъюнктуры рынка
14. Методики определения рыночной доли
15. Методики определения емкости рынка
16. Какие Вы знаете подходы к оценке конкурентной среды рынка?
17. Какие показатели необходимо оценивать в процессе оценки конкурентной среды рынка?
18. Что такое лояльность потребителей к товару (бренду, предприятию)?
19. Виды лояльности потребителей.
20. Программы лояльности потребителей.
21. Подходы к оценке лояльности потребителей.
22. Методы исследования потребительских предпочтений, которые были использованы на практике
23. Методы качественных исследований, использованные на практике
24. Методы количественных исследований, использованные на практике
25. Инструментарий исследования, разработанный на практике
26. Кабинетные исследования, проведенные в процессе прохождения практики: цели, задачи, результаты
27. Полевые исследования, проведенные в процессе прохождения практики: цели, задачи, результаты
28. Качественные методы исследования, использованные в процессе прохождения практики: цели, задачи, результаты
29. Количественные методы исследования, использованные в

процессе прохождения практики: цели, задачи, результаты

30. Почему были выбраны именно эти методы исследования?
31. Какой подход был использован к формированию выборки и почему?
32. Каким образом была рассчитана выборка в процессе исследования?
33. Перечислите основных операторов исследуемого товарного рынка?
34. Состояние и тенденции развития исследуемого на практике товарного рынка
35. Рекомендации операторам рынка, разработанные по результатам проведенного в процессе практики исследования.

При выставлении оценки «отлично» при защите отчета по практике студент должен демонстрировать высокий уровень, оценки «хорошо» - продвинутый уровень, а оценки «удовлетворительно» - пороговый.

Основные объекты оценивания результатов прохождения учебной практики:

- деловая активность студента в процессе практики;
- производственная дисциплина студента;
- оформление дневника практики;
- качество выполнения и оформления отчета по практике;
- уровень ответов при сдаче зачета (защите отчета);
- характеристика и оценка работы студента руководителем практики с места прохождения практики.

Критерии выставления оценки студенту на зачете по практике

Оценка	Требования к сформированным компетенциям
«отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он полностью выполнил программу практики, умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, умеет

Оценка	Требования к сформированным компетенциям
	приводить примеры, ответил на все вопросы во время защиты практики, ответы отличаются логичностью, глубиной и полнотой раскрытия темы
«хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он полностью выполнил программу практики, умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, хорошо справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, ответил на основные вопросы во время защиты практики, ответы отличаются логичностью и полнотой раскрытия темы, однако допускается одна - две неточности в ответе
«удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он выполнил основную часть программы практики, но с трудом умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, в целом справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, ответы на вопросы во время защиты практики отличаются недостаточной глубиной и полнотой
«неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не выполнил программу практики, не умеет использовать теоретические знания при выполнении задания по практике, не справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, не ответил на основные вопросы во время защиты практики

Студент, не выполнивший программу практики по уважительной причине, направляется на практику повторно в свободное от аудиторных занятий время. Студент, не выполнивший программу практики без уважительной причины или получивший неудовлетворительную оценку, считается имеющим академическую задолженность. Ликвидация этой задолженности проводится в соответствии с нормативными документами ДВФУ.

Методические указания по составлению отчета по производственной практике по получению профессиональных умений и опыта в организационно-управленческой деятельности

Содержание отчета. Отчет по производственной практике должен включать следующие обязательные элементы:

1. Титульный лист (Приложение 1).
2. Путевка или справка-подтверждение с подписью руководителя практики от предприятия и печатью предприятия
3. Отзыв-характеристика руководителя от организации, заверенная печатью предприятия

4. Дневник по практике, в котором записаны все выполняемые работы и задания по дням прохождения практики, подписанный руководителем от предприятия (Приложение 2).

5. Оглавление отчета, состоящее из вопросов программы практики (Приложение 3);

6. Введение, в котором должны быть определены цель и задачи прохождения практики в соответствии с задачами профессиональной деятельности и целями основной образовательной программы с учетом компетентностного подхода.

7. Непосредственно содержание отчета с последовательным освещением всех вопросов программы практики;

8. Заключение.

9. Список использованных источников.

10. Приложения.

Рассмотрим требования к содержанию каждого отдельного элемента отчета.

- *Введение*, в котором излагаются цели и задачи производственной практики, занимает 2-3 стр. и имеет следующую структуру: обоснование актуальности исследования, цели и конкретные задачи производственной практики, описание теоретической и методологической основы (глубины проработки темы), краткая характеристика структуры отчета. Во введении не следует приводить определения, размещать таблицы и рисунки.

1 Характеристика деятельности предприятия:

– наименование, форма собственности, юридический и фактический адрес, год образования, краткая история развития предприятия;

– виды деятельности предприятия;

– организационная структура управления предприятием (вид, наименование подразделений предприятия и их краткая характеристика);

– нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность предприятия (устав, нормативно-правовые документы федерального,

регионального и муниципального уровня; годовая и оперативная отчетность предприятия и т.д.);

- оценка показателей деятельности предприятия в динамике развития (показателей (объем и структура продаж, валовая прибыль, чистая прибыль, рентабельность продаж, рентабельность капитала, инвестиции за три последних года));

- краткая характеристика всех бизнес-единиц (направлений деятельности) предприятия;

- характеристика службы маркетинга на предприятии (состав, структура, функциональные обязанности сотрудников службы маркетинга, положение о службе маркетинга; в случае отсутствия службы маркетинга – указать, кто и какие функции маркетинга выполняет);

2. Анализ маркетинговой деятельности предприятия:

- информационные потоки на предприятии;
- направления маркетинговых исследований, проводимых на предприятии (с описанием направлений маркетинговых исследований, заказываемых у сторонних специализированных маркетинговых компаний и маркетинговых исследований, выполняемых собственными силами);
- методы обработки маркетинговой информации на предприятии;
- основные направления использования результатов маркетинговых исследований различными подразделениями предприятия.
- характеристика видов маркетинговых решений на предприятии (ассортиментная, ценовая, коммуникационная политики).

3 Анализ положения предприятия в конкурентной среде:

- анализ экономической, политической, правовой и социально-культурной среды (STEP-, PEST-, ETOM- и QUEST-анализ);
- анализ угроз со стороны внешней среды;
- список и сравнительный анализ конкурентов по показателям, которые студент определяет самостоятельно (например, общие сведения о

конкуренте; оценка рыночных позиций конкурентов на основе построения карт стратегических групп; финансовые показатели; положение продукта конкурента на рынке; материально-техническое снабжение (входящее); производство; информационная обеспеченность; организация сбыта; формирование спроса; стимулирование сбыта; кадровый потенциал);

– конкурентный анализ (анализ конкурентной среды предприятия по модели 5-ти сил Майкла Портера);

– анализ слабых и сильных сторон предприятия в конкурентной борьбе и угрозы со стороны конкурентов;

– SWOT-анализ деятельности предприятия;

– предложения по укреплению положения предприятия в конкурентной среде.

4. Индивидуальное задание

- описание индивидуального задания и результатов его выполнения.

5 Разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.

Обязательным условием прохождения производственной практики является выявление проблем в области маркетинговой деятельности предприятия и разработка рекомендаций по принятию маркетинговых решений с целью решения выявленных проблем.

- *Заключение*, в котором описываются основные выводы и проблемы, с которыми столкнулся практикант.

- *Список использованных источников.*

- *Приложение*

Оформление отчета: 14-й шрифт Times New Roman, 1,5 интервал, расстановка переносов, выравнивание текста по ширине, отступ (красная строка) 1,25 мм; выравнивание заголовков, названий таблиц (по ширине без абзацного отступа), рисунков – по центру; жирный шрифт, курсив и подчеркивание не используются; внутри таблиц и рисунков используется 10-12-й шрифт, одинарный интервал.

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА В ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Иванов, Г.Г. Мерчандайзинг: Учебное пособие / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 152 с.
<http://znanium.com/bookread2.php?book=443903>
2. Маркетинг розничного торгового предприятия. Терминологический словарь / В.В. Никишкин, М.Д. Твердохлебова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 96 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=475369>
3. Наумов, В.Н. Поведение потребителей: Учебное пособие / В.Н. Наумов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 248 с.
<http://znanium.com/bookread2.php?book=439646>
4. Никишкин, В. В., Твердохлебова, М.Д Маркетинг розничного торгового предприятия. Терминологический словарь / В.В. Никишкин, М.Д. Твердохлебова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 96 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/475369>
5. Прохорова, М. В. Организация работы интернет-магазина / М. В. Прохорова, А. Л. Коданина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. – 336 с.
<http://znanium.com/bookread2.php?book=512747>
6. Синяева, И.М., Мишулин, Г.М., Фойгель, М.А., Константиныди Х.А. Маркетинг коммерции. Практикум: Учебное пособие / И.М. Синяева, Г.М. Мишулин, М.А. Фойгель, Х.А. Константиныди; Под ред. проф. И.М. Синяевой - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 184 с.: 60x90 1/16. (п) ISBN 978-5-9558-0277-0 <http://znanium.com/catalog/product/361399>
7. Синяева, И.М. Модель коммерческой системы инновационного маркетинга [Электронный ресурс]: Монография / И. М. Синяева. – М.:

Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. – 166 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=514692>

8. Шальнова, О.А. Стимулирование продаж: принципы, методы, оценка: Учебное пособие / О.А. Шальнова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 107 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=433622>

9. Гаврилов, Л.П. Информационные технологии в коммерции: Учебное пособие / Л.П. Гаврилов. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 238 с. Режим доступа - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=371445>

10. Иванов, Г.Г. Коммерция: Учебное пособие / Г.Г. Иванов, С.Л. Орлов. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 160 с.: Режим доступа - URL: (<http://znanium.com/bookread2.php?book=413039>)

11. Парамонова, Т. Н. Маркетинг торгового предприятия [Электронный ресурс]: Учебник для бакалавров / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк, В. В. Лукашевич; под ред. д.э.н., проф. Т. Н. Парамоновой. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. - 284 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=415048>

Дополнительная литература

(электронные и печатные издания)

1. Арсенова, Е.В. Экономика фирмы: схемы, определения, показатели: Справочное пособие / Е.В. Арсенова, О.Г. Крюкова. – М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 248 с. Режим доступа - URL: (<http://znanium.com/bookread2.php?book=432788>)

2. Дашков, Л. П. Коммерция и технология торговли: Учебник для студентов высших учебных заведений / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц - 9-е изд., перераб. и доп. – М.: «Дашков и Ко», 2009. – 696 с. Режим доступа - URL: (<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:264691&theme=FEFU>)

3. Казанцев, А.К. Управление операциями: Учебник / А.К. Казанцев, В.В. Кобзев, В.М. Макаров; Под общ. ред. А.К. Казанцева. – М.:

НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 478 с. Режим доступа - URL: (<http://znanium.com/bookread2.php?book=369426>)

4. Киселева, Е.Н. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения: учеб. пособие / Е.Н. Киселева, О.Г. Буданова. – М.: Вузовский учебник, 2008. – 192 с. Режим доступа - URL: (<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:353612&theme=FEFU>)

5. Клочкова, М.С. Мерчандайзинг: учебно-практическое пособие/М.С.Клочкова, Е.Ю. Логинова, А.С. Якорева. – Москва: Дашков и К, 2009. – 267 с. Режим доступа - URL: (<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:264733&theme=FEFU>)

6. Кондрашов, В. М. Управление продажами [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг» (080111), «Коммерция (торговое дело)» (080301) / В. М. Кондрашов под ред. В. Я. Горфинкеля. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. Режим доступа - URL: (<http://znanium.com/bookread2.php?book=396909>)

7. Ламбен, Ж.Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок/ Ж.Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг. – 2-е изд., перераб. и доп. – Санкт-Петербург: Питер, 2011. – 718 с. Режим доступа - URL: (<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:359058&theme=FEFU>)

8. Морозов, Ю. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: Учебник / Ю. В. Морозов; Под ред. проф. Ю. В. Морозова, доц. В. Т. Гришиной. - 8-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. - 448 с. Режим доступа - URL: Режим доступа - URL: (<http://znanium.com/bookread2.php?book=415400>)

9. Романова, И.М. Торговый маркетинг: учебное пособие. – Владивосток: Изд-во ТГЭУ, 2011. – 308 с. Режим доступа - URL: (<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:359165&theme=FEFU>)

10. Сергеев, В.И. Корпоративная логистика в вопросах и ответах / В.И. Сергеев и др.; Под ред. В.И. Сергеева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.:

НИЦ ИНФРА-М, 2014. – XXX, 634 с. Режим доступа - URL: (<http://znanium.com/bookread2.php?book=407668>)

11. Смирнов, К.А. Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: теория и практика: Монография / К.А. Смирнов, Т.Е. Никитина; Науч. ред. К.А. Смирнов. – М.: НИЦ Инфра-М, 2012. – 166 с. Режим доступа - URL: Режим доступа - URL: (<http://znanium.com/bookread2.php?book=306597>)

12. Сысоева, С.В. Мерчандайзинг. Курс управления ассортиментом в рознице/С.В. Сысоева, Е.А. Бузукова. – Санкт-Петербург: Питер – 2011. – 288 с. Режим доступа - URL: (<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:275034&theme=FEFU>)

13. Сысоева, С.В. Стандарт работы розничного магазина. Разработка инструкций, регламентов и обучение торгового персонала. – Санкт-Петербург: Питер– 2010. – 288 с. Режим доступа - URL: (<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:276801&theme=FEFU>)

14. Сысоева, С.В. Управление ассортиментом в рознице. Категорийный менеджмент/ С.В. Сысоева, Е.А. Бузукова. – Санкт-Петербург: Питер– 2011. – 288 с. Режим доступа - URL: (<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:418998&theme=FEFU>)

15. Управление результативностью маркетинга : учебник для магистров : учебник для вузов по экономическим специальностям / О. К. Ойнер ; Высшая школа экономики, Национальный исследовательский университет. М.: Юрайт, 2013. – 343с. Режим доступа - URL: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:693493&theme=FEFU>

16. Чкалова, О.В. Торговое дело. Организация, технология и проектирование торговых предприятий: Учебник / О.В. Чкалова. – М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 384 с. Режим доступа - URL: (<http://znanium.com/bookread2.php?book=424923>)

17. ГОСТ 51303–99. Торговля. Термины и определения. – Введ. 1999–08–11. – М.: Госстандарт России, 1999. – 12 с. Режим доступа - URL: (<http://base.garant.ru/182045>)

18. ГОСТ Р 51773 – 01. Розничная торговля. Классификация предприятий. – Введ. 2001–07–05. – М.: Госстандарт России, 2001. – 14с. Режим доступа - URL: (<http://www.gostbaza.ru/?gost=6841>)

Приказ Минпромторга РФ № 422 от 31.03.2011 «Об утверждении стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2011- 2015 гг. и период до 2020 г.» Режим доступа - URL: (http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_112881/); Режим доступа - URL: <https://www.referent.ru/1/176630>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети

Интернет

1. Электронно-библиотечная система НИЦ "ИНФРА-М" Znanium.com
2. Электронно-библиотечная система <http://www.iprbookshop.ru/elibrary.html>
3. Российский индекс научного цитирования (РИНЦ) и SCIENCE INDEX <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
4. Журналы Freedom Collection: Открыт доступ ко всем коллекциям архивных журналов Elsevier (с первого тома, первого выпуска журналов, входящих в коллекцию, по 1995 год включительно). <http://www.sciencedirect.com/>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

Место расположения компьютерной техники, на котором установлено программное обеспечение, количество рабочих мест	Перечень программного обеспечения
Компьютерный класс Школы экономики и менеджмента, ауд. G509, на 26 рабочих мест	7Zip 16.04 – свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных; ABBY FineReader 11 – пакет программного обеспечения, для распознавания отсканированного текста с последующим его сохранением Adobe Acrobat Reader DC – пакет программ для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF; ESET Endpoint Security 5 – комплексная защита рабочих станций на базе ОС Windows. Поддержка виртуализации + новые технологии; Far Manager 3 – программа управления файлами и архивами в ОС Windows. Google Chrome – веб-браузер

Место расположения компьютерной техники, на котором установлено программное обеспечение, количество рабочих мест	Перечень программного обеспечения
	<p>Microsoft Office 2010 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.)</p> <p>Microsoft Project 2010 – программа управления проектами для ОС Windows.</p> <p>Microsoft Visio 2010 – векторный графический редактор, редактор диаграмм и блок-схем для ОС Windows.</p> <p>Mozilla Firefox – веб-браузер</p> <p>Notepad++ 6.68 – текстовый редактор</p> <p>Project Expert 7 – программ для оценки инвестиционных проектов и разработки бизнес-планов</p> <p>R-Studio – группа полнофункциональных утилит для восстановления данных с жёстких дисков (HDD), твердотельных устройств (SSD), флэш-памяти и аналогичных внешних и внутренних накопителей данных.</p> <p>WinDjView 2.0.2 - программа для распознавания и просмотра файлов с одноименным форматом DJV и DjVu;</p> <p>Гарант аэро – справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации</p> <p>Консультант Плюс – это компьютерная система для поиска и работы с правовой информацией.</p>

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА В ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Для проведения исследований, связанных с выполнением задания по практике, а также для организации самостоятельной работы студентам доступно следующее лабораторное оборудование и специализированные кабинеты, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ:

Наименование оборудованных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень основного оборудования
Компьютерный класс Школы экономики и менеджмента, ауд. G409, на 26 чел.	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 500GB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7 Корпоративная (64- bit)
Читальные залы Научной библиотеки ДВФУ с открытым доступом к фонду	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty Скорость доступа в

Наименование оборудованных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень основного оборудования
(корпус А - уровень 10)	Интернет 500 Мбит/сек. Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами видеоувелечителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.

Составители

канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга, коммерции и логистики ШЭМ ДВФУ

Е.Б. Кметь

канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга, коммерции и логистики ШЭМ ДВФУ

Т.А. Никулина

Программа практики обсуждена на заседании кафедры маркетинга, коммерции и логистики, протокол от «11» июня 2019 г. №4

Форма титульного листа отчета по практике

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Кафедра маркетинга, коммерции и логистики

О Т Ч Е Т

о прохождении производственной практики по получению
профессиональных умений и опыта в организационно-управленческой
деятельности

Отчет защищен:
с оценкой _____

подпись И.О.Фамилия
« ____ » _____ 20 ____ г.

Регистрационный № _____
« ____ » _____ 20 ____ г.

подпись И.О.Фамилия

Выполнил студент гр.
_____ А.Д.Иванов

Руководитель практики

подпись И.О.Фамилия

Практика пройдена в срок
с « ____ » _____ 20 ____ г.
по « ____ » _____ 20 ____ г.
на кафедре маркетинга, коммерции и
логистики ШЭМ ДВФУ

г. Владивосток
20 ____

Пример оформления оглавления отчета о практике

Оглавление

Введение.....	3
1 Характеристика деятельности ООО «В-Лазер».....	5
2 Анализ маркетинговой деятельности ООО «В-Лазер».....	14
4 Анализ положения ООО «В-Лазер» в конкурентной среде.....	28
5 Характеристика индивидуального задания на практике.....	32
6 Рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности ООО «В-Лазер».....	36
Заключение.....	40
Список использованных источников.....	42
Приложения.....	44

Приложение 4

Форма заявления студента о направлении на практику

Заведующему кафедрой
маркетинга, коммерции и
логистики» ШЭМ ДВФУ

Ф.И.О. полностью

студента (-ки)

Ф.И.О. полностью

группа

Заявление

Прошу направить меня для прохождения производственной практики по
получению профессиональных умений и опыта в организационно-
управленческой деятельности

на _____ « _____ » _____
(название предприятия)

Руководитель практики:

(Ф.И.О. руководителя, должность, ученая степень, ученое звание руководителя)

Дата « ____ » _____ 20__ г.

Подпись студента _____ / _____
(инициалы, фамилия)

Руководитель практики: «Согласен» _____
(подпись)

Дата « ____ » _____ 20__ г.

Решение кафедры:

Зав. кафедрой _____ « ____ » _____ 20__ г.