



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДВФУ)

Школа экономики и менеджмента

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор Школы  
экономики и менеджмента

  
Е.Б. Гафорова

« 20 » июня 2019 г.

## **СБОРНИК ПРОГРАММ ПРАКТИК**

**НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ**

**38.04.02 Менеджмент**

**Программа академической магистратуры**

**Магистерская программа: «Стратегический маркетинг»**

Квалификация выпускника – магистр

Форма обучения: *очная*

Нормативный срок освоения программы

(очная форма обучения) *2 года*

Владивосток  
2019

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ  
Сборника программ практик

По направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент  
Магистерская программа: Стратегический маркетинг

Сборник программ практик составлен в соответствии с требованиями образовательного стандарта высшего образования ДВФУ по направлению подготовки 38.04.02 **Менеджмент** приказом ректора ДВФУ от 07 июля 2015 г. №12-13-1282.

Сборник программ практик включает в себя:

- 1 Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков
- 2 Производственная практика (научно-исследовательская работа)
- 3 Производственная практика (научно-исследовательская работа)
- 4 Производственная практика (научно-исследовательская работа)
- 5 Производственная практика (по получению профессиональных умений и опыта в организационно-управленческой деятельности)
- 6 Производственная практика (технологическая практика (в аналитической деятельности))
- 7 Производственная практика (педагогическая)
- 8 Производственная практика (преддипломная)


Рассмотрена и утверждена на заседании Ученого совета ШЭМ «20» июня 2019 года  
(Протокол № 7)

Руководитель  
образовательной программы



Е.В. Носкова

Заместитель директора Школы  
экономики и менеджмента по учебной  
и воспитательной работе



И.А. Мохирева



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

 Е.В. Носкова  
« 20 » \_\_\_\_\_ 2019 г.

**ПРОГРАММА**

**УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

по получению первичных профессиональных умений и навыков

**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»;
- федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры), утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 30.03.2015 №322;
- устава ДВФУ, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 06.05.2016 № 522;
- внутренние нормативные акты и документы ДВФУ.

## **2. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ**

Целями учебной практики являются приобретение магистрантами практических навыков в академической/ научной и аналитической/ прикладной деятельности в сфере стратегического маркетинга.

### **3. ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ**

Задачами учебной практики являются:

- формирование у магистрантов практических навыков работы с научным или аналитическим текстом, его подготовкой, редактированием, продвижением, презентацией;
- изучение практических вопросов организации управления академической и/или аналитической работой;
- принятие участия в конкретных академических/аналитических исследованиях;
- усвоение приемов, методов и способов обработки, представления и интерпретации результатов проведенных практических исследований;
- приобретение первичных профессиональных навыков в будущей профессиональной деятельности;
- формирование у магистрантов навыков коллективной работы, ведения научной дискуссии и презентации исследовательских результатов;
- обсуждение проектов и исследовательских работ магистрантов.

### **4. МЕСТО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ В СТРУКТУРЕ ОПОП**

Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков является составной частью основной профессиональной образовательной программы, входит в «Блок 2. Практики» учебного плана (индекс Б2.В.01.01(У)) и является обязательной.

Для успешного прохождения учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков у студентов должны быть сформированы предварительные компетенции:

- способность генерировать идеи в научной и профессиональной деятельности;

- способность вести научную дискуссию, владение нормами научного стиля современного русского языка;
- готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;
- готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала;
- готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности.

Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков проходит в 3-м семестре 2-го курса, является первой из 2-х практик, предусмотренных учебным планом по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент магистерская программа «Стратегический маркетинг». Содержание учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков предполагает предшествующее полное освоение предметов базовой и вариативной части учебного плана.

Основой для успешного прохождения учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков являются знания, полученные при изучении таких дисциплин, как «Критическое и проектное мышление и исследования», «Skills for Study in Economics and Management (Академические навыки в области экономики и менеджмента)», «Технологии анализа рынка», «Практический маркетинг», «Поведение потребителей», «Маркетинговые коммуникации».

В результате прохождения учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков у обучающихся будут сформированы умения и навыки, необходимые для последующего освоения дисциплин: «Международный маркетинг (или Кросс-культурный маркетинг)»,

«Управление результативностью маркетинга» (или «Экономическое обоснование маркетинговых решений»), «Бренд-менеджмент» (или «Создание и выведение на рынок новых товаров»).

## **5. ТИПЫ, СПОСОБЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ**

Вид практики – учебная практика.

Тип практики – учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков.

Способ проведения – стационарная, выездная.

Форма проведения практики – рассредоточенная.

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

Место проведения практики – учебная практика может проводиться в сторонних организациях, соответствующих направлению подготовки, располагающих квалифицированными кадрами для руководства практикой, и необходимой материально-технической и информационной базой, а также на базе экономического департамента ШЭМ.

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 УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-3 – способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования (формируется частично)	Знает	основные принципы и правила подготовки академического текста (в том числе в части составления обзоров, аннотаций, рефератов и библиографии) в целях квалифицированной публичной презентации результатов теоретического, эмпирического, прикладного уровня (в области стратегического маркетинга), основные требования к научной (академической) коммуникации
	Умеет	оформлять в виде текста (в том числе в части составления обзоров, аннотаций, рефератов и библиографии) результаты научных исследований теоретического, эмпирического, прикладного уровня (в области стратегического маркетинга), выдвигать и обосновывать собственную гипотезу, формулировать тезис
	Владеет	навыками научной коммуникации в части генерации собственных идей, навыками построения на их основе связного и логически упорядоченного текста
ПК – 8 - способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Знает	подходы к сбору количественных и качественных данных в области профессиональной деятельности;
	Умеет	умеет выдвигать гипотезы, обосновывать исследовательские вопросы; готовить аналитический отчет по результатам самостоятельных исследований с соблюдением норм научной и исследовательской этики
	Владеет	навыками анализа количественных и качественных данных (с использованием современных цифровых сервисов и ПО) для принятия управленческих решений;
ПК-10 – способность обобщать и критически оценивать результаты исследований	Знает	основные подходы к поиску научной информации, сложившиеся в экономических и иных общественных науках



Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	Умеет	критически оценивать, отбирать, обобщать и использовать информацию из различных отечественных и зарубежных источников;
	Владеет	навыками подготовки и защиты собственной программы исследований, а также оценки программ исследований других авторов
ПК-11 – способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	Знает	основные требования к научным (академическим) текстам различных жанров;
	Умеет	писать и редактировать научные (академические) тексты, избегая различных видов плагиата
	Владеет	навыками редакторской работы и рецензирования научных текстов различной сложности
ПК-12 - способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	Знает	международные нормы и требования, предъявляемые к научно-справочному аппарату, в т.ч. на иностранном языке
	Умеет	пользоваться современными библиографическими и реферативными базами данных; комплексами инновационных веб-решений, обеспечивающих представление и оценку результатов исследований; программа для управления библиографической информацией
	Владеет	навыками подготовки публикаций и презентаций с учетом норм и требований, предъявляемых к научно-справочному аппарату, в т.ч. использованием современных реферативных баз данных, программ управления библиографической информацией
ПК-13 - способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	Знает	подходы к разработке программы исследования; методы сбора количественной и качественной информации
	Умеет	осуществлять декомпозицию исследования; разрабатывать инструментарий в виде гайдов, анкет и проч.
	Владеет	Навыками проведения эмпирических и прикладных исследований в области стратегического маркетинга

## **7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ**

Поскольку основная работа как академических исследователей, так и аналитиков-консультантов выстраивается вокруг текста, то учебная практика и большинство применяемых в ее ходе форм групповой и индивидуальной работы направлено на формирование компетенций работы с научным или

аналитическим текстом, его подготовкой, редактированием, продвижением, презентацией.

Общая трудоемкость учебной практики составляет 3 зачётные единицы, 108 часов.

№ 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.	Основной	Участие в мини-лекциях, дискуссиях, тренингах, деловых играх, групповой самостоятельной работе	36	18	54	ГЗ 1.1 ГЗ 1.2 ГЗ 3 ГЗ 4 ГЗ 5 ГЗ 6
2.	Итоговый	Представление и защита отчетов (индивидуальных заданий)	0	54	54	ИЗ 1 ИЗ 2 Защита отчета
<b>Итого</b>			36	72	108	

\* где ГЗ – групповое задание, ИЗ – индивидуальное задание.

«Основной» этап практики проходит в форме участия в недельном интенсивном тренинге (таблица), проводимом совместно с Приморской лабораторией экономического развития и сотрудничества ИЭИ ДВО РАН.

Содержание	Форма проведения занятия и форма контроля	Часов аудиторной работы	Часов самостоятельной работы
Открытие тренинга (мотивация, методика, структура, правила)	Мини-лекция, вопросы-ответы	4	
Работа с ожиданиями участников	Фасилитация, игра		
Модели и принципы академического письма	Лекция (Гамбургер, 3-D+)	2	
Техники организации интеллектуальной деятельности	Тренинг (Свободное письмо, выжимка, вопросы, кластеры и др). Мини-лекция (мнения, факты, тезис)	4	
Информационная грамотность	Мини-лекция (Scopus, WOS, РИНЦ).	1	
Организация (структура) текста	Мини-лекция, после - самостоятельная работа	1	2
	Самостоятельная работа (ГЗ)	-	2

Содержание	Форма проведения занятия и форма контроля	Часов аудиторной работы	Часов самостоятельной работы
	№2)		
Организация (структура) текста	Групп. дискуссия, мини-лекция (аннотация), самост. работа (ГЗ №3)	3	2
Информационная грамотность	Игра "Тур" (презентация ГЗ №1.1. Прогр. продукты)	2	
Стиль академического текста	Лекция	2	
	Самостоятельная работа (ГЗ №4)	-	2
Организация и стиль текста	Самостоятельная работа (ГЗ №5)	-	2
Организация и стиль текста	Дискуссия	1	
Планирование больших академических текстов. Синописис	Мини-лекция (до 10-30), затем -самостоятельная работа	1	2
Фандрайзинг	Лекция	1	
	Деловая игра	4	
Организация и стиль текста	Самостоятельная работа (ГЗ №5,6)		2
Организация, стиль и Синописис	Самостоятельная работа (ГЗ №6, ГЗ № 1.2)		2
Организация, стиль и Синописис	Самостоятельная работа (анализ "синописисов")		2
Синописис	Презентации ГЗ № 6 + ГЗ № 1.2 (по схеме 3-3-3-3). Оценивание устн.и письм.синописисов	4	
	Игра "Диссертационный совет" (презентация задания №6)	4	
	Завершение игры и закрытие Тренинга	2	
<b>ИТОГО</b>		<b>36</b>	<b>18</b>

## **8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ НА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ**

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов на учебной практике являются:

- учебная литература по освоенным ранее профильным дисциплинам;
- методические разработки для студентов, определяющие порядок прохождения и содержание практики;
- рекомендации для работы в SciVal.

### **Групповое задание №1.1**

Выберите программный продукт (Mendeley, Zotero или EndNotes). Разберитесь с тем, как продукт используется в аналитической / академической работе. Подготовьте 3-минутный «продажный» ролик.

Проверка выполнения задания будет происходить в форме игры, в рамках которой участники будут «продавать» программу. Голосование будет проходить в форме «покупки» продукта («деньги» будут в дефиците).

Победят те, кто умеет презентовать, отвечать на вопросы и работать в команде. Победитель получит макс балл по БРС, команда 2 места – минус один балл, 3 места – минус еще один балл. 4 (и 5) места – минус 3 балла от макс балла по БРС.

### **Групповое задание №1.2**

Подготовьте обзор литературных источников по определенной теме исследования. Проект должен быть академическим, а выбор темы будет зависеть от договоренностей внутри членов команды.

При оценивании обзора будет учитываться количество источников, глубина проработки материала, понимание «разрыва», противоречия между разными учеными (школами, точками зрения), а также цифровая грамотность членов команды.

### **Групповое задание №2.**

Структурируйте статью, предложенную преподавателем. Выделите (при необходимости) абзацы и разделы. Дайте названия разделам.

Дайте название статье (для этого попробуйте реконструировать ключевые слова).

Напишите введение и заключение

### **Групповое задание №3**

Напишите аннотацию к статье, по которой ранее писали введение.

### **Групповое задание №4**

Найдите, классифицируйте и посчитайте ошибки в тексте про Пристли. Используйте памятку. Отредактируйте (перепишите) текст про Пристли.

Задание сдается в виде отредактированного текста и классифицированных ошибок.

### **Групповое задание №5**

Полностью отредактируйте предложенную статью. Учитывайте, что вы выступаете научными и техническими редакторами. Учитывайте наличие «фокуса», «тезиса», силу аргументации и т.п.

Желательно подготовить письменную рецензию (что именно не понравилось в тезисе, в фокусе и т.п.). Исправьте текст.

### **Групповое задание №6**

Подготовьте синопсис (развернутый план магистерской диссертации). Он должен включать тему работы, мотивацию, теоретическую и практическую проблему работы, исследовательский вопрос, дизайн (данные и методы), теоретическую рамку, предварительный список литературы.

Кроме того, должна быть представлена предварительная структура работы. И прилагаться первичный обзор источников (задание 1.2.).

### **Индивидуальное задание №1**

Отредактируйте свое эссе. Учитывайте все рекомендации по структуре таких документов, необходимости держать фокус, формулировать тезис и т.п.

## **Индивидуальное задание №2**

Подготовьте синопсис своей магистерской работы. Она может быть социальным, предпринимательским или академическим проектом по сути. В любом случае обзор литературы, постановка проблемы и т.п. являются важными составляющими синопсиса.

### **9. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)**

#### **9.1 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ**

Форма контроля по итогам учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков – зачёт с оценкой. Результирующая оценка носит кумулятивный характер и рассчитывается по формуле:

$$\text{Баллы результирующие} = \text{Баллы групповые задания} + \text{Баллы индивидуальные задания} + \text{Баллы отчет по практике}$$

<b>Перевод баллов в оценку</b>	<i>неудовлетворительно</i>	<i>удовлетворительно</i>	<i>хорошо</i>	<i>отлично</i>
	<i>60 и менее</i>	<i>61-75</i>	<i>76-85</i>	<i>86-100</i>
	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

*Баллы результирующие* – переводятся в оценку, оценка ставится руководителем НИС.

Баллы за групповые задания складываются из суммы баллов за ГЗ 1.1. – 6; баллы за индивидуальные задания – из суммы баллов за ИЗ 1 и ИЗ 2.

№ пп	Шифр задания	Балл за задание/ результатирующий балл	Критерии
	Баллы групповые задания		
1	ГЗ 1.1.	8	Балл в зависимости от результатов участия в игре. 1 место – 8 баллов, 2 место – 7, 3 – 6, 4 – 5
2	ГЗ 1.2.	8	За подробный отчет из SciVal и умение его интерпретировать при хорошо определенных ключевых словах – 8 баллов. При подробном отчете, но ошибках в интерпретации – 6-7 балла. При слабо определенных ключевых словах – 5 балла. При слабо определенных ключевых словах и плохом понимании содержания отчета – 3-4 балла. При отсутствии отчета из SciVal, но наличии обзора – 1 балл
3	ГЗ 2	5	Верная структура текста (по сравнению с исходным текстом и верно отражающие основную мысль заголовки и подзаголовки – 5 баллов. Ошибки в разбиении текста при корректных заголовках – 4 балла. Названия разделов и заголовков лишь частично отражают содержание – 3 балла при наличии ошибок в разбиении. Допущены серьезные нарушения в структуре и выделении основной мысли – 1-2 балла
4	ГЗ 3	6	В аннотации присутствуют: постановка проблемы – 1балл (иначе – 0); определен предмет исследования – 1 (0); определены метод и источники – 1 (0); результат передан без потери смысла – 1 (0); речевое оформление, без ошибок – 1 (0); стилевое оформление – 1 (0); фактические ошибки – 0 (-1).
5	ГЗ 4	6	Количество классифицированных ошибок: 40 и более – 1 балл; 20-40 – 0,5 баллов; менее 20 – 0 баллов).

№ пп	Шифр задания	Балл за задание/ результатирующий балл	Критерии
			<p>Качество редакции – 4 балла при тексте без ошибок; -0,1 за каждую оставленную и новую ошибку).</p> <p>Сохранение стилистических особенностей текста – 1 (иначе 0).</p>
6	ГЗ 5	10	<p>Критерии: наличие а) фокуса, б) тезиса, в) заголовка текста, г) структуры текста, д) стилистическая и техническая редакция. Оценка выполняется по принципу: если произошло улучшение по сравнению с базовым текстом, ставим 2, если принципиальных изменений нет – 0, если отредактированный текст хуже задания, – минус 0,5.</p>
7	ГЗ 6	10	<p>Балл в зависимости от результатов участия в игре. 1 место – 10 баллов, 2 место – 7, 3 – 6, 4 – 5</p>
8	всего	53	
	Баллы индивидуальные задания		
9	ИЗ 1	5	<p>Критерии: наличие а) фокуса, б) тезиса, в) заголовка текста, г) структуры текста, д) стилистическая и техническая редакция. Оценка выполняется по принципу: если произошло улучшение по сравнению с базовым текстом, ставим 1 балл, если принципиальных изменений нет – 0, если отредактированный текст хуже задания, – минус 0,5.</p>
10	ИЗ 2	5	<p>Оценивается: интересная, стилистически грамотная тема – 1 балл(иначе 0); наличие мотивации – 1 (0); проблемы/ противоречия – 1 (0); исследовательского вопроса 1 (0); логичный дизайн исследования 1(0); теоретическая рамка – 1 (0); список литературы с использованием SciVal (0-1)</p>
11	всего	10	
	Баллы отчет по практике		



№ пп	Шифр задания	Балл за задание/ результатирующий балл	Критерии
12	Отчет	37	Оценивается содержание отчета по отдельным его пунктам: техники организации интеллектуальной деятельности (5 баллов), информационная грамотность (5), организация (структура) и стиль текста (5), планирование больших академических текстов. Синописис (5), фандрайзинг (5). За выполнение индивидуального задания – 12 баллов
	ИТОГО	100	

## 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
<p>ОПК-3 - способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования (формируется частично)</p>	<p>знает (пороговый уровень)</p>	<p>основные принципы и правила подготовки академического текста (в том числе в части составления обзоров, аннотаций, рефератов и библиографии) в целях квалифицированной публичной презентации результатов теоретического, эмпирического, прикладного уровня (в области стратегического маркетинга), основные требования к научной (академической) коммуникации</p>	<p>– основные подходы, принципы и правила подготовки обзоров в академических и прикладных проектах в сфере стратегического маркетинга                      – основные принципы подготовки аннотаций в прикладных (брифов) и академических проектах                      – основные принципы подготовки аналитических отчетов по проблемам стратегического маркетинга                      – основные принципы подготовки рефератов академических текстов по проблемам стратегического маркетинга                      – основные понятия, термины и определения в области академической коммуникации в области стратегического маркетинга;</p>	<p>– способность подготовить обзоры в академических и прикладных проектах в сфере стратегического маркетинга                      – способность подготовить аннотации в прикладных и академических проектах                      – способность подготовить аналитические отчеты по проблемам стратегического маркетинга                      – способность подготовить рефераты академических текстов по проблемам стратегического маркетинга                      – способность дать определения основных понятий и терминов в области академического письма;                      – способность перечислить модели академического письма</p>

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
			<ul style="list-style-type: none"> <li>– основные модели академического письма</li> <li>– основные принципы академического письма</li> </ul>	
	умеет (продвинутый уровень)	оформлять в виде текста (в том числе в части составления обзоров, аннотаций, рефератов и библиографии) результаты научных исследований теоретического, эмпирического, прикладного уровня (в области стратегического маркетинга), выдвигать и обосновывать собственную гипотезу, формулировать тезис	<ul style="list-style-type: none"> <li>– умение использовать программные продукты для отбора, обобщения и использования информации из отечественных и зарубежных источников для организации индивидуальных исследовательских проектов</li> <li>– то же для организации коллективных исследовательских проектов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– способность использовать программные продукты для отбора, обобщения и использования информации в индивидуальных исследовательских проектах</li> <li>– то же в коллективных, в т.ч. распределенных сетевых исследовательских проектах</li> <li>– способность организовывать интеллектуальную деятельность;</li> <li>– способность обосновывать гипотезу;</li> <li>– способность формулировать тезис для академического/аналитического текста</li> <li>– способность формулировать гипотезы и подбирать способы их фальсификации</li> </ul>
	владеет (высокий уровень)	навыками научной коммуникации в части генерации собственных идей, навыками построения на их основе связного и логически упорядоченного текста	– владение принципами, подходами к подготовке публикаций теоретического, эмпирического, прикладного уровня (в области государственного стратегического маркетинга)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– способность готовить публикации теоретического, эмпирического, прикладного уровня (в области стратегического маркетинга)</li> <li>– способность готовить презентации теоретического,</li> </ul>

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
			<ul style="list-style-type: none"> <li>– владение принципами, подходами к подготовке презентаций теоретического, эмпирического, прикладного уровня (в области стратегического маркетинга)</li> <li>– владение навыками организации интеллектуальной работы для генерации собственных идей,</li> <li>– владение навыками построения связанного и логически упорядоченного академического и/ или аналитического текста</li> </ul>	<p>эмпирического, прикладного уровня (в области стратегического маркетинга)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– способность организовывать собственную интеллектуальную деятельность и деятельность малой группы для генерации собственных идей;</li> <li>– способность выстраивать, рецензировать и редактировать индивидуальный и коллективных академический / аналитический текст</li> </ul>
ПК – 8 - способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (формируется частично)	знает (пороговый уровень)	подходы к сбору количественных и качественных данных в области профессиональной деятельности;	<ul style="list-style-type: none"> <li>– знание методов сбора качественных данных</li> <li>– знание методов сбора количественных данных</li> <li>– знание специфики осуществления исследований в профессиональной деятельности</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– способность выбирать методы под цели прикладных исследований</li> <li>– способность выделять особенности объекта исследования</li> </ul>
	умеет (продвинутый уровень)	умеет выдвигать гипотезы, обосновывать исследовательские вопросы; готовить аналитический отчет по результатам самостоятельных исследований с	<ul style="list-style-type: none"> <li>– умение работать с научными базами данных</li> <li>– умение обосновывать и доказывать собственную позицию</li> <li>– умение анализировать экономические объекты и представлять результаты в</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– способность работать с «авторитетными» БД</li> <li>– способность выдвигать и обосновывать гипотезы на основе анализа данных</li> <li>– способность представлять результаты собственных исследований</li> </ul>

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
		соблюдением норм научной и исследовательской этики	понятной и наглядной форме	
	владеет (высокий уровень)	навыками анализа количественных и качественных данных (с использованием современных цифровых сервисов и ПО) для принятия управленческих решений;	– владеет современными методами обработки информации – владеет навыками работы в спец. ПО для решения узких профессиональных задач	– способность обработки и интерпретации результатов самостоятельных исследований, в том числе с использованием современных цифровых сервисов
ПК-10 – способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями (формируется частично)	знает (пороговый уровень)	основные подходы к поиску научной информации, сложившиеся в экономических и иных общественных науках	– знание методов поиска научной информации – знание специфики объектов исследования	– способность применять наукометрические базы данных – способность интерпретировать научную информацию
	умеет (продвинутый уровень)	критически оценивать, отбирать, обобщать и использовать информацию из различных отечественных и зарубежных источников;	– умение критически оценивать информацию из российских источников – умение критически оценивать информацию из российских источников	– способность критически оценивать точки зрения разных авторов и «смело» аргументированно вступать в научную дискуссию
	владеет (высокий уровень)	навыками подготовки и защиты собственной программы исследований, а также оценки программ исследований других авторов	– владение навыками разработки программы исследования	– способность к декомпозиции исследовательского проекта
ПК-11 – способность	знает	основные требования к	– знание основных подходов,	– способность объяснить

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада (формируется частично)	(пороговый уровень)	научным (академическим) текстам различных жанров;	приемов поиска, обобщения научной информации – знание основных принципов использования научной информации в академической/аналитической работе – знание основных принципов фандрайзинга, подготовки заявок для финансирования академически и прикладных исследовательских проектов	сущность основных подходов к поиску, обобщению научной информации – способность объяснить основные принципы использования научной информации в академической/аналитической работе – способность готовить заявки для финансирования академически и прикладных проектов
	умеет (продвинутый уровень)	писать и редактировать научные (академические) тексты, избегая различных видов плагиата	– умение использовать программные продукты для отбора, обобщения и использования информации из отечественных и зарубежных источников для организации индивидуальных исследовательских проектов – то же для организации коллективных исследовательских проектов	– способность использовать программные продукты для отбора, обобщения и использования информации в индивидуальных исследовательских проектах – то же в коллективных, в т.ч. распределенных сетевых исследовательских проектах
	владеет (высокий уровень)	навыками редакторской работы и рецензирования научных текстов различной сложности	– владение принципами, подходами к подготовке программы исследований – владение принципами защиты программы исследований – владение подходами,	– способность готовить программы исследований – способность защитить программу исследований – способность оценить программы исследований других авторов

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
			позволяющими оценить программы исследований других авторов	
ПК-12 - способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования (формируется частично)	знает (пороговый уровень)	международные нормы и требования, предъявляемые к научно-справочному аппарату, в т.ч. на иностранном языке	<ul style="list-style-type: none"> <li>– знание основных требований к академическим текстам разных жанров</li> <li>– знание основных принципов организации аналитических текстов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– способность объяснить принципы организации академических текстов разных жанров</li> <li>– способность сформулировать критерии оценивания академических / аналитических текстов</li> </ul>
	умеет (продвинутый уровень)	пользоваться современными библиографическими и реферативными базами данных; комплексами инновационных веб-решений, обеспечивающих представление и оценку результатов исследований; программа для управления библиографической информацией	<ul style="list-style-type: none"> <li>– умение классифицировать разные виды плагиата</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– способность различать разные виды плагиата;</li> <li>– способность избегать плагиата при написании и редактировании академического текста</li> </ul>
	владеет (высокий уровень)	навыками подготовки публикаций и презентаций с учетом норм и требований, предъявляемых к научно-справочному аппарату, в	<ul style="list-style-type: none"> <li>– владение навыками редакторской работы</li> <li>– владение навыками рецензирования академических текстов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– способность рецензирования академических текстов</li> <li>– способность выполнить научную и техническую редакцию академического / аналитического текста</li> </ul>

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
		т.ч. использованием современных реферативных баз данных, программ управления библиографической информации	– владение навыками рецензирования аналитических текстов	– способность рецензирования аналитических текстов
ПК-13 - способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой (формируется частично)	знает (пороговый уровень)	подходы к разработке программы исследования; методы сбора количественной и качественной информации	– знание основных норм, требований к организации научно-справочного аппарата – знание основных требований различных реферативных систем	– способность применить нормы и требования к организации собственного научно-справочного аппарата – способность организовать научно-справочный аппарат в различных реферативных системах
	умеет (продвинутый уровень)	осуществлять декомпозицию исследования; разрабатывать инструментарий в виде гайдов, анкет и проч.	– умение использовать программные продукты, библиографические и реферативные базы для подготовки публикаций – умение использовать комплексы инновационных веб-решений, обеспечивающих представление и оценку результатов исследований	– способность использовать программные продукты и библиографические и реферативные базы для подготовки публикаций – способность использовать комплексы инновационных веб-решений, обеспечивающих представление и оценку результатов индивидуальных проектов – то же в распределенных сетевых исследовательских проектах
	владеет	навыками проведения	– владение навыками	– способность готовить



Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
	(высокий уровень)	эмпирических и прикладных исследований в области стратегического маркетинга	<p>подготовки публикаций и презентаций с использованием современных реферативных баз данных</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– владение навыками подготовки публикаций и презентаций с использованием программ управления библиографической информации</li> <li>– умение различать факты и мнения</li> <li>– умение формировать тезис и его аргументировать</li> <li>– умение формулировать гипотезы и подбирать способы их фальсификации</li> </ul>	<p>публикации и презентации с использованием современных реферативных баз данных</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– способность готовить публикации и презентации с использованием программ управления библиографической информации</li> </ul>

## **Шкала оценивания и критерии оценки результатов защиты отчета по практике**

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;
- выполнение групповых и индивидуальных заданий в процессе 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**

<b>Оценка</b>	<b>Требования к сформированным компетенциям</b>
«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 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

Оценка	Требования к сформированным компетенциям
	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 учебной практике по получению первичных профессиональных умений и навыков**

Цель практики знакомство магистрантов с академической/ научной деятельностью и аналитической/ прикладной деятельностью. Поскольку основная работа как академических исследователей, так и аналитиков-консультантов выстраивается вокруг текста, то интенсивная подготовка и все применяемые в ее ходе интерактивные формы взаимодействия направлены на формирование компетенций работы с научным или аналитическим текстом, его подготовкой, редактированием, продвижением, презентацией.

Соответственно отчет по практике представляет собой рефлексивную оценку студентом той деятельности, в процессе которой формировались соответствующие компетенции. Иначе говоря, студент должен не просто «сложить» в папку выполненные задания, но постараться понять, для чего каждый вид учебной аудиторной и самостоятельной работы выполнялся и главное – как влиял на формируемые компетенции.

Объем отчета должен составлять 15-25 страниц машинописного текста (без учета приложений), 14 размером, через 1,5 интервала

## Содержание разделов отчёта

Титульный лист

Содержание

Введение

*Опишите цели и задачи практики, дайте краткую характеристику академической и аналитической деятельности в сфере экономики или менеджмента. Поясните, какую роль играют знания, навыки и умения работы с текстом в такой деятельности. Охарактеризуйте как тренинг академического письма способствует формированию этих навыков. Рассмотрите последовательность выполнения работ в рамках тренинга.*

Основная часть

1. Общая характеристика и структура тренинга.

1.1. Техники организации интеллектуальной деятельности.

*Выберите любую из техник организации интеллектуальной деятельности (свободное письмо, выжимка, вопросы, кубик, кластеры). Опишите, как проходила работа в группе. Попробуйте оценить, как соответствующая техника может быть использована в аналитической, исследовательской деятельности (при подготовке отчетов по проектам, при организации работы над академическим текстом и т.п.).*

1.2. Информационная грамотность

*Выберите любой из продуктов, который мы обсуждали и/или использовали на тренинге (SciVal, Mendeley, EndNote, др). Поясните, для каких целей в академической или аналитической прикладной*

*работе может использоваться данный продукт. Каковы ограничения, преимущества использования соответствующего продукта в зависимости от решаемых задач.*

### 1.3. Организация (структура) и стиль текста

*Анализируя выполненную групповую работу по научной редакции текста, формирования его структуры, написания аннотации и тп, опишите, почему сложились определенные правила в научной коммуникации.*

### 1.4. Планирование больших академических текстов. Синописис

*Приложите свою работу (индивидуальное задание) по подготовке синописиса.*

### 1.5. Фандрайзинг

*Анализируя свое личное участие в игре «Фандрайзинг», оцените ее (не)успешность и проанализируйте ее причины. Дайте интерпретацию того, почему распределение ресурсов на прикладные проекты и/или академические проекты осуществляется через конкурентные процедуры. Охарактеризуйте успешные, на ваш взгляд, стратегии фандрайзинга / поиска ресурсов для реализации научных/ прикладных проектов.*

## 2. Индивидуальное задание для прохождения практики

*В результате участия студента в тренинге написания, редактирования, рецензирования научного текста и выполнения им групповых и индивидуальных заданий формируются общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции. Продумайте и опишите, каким образом эти компетенции формировались в Вашем конкретном случае.*

- Отрефлексируйте, как редакция чужого и собственного текста (групповое задание 5 и индивидуальное задание 1), выполнение групповых заданий 1.2. и 3 способствовали формированию способности проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования;
- Опишите, как подготовка синопсисов (выполнение группового задания 6 и индивидуального задания 2) способствовала формированию способности обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями;
- Опишите, как редакторская работа и рецензирование научных текстов различной сложности (групповое задание 2 и 4) способствовали формированию способности представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада;
- Опишите, как понимание принципов формирования научно-справочного аппарата, в т.ч. использованием современных реферативных баз данных, программ управления библиографической информации (групповое задание 1.1) способствовало формированию у вас способности обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования

Заключение о результатах практики

Список использованных источников и литературы

Приложения.

*Все выполненные групповые и индивидуальные задания (не нашедшие отражения в основном теле отчета).*

## 10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ

### Основная литература

*(электронные и печатные издания)*

1. Алексунин, В. А. Маркетинг [Электронный ресурс]: Учебник / В. А. Алексунин. – 6-е изд. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 216 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=511979>
2. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз [Электронный ресурс]: Учебное пособие / И.К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2014. - 320 с. – Режим доступа: [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=69117](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=69117)
3. Годин, А. М. Маркетинг [Электронный ресурс]: Учебник для бакалавров / А. М. Годин. - 10-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2014. - 656 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=430453>
4. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик: Учебное пособие / Т.Н. Рыжикова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 288 с. Режим доступа – <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=424027>
5. Моисеева, Н.К. Международный маркетинг и бизнес / Н.К. Моисеева. – М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2013. – 272 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=390294>

### Дополнительная литература

*(печатные и электронные издания)*

1. Делятицкая А.В. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ А.В. Делятицкая, А.В. Косова — Электрон. текстовые данные. — М.: Российский государственный университет правосудия, 2016. — 120 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/65864.html>

2. Егоров Ю.Н. Основы маркетинга: [Электронный ресурс]: Учебник / Ю.Н. Егоров. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 292 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=472903>
3. Маркетинг: [Электронный ресурс]: учебное пособие / под ред. проф. И.М. Синяевой. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 384 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=427176>
4. Маркетинговые исследования рынка: Учебное пособие / Б.И. Герасимов, Н.Н. Мозгов. - 2-е изд. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 336 с. - Режим доступа <http://znanium.com/go.php?id=418464>
5. Носкова, Е.В. Маркетинг инноваций : практикум / Е.В. Носкова, И.М. Романова. – Владивосток: Изд-во Дальневосточного федерального университета, 2013. – 143 с. – 12 экз. – Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:707166&theme=FEFU>
6. Парамонова, Т.Н. Маркетинг торгового предприятия [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк, В.В. Лукашевич – Электрон. текстовые данные. – М.: Дашков и К, 2014.— 283 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24796>
7. Чеглов, В.П. Инновационный ритейл. Организационное лидерство и эффективные технологии: Монография / В.П. Чеглов. – М.: ИД ФОРУМ, 2013. – 208 с. Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=405624>

## **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети**

### **Интернет**

1. Официальный сайт Государственной Думы РФ  
<http://www.duma.gov.ru/>
2. Официальный сайт Совета Федерации РФ <http://www.council.gov.ru/>
3. Справочно-правовая система «Консультант» <http://www.consultant.ru/>
4. Информационно-правовой портал «Гарант» <http://www.garant.ru/>
5. Официальный сайт Российской газеты <http://www.rg.ru/>



6. Официальный интернет-портал правовой информации.  
Государственная система правовой информации <http://www.pravo.gov.ru/>
7. Портал государственных услуг <https://www.gosuslugi.ru/>
8. Открытое Правительство <http://open.gov.ru/opengov/>
9. Научная библиотека ДВФУ <https://www.dvfu.ru/library/>
10. Официальный сайт Электронной библиотеки диссертаций Российской государственной библиотеки <http://diss.rsl.ru/>
11. Электронно-библиотечная система Znanium.com <http://znanium.com/>
12. Электронно-библиотечная система IPRbooks  
<http://www.iprbookshop.ru/>
13. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU  
<https://elibrary.ru/defaultx.asp>
14. Федеральный портал проектов нормативных правовых актов  
<http://regulation.gov.ru/>
15. Портал государственных программ Российской Федерации  
<http://programs.gov.ru/Portal/>

### 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 Microsoft Office 2010 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.) Microsoft Project 2010 – программа управления проектами для ОС Windows. Microsoft Visio 2010 – векторный графический редактор, редактор диаграмм и блок-схем для ОС Windows. Mozilla Firefox – веб-браузер Notepad++ 6.68 – текстовый редактор Project Expert 7 – программ для оценки инвестиционных проектов и разработки бизнес-планов

<b>Место расположения компьютерной техники, на котором установлено программное обеспечение, количество рабочих мест</b>	<b>Перечень программного обеспечения</b>
	R-Studio – группа полнофункциональных утилит для восстановления данных с жёстких дисков (HDD), твёрдотельных устройств (SSD), флэш-памяти и аналогичных внешних и внутренних накопителей данных. WinDjView 2.0.2 - программа для распознавания и просмотра файлов с одноименным форматом DJV и DjVu; Гарант аэро – справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации Консультант Плюс – это компьютерная система для поиска и работы с правовой информацией.

## **11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ**

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:

<b>Наименование оборудованных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Перечень основного оборудования</b>
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 (корпус А - уровень 10)	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 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 видеоувеличителем 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.

**Составитель (и)**

Профессор Департамента экономических наук, д-р экон. наук, профессор РАН Рыжова Н.П.

Программа практики обсуждена на заседании Департамента экономических наук, протокол от «13» июня 2019 г. № 2



**Форма титульного листа отчета о прохождении учебной практики**

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

---

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

*Департамент экономических наук*

**О Т Ч Е Т**

о прохождении учебной практики по получению первичных  
профессиональных умений и навыков

Выполнил студент гр. М1219-38.04.02 см

\_\_\_\_\_ А.Д. Петухов

Отчет защищен:  
с оценкой \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

подпись

И.О. Фамилия

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Руководитель практики  
к.т.н., доцент департамента  
экономических наук  
\_\_\_\_\_ Л.О. Иванов

Регистрационный № \_\_\_\_\_

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_

подпись

И.О. Фамилия

Практика пройдена в срок  
с « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
по « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
в \_\_\_\_\_

г. Владивосток  
20\_\_



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

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

**ДНЕВНИК**

**прохождения учебной практики по получению первичных профессиональных  
 умений и навыков**

магистратуры 2 курса группы М1219-38.04.02 см

Школы экономики и менеджмента

Дальневосточного федерального университета

направления подготовки 38.04.02 Менеджмент

профиль Стратегический маркетинг

**Сорокина Игоря Юрьевича**

Период	Выполняемая работа	Подпись руководителя практики

Руководитель практики

А.А. Ступникова

Дата



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

---

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

**ХАРАКТЕРИСТИКА**

магистратуры 2 курса группы М1219-38.04.02 см

Школы экономики и менеджмента

Дальневосточного федерального университета

направления подготовки 38.04.02 Менеджмент

профиль Стратегический маркетинг

**Сорокина Игоря Юрьевича**

Руководитель практики

А.А. Ступникова

Дата



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

Е.В. Носкова

« 20 » 2 июля 2019 г.

**ПРОГРАММА**

**ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

Научно-исследовательская работа

**НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ**

**38.04.02 Менеджмент**

**Программа академической магистратуры**

**Магистерская программа: «Стратегический маркетинг»**

Владивосток

2019

## Оглавление

Глоссарий.....	3
Введение.....	7
1. Общие положения.....	7
2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с компетенциями.....	9
3. Содержание НИР.....	13
4. Фонд оценочных средств для проведения аттестации по НИР.....	16
5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	25
6. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для НИР..	26
7. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.....	27
8. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики	28
Приложение 1 Форма проектной заявки (1 семестр).....	31
Приложение 2 Форма декомпозиции проекта на подпроекты в проектной заявке (2 семестр).....	34
Приложение 3 Форма индивидуального плана магистерской диссертации (синописа)	35
Приложение 4 Форма отчета по практике.....	36
Приложение 5 Оценка проектной деятельности группы (первый семестр).....	38
Приложение 6 Оценка проектной деятельности группы (второй семестр).....	39
Приложение 7 Индивидуальная оценка студента.....	40
Приложение 8 Кросс-оценка внутри проектной группы.....	41
Приложение 9 Форма оценочного листа для руководителя проекта.....	42
Приложение 10 Форма оценочного листа для руководителя практики.....	42
Приложение 11 Форма оценочного листа для проектного консультанта.....	43
Приложение 12 Форма оценочного листа для эксперта комиссии.....	44
Приложение 13 Пример расчета оценки студента.....	45



## Глоссарий

*Академические навыки* – навыки поиска, сбора и систематизации информации, навыки работы с базами данных и анализа данных исследования, подготовки научных текстов и презентаций в рамках проекта, навыки научных дискуссий и публичных выступлений на научных и научно-практических мероприятиях.

*Аналитический отчет* – анализ и оценка результатов исследования в определённой научной области.

*Бизнес-проект* – проект по обоснованию целесообразности и эффективности внедрения результатов исследования в производственный процесс.

*Внедрение результатов исследований* – передача результатов исследования потребителю научной продукции.

*Выпускная квалификационная работа* – выполненное под руководством опытного исследователя итоговое квалификационное исследование.

*Гипотеза* – предположение или догадка; утверждение, предполагающее доказательство.

*Грант* – денежные и иные средства, передаваемые безвозмездно и безвозвратно гражданами и юридическими лицами, в том числе иностранными гражданами и иностранными юридическими лицами, а также международными организациями, получившими право на предоставление грантов на территории Российской Федерации в установленном Правительством Российской Федерации порядке, на осуществление конкретных научных, научно-технических программ и проектов, инновационных проектов, проведение конкретных научных исследований на условиях, предусмотренных грантодателями.<sup>1</sup>

*Декомпозиция (Decomposition)* -. метод планирования, предполагающий разбиение содержания проекта и результатов проекта на более мелкие и легко управляемые элементы до тех пор, пока работы по проекту, связанные с выполнением содержания проекта и обеспечением результатов, не будут определены достаточно подробно для исполнения, мониторинга и контроля этих работ.

*Диаграмма Ганта (Gantt Chart)* - графическое представление информации, относящейся к расписанию. В типичной ленточной диаграмме перечень запланированных операций или элементов иерархической структуры работ располагается вдоль левой стороны

---

<sup>1</sup> Федеральный закон от 23.08.1996 N 127-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «О науке и государственной научно-технической политике».

диаграммы, даты размещены сверху, а длительности операций показаны в виде горизонтальных полос (лент), привязанных к датам.

*Доклад* – один из видов монологической речи, публичное, развёрнутое, официальное сообщение по определённому вопросу, основанное на привлечении документальных данных.

*Жизненный цикл проекта (Project Life Cycle)* -набор обычно последовательных фаз проекта, количество и состав которых определяется потребностями управления организации или организаций, участвующих в проекте. Жизненный цикл можно документировать с помощью методологии.

*Заинтересованная сторона (Stakeholder)*- лицо или организация (например, потребитель, спонсор, исполняющая организация или общественность), которые активно вовлечены в проект, или на чьи интересы могут позитивно или негативно повлиять исполнение или завершение проекта. Заинтересованная сторона также может оказывать влияние на проект и его результаты.

*Заявка на грант* – заявка, подаваемая в фонд (организацию) о предоставлении финансирования исследований в рамках проекта.

*Иерархическая структура работ (исР) (Work Breakdown Structure, WBS)* - ориентированная на результаты (предметы поставки) иерархическая декомпозиция работ, выполняемых командой проекта для достижения целей проекта и получения необходимых результатов. С ее помощью структурируется и определяется все содержание проекта.

*Исследования* – процесс поиска новых знаний.

*Исследовательский вопрос* – ответ на него – это знание, которое мы хотим получить в результате исследования.

*Исследовательский проект* – проект, направленный на решение научно-исследовательских задач в рамках изучения исследовательской проблемы.

*Информационная база исследования* – это источники информации, на основании которых осуществляется написание магистерской диссертации. Это могут быть учебники, монографии, статьи, бухгалтерская и статистическая отчетность и т.д.

*Календарь проекта (Project Calendar)* - календарь рабочих дней или смен, устанавливающий даты, в которые проводятся запланированные операции, и нерабочие дни, т. е. даты, в которые запланированные операции не выполняются. Обычно в календаре указываются праздники, выходные и смены.

*Конкурс НИРС* – конкурс на лучшую научно-исследовательскую работу студента, проводимый на региональном, всероссийском или международном уровне

*Контрольная карта (Control Chart)* - графическое представление результатов процесса во времени и в сравнении с установленными контрольными границами, имеющее осевую

линию, позволяющую определить тренд величин по графику в направлении каждой из контрольных границ.

*Круглый стол* – собрание в рамках более крупного мероприятия (форума, симпозиума, конференции).

*Матрица вероятности и воздействия (Probability and Impact Matrix)* - общепринятый подход, заключающийся в отнесении риска к высоким, средним или низким путем сопоставления двух параметров риска: вероятности и воздействия на содержание проекта в случае его наступления.

*Матрица ответственности (Responsibility Assignment Matrix, RAM)* - структура, приводящая организационную иерархическую структуру проекта в соответствие с иерархической структурой работ и помогающая обеспечить назначение для каждого элемента содержания работ по проекту ответственного лица или команды.

*Методы научного исследования* - совокупность основных способов получения новых знаний и методов решения задач в рамках любой науки. Методы включают в себя способы исследования феноменов, систематизацию, корректировку новых и полученных ранее знаний.

*Научно-исследовательский семинар* – семинар, проводимый с целью развития у студентов навыков научно-исследовательской работы.

*Научная конференция* – собрание группы исследователей с целью обсуждения научных результатов.

*Научно-исследовательская практика* – вид научно-исследовательской работы студента, направленный на закрепление и расширение теоретических и практических знаний, полученных в процессе обучения.

*Научная статья* – законченное авторское произведение, описывающее результаты оригинального научного исследования (первичная научная статья) или посвящённая рассмотрению ранее опубликованных научных статей, связанных общей темой (обзорная научная статья). В первичных научных статьях авторами излагается существенная информация о проведённом исследовании в форме, позволяющей другим членам научного сообщества оценить исследование, воспроизвести эксперименты, а также оценить рассуждения и сделанные из них выводы. Обзорные научные статьи предназначены для обобщения, анализа, оценки, суммирования или синтеза ранее опубликованной информации (первичных научных публикаций). Нередко научная статья сочетает в себе эти два типа научных текстов, включая обзорную и оригинальную части.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> КиберЛенинка <https://cyberleninka.ru/article>

*Образовательный результат* – сущность метапредметного (проектного) навыка, которым овладел участник научно-исследовательской работы (проектной деятельности) на практике.

*Проект* – комплексная модель действий, направленная на достижения оригинальной цели.

*Продуктовый результат* – конечный осязаемый продукт, полученный в итоге работы проектной команды. (новое знание, продукт, прототип продукта, впечатление, внедрение, экспертиза, каталог, спектакль, мероприятие).

*Студенческий проект* – проект, совместно выполняемый группой студентов и преподавателем, нацеленный на получение нового знания по актуальным проблемам современной экономической науки.

*Социальный проект* – это сконструированное инициатором проекта социальное нововведение, целью которого является создание, модернизация или поддержание в изменившейся среде материальной или духовной ценности, которое имеет пространственно-временные и ресурсные границы и воздействие которого на людей признается положительным по своему социальному значению.<sup>3</sup>

*Социально-экономический проект* – проект, в основе которого лежит актуальная социальная и экономическая проблема, требующая решения.

*Статья* – это законченное и логически цельное произведение, посвященное конкретному вопросу, входящему в круг проблем (задач), решаемых автором/авторами при выполнении научного исследования.

*Тезисы* – научный текст, который содержит основные результаты исследования.

*«Экспертное поле»* – группа специалистов, обладающих специальными зна Эссе – (из фр. *essai* «попытка, проба, очерк»), литературный жанр, прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальное мнение автора по конкретному вопросу и не претендующее на исчерпывающую или определяющую трактовку темы. Стилю эссе свойственны образность, подвижность ассоциаций, афористичность.

*Форма представления продуктового результата* – внешнее выражение продуктового результата экспертному сообществу (статья, доклад, стендовая презентация, отчет, питч, репортаж).

*РИНЦ* – национальная библиографическая база данных научного цитирования. Она предназначена не только для оперативного обеспечения научных исследований актуальной справочно-библиографической информацией, но является также мощным аналитическим инструментом, позволяющим осуществлять оценку результативности и эффективности

---

<sup>3</sup> Луков С.А. Социальное проектирование. М. 2010.

деятельности научно-исследовательских организаций, ученых, уровень научных журналов и т.д.

*Google Scholar* – поисковая система, которая обеспечивает полнотекстовый поиск научных публикаций всех форматов и дисциплин.

*Scopus* – библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.<sup>4</sup>

*Web of Science* – базы данных, объединяющих в себе реферативно-библиографическую и наукометрическую информацию.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> [www.scopus.com](http://www.scopus.com)

<sup>5</sup> <http://wokinfo.com/citationconnection/>

## Введение

Целью практики (научно-исследовательской работы (НИР)) магистрантов является приобретение опыта в исследовании актуальной научной или прикладной проблемы в сфере экономики, расширение профессиональных знаний, формирование практических навыков самостоятельного решения научно-исследовательских и прикладных задач в формате проектной деятельности.

В процессе достижения цели решаются следующие задачи:

- обеспечение становления профессионального научно-исследовательского мышления у магистрантов, формирование у них четкого представления об основных профессиональных задачах, способах их решения;

- умение определять исследовательский вопрос, научную проблему, цель исследования, формулировать результаты и элементы новизны научного исследования;

- формирование умений использовать инструменты и методы проектной деятельности, современные технологии сбора информации, обработки и интерпретации полученных экспериментальных и эмпирических данных, владение современными методами исследований;

- формирование готовности проектировать и реализовывать в образовательной практике новое содержание учебных программ, развивать инновационные подходы к организации деятельности;

- обеспечение готовности к профессиональному самосовершенствованию, развитию экономического мышления и творческого потенциала, профессионального мастерства;

- самостоятельное формулирование и решение задач, возникающих в ходе НИР в формате проектной деятельности и требующих углубленных профессиональных знаний;

- проведение библиографической работы и поиска информации из внешних источников с привлечением электронных ресурсов и баз данных.

### 1. Общие положения

#### Регламентирующие документы

1. Приказ Министерства образования и науки РФ от 27 ноября 2015 г. № 1383 "Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования" с изменениями и дополнениями от: 15 декабря 2017 г.

2. Образовательный стандарт, самостоятельно устанавливаемого ДВФУ (ОС-38.04.02-57/2-2015), утвержденного приказом ректора от 07.07.2015 № 12-13-1282 (с изменениями, утвержденными

приказом ректора ДВФУ от 06.09.2016 № 12-13-1594), квалификация (степень) выпускника – магистр

**Принципы организации и выполнения НИР**

- проектный принцип;
- кросс-дисциплинарность и междисциплинарность исследований;
- интеграция исследовательской и образовательной деятельности;
- практическая реализуемость результатов исследования;
- соблюдение этики исследователя, в том числе терпимости к научной дискуссии;
- множественность источников финансирования проекта;
- систематическое обсуждение результатов НИР в «экспертном поле».

**Виды научно-исследовательских работ**

исследовательский проект, социальный проект, прикладной (практико-ориентированный) проект, сервисный (инфраструктурный)

**Способ и формы проведения практики Место НИР в структуре образовательной программы**

Стационарная и выездная, форма проведения – рассредоточено.

Научно-исследовательская работа является обязательным разделом основной профессиональной образовательной программы подготовки магистрантов и направлена на формирование общекультурных и профессиональных компетенций, а также на приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности в области научных исследований

НИР предусмотрена учебным планом по программе магистратуры «Стратегический маркетинг» направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» входит в блок 2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)». НИР является обязательным этапом обучения магистранта.

НИР в формате проектной деятельности призвана структурировать и систематизировать знания и навыки проектной деятельности, обеспечить реализацию проектного хода в научном и прикладном поле, а также заложить методическую основу для подготовки выпускной квалификационной работы магистранта.





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.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с компетенциями

Образовательные результаты	Компетенции	Формирование образовательных результатов по семестрам	
		1	2
Умеет оказывать влияние на коллектив при решении профессиональных задач, умение работать в команде и как организатор, и как рядовой исполнитель, вносить ощутимый вклад в работу команды, умение принимать оптимальные решения в условиях ограничения времени и ресурсов	ОК-2 – готовность проявлять качества лидера и организовать работу коллектива, владеть эффективными технологиями решения профессиональных проблем	V	V
Способен работать в проектных междисциплинарных командах, в том числе, в качестве руководителя, владеет проектным инструментарием	ОК-3 – умение работать в проектных междисциплинарных командах, в том числе в качестве руководителя	V	V
Умеет аргументированно обосновывать и доказывать выдвинутые идеи на основе анализа лучших практик в области профессиональной деятельности	ОК-5 способность генерировать идеи в научной и профессиональной деятельности	V	V
Владеет навыками поиска «новой» информации на основе использования современных цифровых сервисов		V	V
Владеет навыками анализа проблем методологического характера, возникающих при решении исследовательских и практических задач, в том числе в междисциплинарных областях	ОК-8 способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	V	V
Умеет анализировать альтернативные варианты решения исследовательских и практических задач и критически оценивать потенциальные результаты		V	V
Умеет находить недостатки в своем общекультурном и профессиональном уровне развития и стремится их устранить.	ОК-10 – готовность к саморазвитию, самореализации, использованию	V	V

Образовательные результаты	Компетенции	Формирование образовательных результатов по семестрам	
		1	2
Владеет навыками саморазвития, самореализации и использования своего творческого потенциала.	творческого потенциала	V	V
Нормы устной и письменной речи на русском и иностранном языках; основы выстраивания логически правильных рассуждений, правила подготовки и произнесения публичных речей, принципы ведения дискуссии и полемики; правила делового этикета	ОПК-1 – готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	V	V
Способность составить текст публичного выступления и произнести его, аргументированно и доказательно вести полемику; использовать возможности официально-делового стиля в процессе составления и редактирования нормативных правовых документов в профессиональной деятельности		V	V
Способен определить стадию развития исследований по изучаемому вопросу, выделить направления исследований, найти противоречия, пустоты и перспективные исследовательские темы и вопросы	ОПК-3 – способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	V	V
Умение разрабатывать дизайн и программу исследования, проводить полевые количественные и качественные исследования (формировать выборку, проводить опросы и интервью)		V	V
Умение выбирать и обосновывать методы под цели прикладных исследований	ПК-8 способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	V	V
Способен обрабатывать и интерпретировать результаты самостоятельных исследований, в том числе, с использованием современных цифровых сервисов		V	V
Способен формировать перечень подходящих информационных ресурсов и баз данных для поиска соответствующих выбранному направлению исследований материалов	ПК-10 – способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные	V	V
Умеет определять ключевые слова для		V	V

Образовательные результаты	Компетенции	Формирование образовательных результатов по семестрам	
		1	2
		поиска научных статей, монографий и др. материалов, соответствующих выбранному направлению исследований	отечественными и зарубежными исследователями
Умеет оценивать и отбирать подходящие для дальнейшего анализа научные статьи с учетом рейтинга журнала, цитируемости статьи и автора	V	V	
Способен оформить результаты своего исследования по проекту в виде доклада и презентационного материала в соответствии с установленными требованиями	ПК-11 – способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	V	V
Способен представить экспертному сообществу подготовленный отчет, статью или доклад		V	V
Умеет выделять противоречия, формулировать проблему исследования	ПК-12 – способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	V	V
Способен сформулировать и обосновать исследовательский вопрос или гипотезу исследования		V	V
Умеет обосновывать теоретическую значимость темы научного исследования, логически обосновывать полезность результата исследования, определять заинтересованные стороны и область применения результатов исследования на практике		V	V
Умение разрабатывать дизайн и программу исследования, проводить полевые количественные и качественные исследования (формировать выборку, проводить опросы и интервью)	ПК-13 – способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	V	V
Способен анализировать полученные результаты исследования и формулировать выводы и заключения		V	V
Владеет способностью применять методы организации исследований и исследовательские стратегии	ПК-14 – способность применять методы организации исследований и исследовательские стратегии	V	V

### 3. Содержание НИР

Содержание НИР определяется этапами прохождения практики по семестрам:

Этап	Содержание этапа
<b>1 семестр</b>	
1. Ярмарка проектов	<p>Выбор проекта. Форма заявки (Приложение 1)</p> <p>Инициировать проект может любой сотрудник из числа ППС и научных работников. Организатором и координатором проектной деятельности магистратуры выступает сетевая структура школы «Центр проектной деятельности». Один руководитель может инициировать один проект. Каждый проект сопровождается проектным консультантом на этапах подготовки проектной заявки и на всех этапах выполнения проекта.</p> <p>Для успешной реализации проекта в команду привлекаются</p> <p>а) ППС и научные сотрудники на следующие позиции:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организатор, наставник;</li> <li>- консультант в определенной области;</li> </ul> <p>б) внешние консультанты.</p> <p>Базовые требования для инициации проекта:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- у проекта есть заказчик;</li> <li>- на этапе инициации проекта заказчик принимает участие в обсуждении проектной заявки, результатов проекта, ресурсов и инструментов его реализации;</li> <li>- заказчик готов коммуницировать с руководителем проекта и проектной группой на всех этапах реализации проекта;</li> <li>- идея проекта ранее верифицирована в экспертном сообществе (семинар лаборатории, межкафедральный семинар, конференция, форум и т.д.)</li> </ul>
2. Работа в проектной команде	<p>Посещение обязательных занятий по НИР в соответствии с расписанием. Проведение НИР в соответствии с графиком реализации проекта. Соблюдение сроков предоставления результатов индивидуальной работы для участников проектной команды и руководителя проекта. Подготовка к участию в научно-исследовательских семинарах для демонстрации промежуточных результатов проекта.</p>
3. Завершение проекта	<p>Подготовка презентации и отчета по итогам работы проектной команды. Защита командной и индивидуальной работы магистрантов. (Фонд оценочных средств – раздел 4) Защита отчета о научно-исследовательской работе магистранта за семестр</p>
<b>2 семестр</b>	
4. Ярмарка проектов	<p>Выбор проекта. Магистрант имеет возможность продолжить работу над тем проектом, в котором участвовал в первом семестре или выбрать иной проект. Основным критерий для выбора проекта на данном этапе - наличие подпроекта, который дает потенциальную возможность продолжить исследование в магистерской диссертации. (Приложение 2)</p>
5. Работа в проектной команде.	<p>Посещение обязательных занятий по НИР в соответствии с расписанием. Соблюдение графика работы над проектом.</p> <p>Соблюдение сроков предоставления результатов индивидуальной работы для участников проектной команды и руководителя проекта. Подготовка к участию в научно-исследовательских семинарах для демонстрации промежуточных результатов проекта.</p>
6. Работа над индивидуальным	<p>Обсуждение и уточнение темы подпроекта с потенциальным руководителем магистерской диссертации, определение индивидуальной</p>

исследованием	траектории исследования в рамках проекта. Магистрант имеет право самостоятельного выбора темы исследования.
7. Завершение проекта	Подготовка презентации по итогам работы проектной команды. Защита командной и индивидуальной работы магистрантов. Вне зависимости от порядка выбора темы индивидуального исследования магистрант осуществляет планирование индивидуального исследовательского проекта, включающее ознакомление с тематикой исследовательских работ в данной области и выбор темы исследования. Магистрант обосновывает актуальность и теоретическую значимость темы, степень научной разработанности проблематики по избранной теме, составляет план-график работы над магистерской диссертацией, проводит анализ основных результатов и положений, полученных ведущими специалистами в области проводимого исследования, оценивает их применимость в рамках магистерской диссертации, а также предполагаемый личный вклад магистранта в разработку темы. (Приложение 2) Защита отчета о научно-исследовательской работе магистранта за семестр (Приложение 3)

Руководитель проекта в рамках реализации научно-исследовательской работы магистрантов в 1 и 2 семестрах:

- осуществляет общую координацию работ, удерживает общий вектор реализации проекта;
- знакомит участников команды с проектной заявкой и проговаривает продуктивные результаты;
- организовывает самостоятельную работу участников проектной команды;
- осуществляет мониторинг посещаемости занятий НИР, работы каждого участника проектной группы и оценивает степень их вовлеченности в проект;
- контролирует график работы над проектом и сроков предоставления результатов;
- несет ответственность за достижение образовательных и продуктивных результатов проекта.

#### **4. Фонд оценочных средств для проведения аттестации по НИР**

##### **4.1. Критерии оценки образовательных результатов с учетом их формирования по семестрам прохождения практики**

Научно-исследовательская работа должна обеспечить приобретение знаний, умений и навыков студентами общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

Образовательный результат	Критерии оценки	Семестры	
		1	2
Умеет оказывать влияние на коллектив при решении профессиональных задач, умение работать в команде и как организатор, и как рядовой исполнитель, вносить ощутимый вклад в работу команды, умение принимать оптимальные решения в условиях ограничения времени и ресурсов	*Навык не сформирован (1-60) **Навык частично сформирован (61-80) ***Навык сформирован (81 -100)	V	V
Способен работать в проектных междисциплинарных командах, в том числе, в качестве руководителя, владеет проектным инструментарием	*Навык не сформирован (1-60) **Навык частично сформирован (61-80) ***Навык сформирован (81 -100)	V	V
Умеет принимать социально ответственные решения в рамках научно-исследовательской (проектной) деятельности	*Навык не сформирован (1-60) **Навык частично сформирован (61-80) ***Навык сформирован (81 -100)	V	V
Владеет приемами и методами действий в нестандартных ситуациях, возникающих в рамках научно-исследовательской (проектной) деятельности	*Навык не сформирован (1-60) **Навык частично сформирован (61-80) ***Навык сформирован (81 -100)	V	V
Умеет находить недостатки в своем общекультурном и профессиональном уровне развития и стремится их устранить.	*Навык не сформирован (1-60) **Навык частично сформирован (61-80) ***Навык сформирован (81 -100)	V	V
Владеет навыками саморазвития, самореализации и использования своего творческого потенциала.	*Навык не сформирован (1-60) **Навык частично сформирован (61-80) ***Навык сформирован (81 -100)	V	V
Нормы устной и письменной речи на русском и иностранном языках; основы выстраивания логически правильных рассуждений, правила подготовки и произнесения публичных речей, принципы ведения дискуссии и полемики;	*Навык не сформирован (1-60) **Навык частично сформирован (61-80) ***Навык сформирован (81 -100)	V	V

Образовательный результат	Критерии оценки	Семестры	
		1	2
правила делового этикета			
Способен составить текст публичного выступления и произнести его, аргументированно и доказательно вести полемику; использовать возможности официально-делового стиля в процессе составления и редактирования нормативных правовых документов в профессиональной деятельности	*Навык не сформирован (1-60) **Навык частично сформирован (61-80) ***Навык сформирован (81 -100)	V	V
Умеет аргументированно обосновывать и доказывать выдвинутые идеи на основе анализа лучших практик в области профессиональной деятельности	*Навык не сформирован (1-60) **Навык частично сформирован (61-80) ***Навык сформирован (81 -100)	V	V
Способен определить стадию развития исследований по изучаемому вопросу, выделить направления исследований, найти противоречия, пустоты и перспективные исследовательские темы и вопросы	*Навык не сформирован (1-60) **Навык частично сформирован (61-80) ***Навык сформирован (81 -100)	V	V
Умение разрабатывать дизайн и программу исследования, проводить полевые количественные и качественные исследования (формировать выборку, проводить опросы и интервью)	*Навык не сформирован (1-60) **Навык частично сформирован (61-80) ***Навык сформирован (81 -100)	V	V
Способен обрабатывать и интерпретировать результаты самостоятельных исследований, в том числе, с использованием современных цифровых сервисов	*Навык не сформирован (1-60) **Навык частично сформирован (61-80) ***Навык сформирован (81 -100)	V	V
Способен формировать перечень подходящих информационных ресурсов и баз данных для поиска соответствующих выбранному направлению исследований материалов	*Навык не сформирован (1-60) **Навык частично сформирован (61-80) ***Навык сформирован (81 -100)	V	V
Умеет определять ключевые слова для поиска научных статей, монографий и др.	*Навык не сформирован (1-60) **Навык частично сформирован (61-80) ***Навык сформирован (81 -100)	V	V

Образовательный результат	Критерии оценки	Семестры	
		1	2
		материалов, соответствующих выбранному направлению исследований	
Умеет оценивать и отбирать подходящие для дальнейшего анализа научные статьи с учетом рейтинга журнала, цитируемости статьи и автора	*Навык не сформирован (1-60) **Навык частично сформирован (61-80) ***Навык сформирован (81 -100)	V	V
Способен оформить результаты своего исследования по проекту в виде доклада и презентационного материала в соответствии с установленными требованиями	*Навык не сформирован (1-60) **Навык частично сформирован (61-80) ***Навык сформирован (81 -100)	V	V
Способен представить экспертному сообществу подготовленный отчет, статью или доклад	*Навык не сформирован (1-60) **Навык частично сформирован (61-80) ***Навык сформирован (81 -100)	V	V
Умеет выделять противоречия, формулировать проблему исследования	*Навык не сформирован (1-60) **Навык частично сформирован (61-80) ***Навык сформирован (81 -100)	V	V
Способен сформулировать и обосновать исследовательский вопрос или гипотезу исследования	*Навык не сформирован (1-60) **Навык частично сформирован (61-80) ***Навык сформирован (81 -100)	V	V
Умеет обосновывать теоретическую значимость темы научного исследования, логически обосновывать полезность результата исследования, определять заинтересованные стороны и область применения результатов исследования на практике	*Навык не сформирован (1-60) **Навык частично сформирован (61-80) ***Навык сформирован (81 -100)	V	V
Умение разрабатывать дизайн и программу исследования, проводить полевые количественные и качественные исследования (формировать выборку, проводить опросы и интервью)	*Навык не сформирован (1-60) **Навык частично сформирован (61-80) ***Навык сформирован (81 -100)	V	V
Способен анализировать полученные результаты исследования и формулировать выводы и заключения	*Навык не сформирован (1-60) **Навык частично сформирован (61-80) ***Навык сформирован (81 -100)	V	V
Владеет способностью	*Навык не сформирован (1-60)	V	V



Образовательный результат	Критерии оценки	Семестры	
		1	2
		применять методы организации исследований и исследовательские стратегии	**Навык частично сформирован (61-80) ***Навык сформирован (81 -100)

#### 4.2 Оценка проектных компетенций магистрантов в рамках НИР

Цель научно-исследовательской работы в первом и втором семестрах – сформировать у обучающегося навыки и выработать компетенции научно-исследовательской работы, позволяющие проводить научно-исследовательскую работу как индивидуально, так и в коллективе. Основные составляющие оценки результатов работы магистранта в проекте, выполненном в рамках НИР, оцениваются в разрезе 3-х блоков:

- Блок 1. Оценка проектной деятельности группы (идея и прототип, команда, коммуникации, результаты (Приложение 5, Приложение 6))
- Блок 2. Индивидуальная оценка студента (вклад, проактивность, принятие решений, коммуникации (Приложение 7))
- Блок 3. Кросс-оценка внутри проектной группы (коммуникации, сотрудничество, принятие решений, техническая работа. Каждый студент оценивает остальных участников проектной группы, используя таблицу в Приложении 8. Допускается округление средней оценки до десятых.

#### 4.3. Стратегия оценивания проектов магистрантов, выполняемых в рамках НИР

Форма контроля по НИР – дифференцированный зачет (зачет с оценкой).

##### Оценивание НИР в 1 и 2 семестрах

Результирующая оценка за НИР в первом и втором семестрах носит кумулятивный характер и рассчитывается по формуле:

$$\begin{aligned} \text{Баллы результирующие} = & (\text{Баллы}_{OP1} + \text{Баллы}_{PP1} + \text{Баллы}_{KBH}) * 0,2 + \text{Баллы}_{PP2} * \\ & 0,2 \\ & + \text{Баллы}_{PI} * 0,1 + k_{\text{кросс-оценка}} * 0,1 + (\text{Баллы}_{PP3} + \text{Баллы}_{PP4} + \text{Баллы}_{KBнеш}) * 0,4 \end{aligned}$$

Шкала оценивания каждой составляющей оценки от 1 (минимум) до 5 (максимум).

#### Перевод баллов в оценку

неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
60% и менее	61-75%	76-85%	86-100%
<b>1,00-3,04</b>	<b>3,05-3,79</b>	<b>3,80-4,29</b>	<b>4,30-5,00</b>

**Баллы результирующие** – переводятся в оценку, оценка ставится руководителем практики (НИР) с учетом полученных баллов.

**Баллы, выставяемые руководителем проекта и подпроекта** (Форма оценочного листа для руководителя проекта и подпроекта приведена в Приложение 9):

**Баллы  $OP1$**  –баллы за достигнутый образовательный результат. Баллы ставятся руководителем проекта, а также руководителем подпроекта (при наличии) с учетом Критериев оценки образовательных результатов с учетом их формирования по семестрам прохождения практики (раздел 4.1). Средний балл рассчитывается Центром проектной деятельности.

**Баллы  $IP1$**  –баллы за индивидуальный вклад в достижение продуктовых результатов. Баллы ставятся руководителем проекта, а также руководителем подпроекта (при наличии) с учетом Критериев оценки образовательных результатов с учетом их формирования по семестрам прохождения практики (раздел 4.1). Средний балл рассчитывается Центром проектной деятельности.

**Баллы  $KBH$**  –баллы за умение выстраивать коммуникации внутри команды. Баллы ставятся руководителем проекта, а также руководителем подпроекта (при наличии). Средний балл рассчитывается Центром проектной деятельности.

**Баллы, выставяемые руководителем практики** (Форма оценочного листа Приложение 10):

*Баллы ПР2* –баллы за выполнения представленных в отчете индивидуальных задач, направленных на достижение продуктовых результатов, а также за качество представления результатов, изложенных в отчете. Баллы ставятся руководителем практики с учетом Критериев оценки образовательных результатов с учетом их формирования по семестрам прохождения практики (раздел 4.1).

**Баллы, выставяемые проектным консультантом** (Форма оценочного листа Приложение 11):

*Баллы ПИ* –баллы за применение и качество проектного инструментария. Баллы ставятся проектным консультантом.

**Баллы кросс-оценки, выставяемые студентами каждому участнику команды** (Форма оценочного листа Приложение 8):

*К* – результат кросс-оценки внутри проектной группы. Оценка рассчитывается Центром проектной деятельности на основании оценок участников проектной группы.

**Баллы, выставяемые экспертами комиссии** (Форма оценочного листа Приложение 12):

Защита результатов проектной работы команды магистрантов осуществляется комиссией, в состав которой входят независимые эксперты. Баллы ставятся каждым экспертом комиссии и выводится средний балл.

*Баллы ПР3* –баллы за достижение продуктовых результатов. Баллы ставятся каждым экспертом комиссии с учетом Критериев оценки образовательных результатов с учетом их формирования по семестрам прохождения практики (раздел 4.1) и выводится средний балл.

*Баллы ПР4* –баллы за индивидуальный вклад в достижение продуктовых результатов. Баллы ставятся каждым экспертом комиссии с учетом Критериев

оценки образовательных результатов с учетом их формирования по семестрам прохождения практики (раздел 4.1) и выводится средний балл.

*Баллы*  $K_{Внеш}$  – баллы за умение выстраивать коммуникации с внешней средой.

Баллы ставятся каждым экспертом комиссии и выводится средний балл.

Составляющая оценки	Весовой коэффициент
<b>Баллы, выставяемые руководителем проекта и подпроекта</b>	
<i>Баллы</i> $OP1$	0,2
<i>Баллы</i> $PR1$	
<i>Баллы</i> $K_{Вн}$	
<b>Баллы, выставяемые руководителем практики</b>	
<i>Баллы</i> $PR2$	0,2
<b>Баллы, выставяемые проектным консультантом</b>	
<i>Баллы</i> $PII$	0,1
<b>Баллы, выставяемые студентами каждому участнику команды</b>	
<i>k</i> $кросс-оценка$	0,1
<b>Баллы, выставяемые экспертами комиссии</b>	
<i>Баллы</i> $PR3$	0,4
<i>Баллы</i> $PR4$	
<i>Баллы</i> $K_{Внеш}$	

Пример расчета оценки студента приведен в Приложении 13.

Результирующая оценка за НИР в третьем семестре носит кумулятивный характер и рассчитывается по формуле:

$$\text{Баллы результирующие} = \text{Баллы}_{PR} * 0,5 + \text{Баллы}_{ЭК} * 0,5$$

Шкала оценивания каждой составляющей оценки от 1 (минимум) до 5 (максимум).

#### Перевод баллов в оценку

неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
60% и менее	61-75%	76-85%	86-100%
<b>1,00-3,04</b>	<b>3,05-3,79</b>	<b>3,80-4,29</b>	<b>4,30-5,00</b>

**Баллы результирующие** – переводятся в оценку, оценка ставится руководителем практики (НИР) с учетом полученных баллов.

**Баллы, выставяемые руководителем практики**

**Баллы ПР** – баллы за выполнения представленных в отчете индивидуальных задач, направленных на достижение продуктивных результатов, а также за качество представления результатов, изложенных в отчете. Баллы ставятся руководителем практики с учетом Критериев оценки образовательных результатов с учетом их формирования в третьем семестре прохождения практики (раздел 4.1).

**Баллы, выставяемые экспертами комиссии:**

Защита результатов индивидуальной работы магистрантов осуществляется комиссией, в состав которой входят независимые эксперты. Баллы ставятся каждым экспертом комиссии и выводится средний балл.

*Баллы ЭК* – баллы ставятся каждым экспертом комиссии на основе Критериев оценки результатов с учетом их формирования в третьем семестре прохождения практики (раздел 4.1) и выводится средний балл.

## **5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

Самостоятельная работа при выполнении научно-исследовательской работы ориентирована на формирование у магистрантов способностей к самостоятельному познанию и обучению, поиску литературы, обобщению, оформлению и представлению полученных результатов, их критическому анализу, поиску новых и неординарных решений, аргументированному отстаиванию своих предложений, умений подготовки выступлений и ведения дискуссий в области профессиональной деятельности.

Самостоятельная работа составляет значительную долю работ при осуществлении этапов научно-исследовательской деятельности (Раздел 3. Содержание НИР). Содействие в организации самостоятельной работы участников проектной команды может оказывать руководитель проекта, исходя из задач и ресурсов проекта, состава проектной группы, требований заказчика проекта и т.д.

Приоритетными направлениями самостоятельной работы магистрантов являются:

- проработка специальной литературы и других источников информации по тематике проводимых исследований в рамках проектов;
- осуществление коммуникаций со стейкхолдерами (например, проведение интервью);
- формирование баз данных проектов, составление глоссария и т.д.

В качестве методических материалов, направляющих самостоятельную работу магистрантов при осуществлении НИР, могут использоваться рекомендуемые источники профессиональной направленности, ресурсы сети «Интернет», а также информационные технологии, используемые при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (Разделы 6, 7 Программы).

Конкретное содержание учебно-методических материалов, обеспечивающих самостоятельную работу обучающихся на практике, определяется в соответствии с тематикой реализуемого проекта (1 и 2 семестры).

Формы контроля и критерии оценки результатов самостоятельной работы магистрантов определяются спецификой формируемых компетенций (Раздел 4). Оценка качества выполнения магистрантами различных видов самостоятельной работы в рамках научно-исследовательской работы осуществляется на этапе промежуточной аттестации, включающей в себя контроль участия обучающегося в научно-исследовательском семинаре, а также соблюдение графика выполнения выпускной квалификационной работы магистра. Кроме того, самостоятельная исследовательская работа магистранта оценивается в ходе занятий с руководителем проекта (1 и 2 семестр).

При оценке результатов самостоятельной работы магистрантов рекомендуется применять такие техники оценивания компетенций, как оценочное собеседование (установление развития навыков аргументации и ведения дискуссий), оценка навыков публичного выступления (научно-исследовательский семинар магистрантов), оценка навыков работы с

источниками исследования и подготовки отчетов (выполнение и защита отчета). При этом важным фактором мотивации к выполнению магистрантами самостоятельной работы по этому направлению служит использование ее результатов при защитах коллективных проектов или при реализации индивидуального исследовательского проекта (при подготовке выпускной квалификационной работы).

## **6.Перечень учебной литературы**

1. Моисеева, Н.К. Международный маркетинг и бизнес / Н.К. Моисеева. – М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2013. – 272 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=390294>

2. Колдаев В.Д. Методология и практика научно-педагогической деятельности: Учебное пособие / Колдаев В.Д. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 400 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=542667>

3. Графф Д. Как писать убедительно. Искусство аргументации в научных и научно-популярных работах / К. Биркенштайн. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 258 с. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/913593>

4. 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>)

5. Наумов, В.Н. Поведение потребителей: Учебное пособие / В.Н. Наумов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 248 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=439646>

6. 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>

7. 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>

8. 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>

9. 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>

10. Федорова М.А. От академического письма — к научному выступлению. Английский язык [Электронный ресурс] : учеб. пособие / М.А. Федорова. — 4-е изд., стер. — М. : ФЛИНТА, 2018. — 168 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/937910>

### **Дополнительная литература**

1. Парамонова, Т.Н. Маркетинг торгового предприятия [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк, В.В. Лукашевич – Электрон. текстовые данные. – М.: Дашков и К, 2014. – 283 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24796> (ЭБС «IPRbooks», по паролю)

2. Чеглов, В.П. Инновационный ритейл. Организационное лидерство и эффективные технологии: Монография / В.П. Чеглов. – М.: ИД ФОРУМ, 2013. – 208 с. Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=405624>

3. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM): массовый открытый онлайн курс Национального открытого института, 2015. – Режим доступа: <http://www.intuit.ru/studies/courses/1154/151/info>



## 7.Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

1. Консультант Плюс. Электронный ресурс. Режим доступа:  
<http://www.consultant.ru/>

2. Гарант. Информационно – правовой портал. Электронный ресурс.  
Режим доступа: <http://www.garant.ru/>

3. Пакет прикладных программ Microsoft Office

4. Научная электронная библиотека ДВФУ. Электронный ресурс. Режим  
доступа: <http://www.dvfu.ru/library/>

5. Информационная база данных ФНС России. Электронный ресурс.  
Режим доступа: <https://www.nalog.ru/rn77/service/fias/>

6. Контур эксперт. Сервис для проведения финансового анализа и  
прогнозирования вероятности проверок предприятия. Электронный ресурс.  
Режим доступа: <https://kontur.ru/expert>

7. Информационно-аналитическая система **FIRA PRO** Электронный  
ресурс. Режим доступа: <https://fira.ru/>

8. База данных о компаниях России, Украины, Казахстана – Ruslana.  
Электронный ресурс. Режим доступа: <https://www.bvdinfo.com/ru-ru/our-products/company-information/national-products/ruslana>

### 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; ABBYY FineReader 11 – пакет программного обеспечения, для распознавания отсканированного текста с последующим его сохранением

<p><b>Место расположения компьютерной техники, на котором установлено программное обеспечение, количество рабочих мест</b></p>	<p><b>Перечень программного обеспечения</b></p>
	<p>Adobe Acrobat Reader DC – пакет программ для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF;</p> <p>ESET Endpoint Security 5 – комплексная защита рабочих станций на базе ОС Windows. Поддержка виртуализации + новые технологии;</p> <p>Far Manager 3 – программа управления файлами и архивами в ОС Windows.</p> <p>Google Chrome – веб-браузер</p> <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), твёрдотельных 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>

## **8. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики**

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:

<b>Наименование оборудованных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Перечень основного оборудования</b>
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 (корпус А - уровень 10)	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 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 видеувелечителем 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:**

Гаффорова Е.Б. – д-р экон. наук, профессор кафедры менеджмента

Ершова Т.В. – канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента

Программа практики обсуждена на заседании Департамента экономических наук, протокол от «13» июня 2019 г. № 2.

## ПРОЕКТНАЯ ЗАЯВКА

### **Название проекта:**

название должно быть емким, лаконичным, но при этом давать общее представление о характере работ и результатов проекта.

### **Тип проекта:** *исследовательский/прикладной/сервисный*

1. Исследовательский (научно-исследовательский)  
Основная цель – проведение исследования, предполагающего получение в качестве результата научного или научно-прикладного продукта.
2. Прикладной (практико-ориентированный)  
Основная цель – решение прикладной задачи, чаще всего по запросу внешнего по отношению к ШЭМ заказчика.
3. Сервисный (инфраструктурный)  
Основная цель – решение служебных задач в рамках проводимых мероприятий или для обеспечения текущей работы Университета и/или его структурных подразделений  
Возможно смешивание типов...

### **Заказчик**

Структурное подразделение, организация, компания, в интересах которой реализуется проект, (потребитель продуктового результата проекта).

### **Руководитель проекта**

(резюме или ссылка на персональную страницу, контакты);

Здесь важно дать краткую характеристику руководителя и показать, что он действительно руководитель проекта, а не великий ученый или деятель. Достаточно указать общую информацию и дать ссылки на профиль в интернете, чтобы обучающиеся могли перейти по ссылке и подробно ознакомиться с руководителем.

### **Цели проекта:**

это желаемые результаты деятельности, достигаемые в итоге успешного осуществления проекта. Необходимо обязательно письменно зафиксировать то, как должен завершиться проект. Рекомендуется определить не более трех целей. Цели должны быть понятны, измеримы, конкретны и ограничены во времени. Идеально, если они будут соответствовать всем условиям SMART.

### **Подробное описание содержания проектной работы:**

не более 250 слов. Здесь в свободной форме описывается то, что будет делаться в проекте. Здесь не нужно описывать актуальность или важность проекта, не нужно описывать тренды и ссылаться на постановления правительства. Здесь только то, что будет происходить внутри проекта. То, что будет делать команда проекта.

### **Календарный план/этапы реализации проекта (учитывая сроки записи на проект и сроки начала-окончания проекта):**

Необходимо провести первичную (предварительную) декомпозицию работ по проекту и выделить не менее двух результатов, достигаемых к контрольным точкам. Эти контрольные точки станут вехами проекта и позволят руководителю проекта, администраторам проектной деятельности от школы и внешним экспертам проводить оценку прогресса. В проекте может быть больше двух контрольных точек, но для общего контроля администраторы проектной

деятельности будут контролировать достижение заявленных результатов по двум точкам из этой формы.

**Перечень продуктовых результатов с привязкой к этапам (формы представления результатов проекта, которые подлежат оцениванию):**

здесь необходимо описать те результаты или их части, которые будут получены по каждому этапу работ, а также заключительный (финальный) результат по проекту.

<b>Этап 1*</b>	описание продуктового результата (его элемента) по этапу 1 ( <b>не более 100 слов</b> )
<b>Этап 2*</b>	описание продуктового результата (его элемента) по этапу 2 ( <b>не более 100 слов</b> )
<b>Этап 3*</b>	описание продуктового результата (его элемента) по этапу 3 ( <b>не более 100 слов</b> )
<b>Завершение проекта</b>	Итоговый продуктовый результат ( <b>не более 200 слов</b> )

\*количество этапов определяется руководителем проекта, но не менее двух этапов.

**Виды деятельности, выполняемые студентом по проекту:**

Описывается, то чем будут заниматься участники проекта, разделять работы по ролям не обязательно, ведь это первичное приближение. Виды деятельности должны быть связаны с продуктовыми результатами проекта.

**Перечень образовательных результатов, получаемых обучающимися:**

Необходимо описать несколько образовательных результатов, то есть чему обучающиеся научатся в ходе выполнения работ по проекту.

Примеры soft skills (англ. «мягкие навыки»): умение работать в команде, проявлять навыки лидера, коммуникационные навыки, готовность действовать в нестандартных ситуациях и т.д.

Примеры hard skills (англ. «жесткие» навыки), то есть общепрофессиональные и профессиональные навыки, которым можно научить и которые можно измерить:

- разработка математических моделей сложных систем в сфере менеджмента
- программирование
- использование программных продуктов
- использование оборудования
- применение технологий

**Целевая аудитория проекта (рекомендуемые для участия в проекте студенты определенных магистерских программ)**

указываются предпочтительные магистерские программы. В 1-м семестре допускается участие в проекте студентов любых направлений подготовки.

**Количество мест в проекте и роли:**

указывается сколько исполнителей (участников проектной команды) требуется в проект и какие позиции они могут занять. **Примеры ролей:**

- аналитик
- программист
- координатор
- контент менеджер

**Пререквизиты (требования к участникам проекта):**

Требования к потенциальным участникам проекта. Желательно, чтобы требования были максимально конкретными и понятными, это позволит обучающимся осознанно сделать свой выбор проекта, а руководителю проекта получить именно тех исполнителей, которые ему нужны. Здесь можно разбивать требования по ролям

**Например:**

- Владение иностранным языком не ниже уровня Upper Intermediate;
- Владение языком программирования - каким-то
- Навыки поиска информации в интернете;
- Навыки работы с информацией;
- Навыки социологических исследований;
- Знание основ информационно-аналитической работы;
- Интерес к продвижению научно-технического знания в школьную аудиторию;
- Другое.

**Декомпозиция проекта на подпроекты\***

**Целевая аудитория проекта и количество мест:**

№	Подпроект / задача*	Потенциальный научный руководитель и консультант магистерской диссертации / Роль в проекте	Запрос на магистранта (кол-во и ОП)	Требования к магистранту на входе	Образовательный результат (чему студенты научатся в проекте?)	Продуктовый результат
1.	<i>Название подпроекта 1</i>					
2.						
3.						

\* Осуществляется во втором семестре НИР. Подпроект должен демонстрировать, то чем будут заниматься участники проекта, должен быть связан с продуктовыми результатами проекта и подпроекта, общепрофессиональными и отдельными профессиональными компетенциями, формируемыми на данной ОП. Подпроекты могут рассматриваться как будущие магистерские диссертации

\*\* то, чему обучающиеся научатся в ходе выполнения работ по проекту. Hard skills (англ. «жесткие» навыки) – профессиональные навыки, которым можно научить и которые можно измерить.



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

**Школа экономики и менеджмента**

**ОТЧЕТ**

по производственной практике (научно-исследовательской работе),  
осуществляемой в формате проектной деятельности

проект №  
название проекта:

Выполнил магистрант гр.  
\_\_\_\_\_

Отчет защищен:  
с оценкой \_\_\_\_\_

Руководитель практики  
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ И.О.Фамилия  
подпись  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 г.

Регистрационный № \_\_\_\_\_  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 г.

Практика пройдена в срок  
с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20 г.  
по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20 г.

\_\_\_\_\_ И.О.Фамилия  
подпись



## Содержание

Аннотация проекта (1-2 стр.)

Сведения об участниках проекта

Проектная заявка (*скачивается со страницы «Ярмарка проектов»*)

**Глоссарий**

**Раздел 1.**

**Раздел 2.**

**Раздел 3.**

**Раздел 4.**

**Раздел 5.**

**Раздел 6.**

**Раздел 7.**

**Раздел 8.**

**Раздел 9.**

**Раздел 10.**

Заключение

Список использованных источников

Приложения

**Данные разделы (количество и содержание) определяются руководителем проекта**

## Блок 1. Оценка проектной деятельности группы (первый семестр)

Критерий	Описание	Шкала оценивания
Проработанность идеи проекта и прототипа проекта	<p>Умение участников проектной группы <i>объяснить</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- в чем основная идея проекта,</li> <li>- кто будет использовать результаты проекта и зачем,</li> <li>- как могут использоваться результаты проекта,</li> <li>- кто и что приобретает / выигрывает от реализации проекта,</li> <li>- каковы противоречия / разрывы, из которых вы исходите,</li> <li>- какова исследовательская проблема;</li> </ul> <p><i>представить</i> прототип проекта (это может быть простое вербальное описание, визуальное представление (рисунок, схема, альбом), ролевая сценка), практическую и / или теоретическую рамку, в которой проходило прототипирование.</p>	<p>Каждый критерий оценивается от 1 до 5 баллов. Итоговая сумма баллов по блоку – от 5 до 25</p>
Командная работа	<p>Умение участников проектной группы <i>объяснить</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- как выстраивалась работа в проектной группе,</li> <li>- каким образом были распределены задачи / обязанности в проектной группе.</li> </ul>	
Коммуникации с заинтересованными сторонами	<p>Умение участников проектной группы <i>представить и объяснить</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- порядок коммуникаций с заказчиком и стейкхолдерами проекта, их влияние на проект (проектный ход, риски, результаты и др.),</li> <li>- что группа получила в результате коммуникаций с заказчиком и стейкхолдерами.</li> </ul>	
Использование инструментария проектного управления	<p>Умение участников проектной группы <i>представить и объяснить</i> инструменты, использованные в проекте. Например, схема структурной (иерархической) декомпозиции работ и принципы декомпозиции, график (план-график <i>или</i> диаграмма Ганта с контрольными событиями), матрица ответственности, матрица стейкхолдеров и др.</p>	
Достигнутый результат	<p>Умение участников проектной группы <i>представить и объяснить</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- достигнутые продуктовые и образовательные результаты, их оценку проектной группой и заказчиком,</li> <li>- кто пользователь и держатель конечного продукта проекта,</li> <li>- ограничения, учитываемые при использовании результатов проекта,</li> <li>- перспективы использования результатов проекта.</li> </ul>	

## Блок 2. Оценка проектной деятельности группы (второй семестр)

Критерий	Описание	Шкала оценивания
Достижение проектной командой продуктивных результатов	<p>Умение участников проектной группы <i>объяснить</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- в чем основная идея проекта,</li> <li>- кто будет использовать результаты проекта и зачем,</li> <li>- как могут использоваться результаты проекта,</li> <li>- кто и что приобретает / выигрывает от реализации проекта,</li> <li>- каковы противоречия / разрывы, из которых вы исходите,</li> <li>- какова исследовательская проблема;</li> </ul> <p><i>представить</i> прототип проекта (это может быть простое вербальное описание, визуальное представление (рисунок, схема, альбом), ролевая сценка), практическую и / или теоретическую рамку, в которой проходило прототипирование.</p> <p>Умение участников проектной группы <i>представить и объяснить</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- достигнутые продуктивные и образовательные результаты, их оценку проектной группой и заказчиком,</li> <li>- кто пользователь и держатель конечного продукта проекта,</li> <li>- ограничения, учитываемые при использовании результатов проекта,</li> </ul> <p>перспективы использования результатов проекта.</p>	Каждый критерий оценивается от 1 (минимум) до 5 (максимум) баллов
Индивидуальный вклад в достижение продуктивных результатов	<p>Умение участника проектной группы <i>объяснить</i> значимость своей деятельности в проекте и <i>продемонстрировать</i> личные результаты, которых он достиг в проекте.</p> <p>Понимание каждым студентом его влияния на проект и результаты.</p>	
Коммуникации внешние	<p>Умение участников проектной группы <i>представить и объяснить</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- порядок коммуникаций с заказчиком и стейкхолдерами проекта, их влияние на проект (проектный ход, риски, результаты и др.),</li> <li>- что группа получила в результате коммуникаций с заказчиком и стейкхолдерами.</li> </ul>	

**Блок 2. Индивидуальная оценка студента (1,2 семестр)**

<b>Критерий</b>	<b>Описание</b>	<b>Шкала оценивания</b>
Вклад студента в достижение результатов проекта	Умение участника проектной группы <i>объяснить</i> значимость своей деятельности в проекте и <i>продемонстрировать</i> личные результаты, которых он достиг в проекте. Понимание каждым студентом его влияния на проект и результаты.	Каждый критерий оценивается от 1 до 5 баллов. Итоговая сумма баллов по блоку – от 3 до 15
Принятие решений (способность ориентироваться в ситуации и принимать адекватные решения)	Умение обосновать и презентовать предложенные в ходе выполнения проекта идеи, решения, подходы и т.п., их необходимость, понимание реализуемости и влияния на результат.	
Межличностные коммуникации	Умение выстраивать коммуникации (внутренние и внешние)	

**Блок 3. Кросс-оценка внутри проектной группы**

ФИО студента, выполняющего кросс-оценку			<i>Иванов Е.А.</i>
Название проекта			<i>Маршруты автодорожной сети юга Приморского края</i>
Учебный год			<i>2017-2018 учебный год</i>
Семестр			<i>осенний семестр</i>
<b>№</b>	<b>ФИО студента</b>	<b>Группа</b>	<b>Оценка (1-5 баллов)</b>
1			
2			
3			
4			
5			
6			
Средняя оценка			
Подпись студента			

\* Каждый студент оценивает остальных участников проектной группы, используя таблицу 3. Допускается округление средней оценки до десятых.

*Форма для кросс-оценки*

**Оценки, поставленные студентом**

*Ивановым Е.А.*

**ФИО**

**другим участникам проектной группы**

наименование проекта

**20 -20 учебный год**

**Осенний (весенний) семестр**

<b>№</b>	<b>ФИО студента</b>	<b>Группа</b>	<b>Оценка (1-5 баллов)</b>
1			
2			
3			
4			
5			
6			

Подпись студента \_\_\_\_\_

подпись

Приложение 9  
Форма оценочного листа для руководителя проекта

Название проекта \_\_\_\_\_  
наименование проекта

№	ФИО	Группа	Оценка (1-5 баллов)	Примечание / комментарий*
1				
2				
3				
4				

\*при желании

Руководитель проекта

\_\_\_\_\_   
подпись

\_\_\_\_\_   
ФИО

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 г.

### Оценка руководителя практики

№	ФИО	Группа	Выполнение индивидуальных задач проект (1-5 баллов)	Примечание / комментарий*
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				

Руководитель практики

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

ФИО

### Оценка проектного консультанта

Номер проекта:

Название проекта:

Руководитель проекта:

№	ФИО	Группа	Применение и качество проектного инструментария (1-5 баллов)	Примечание / комментарий*
1				
2				
3				
4				
5				

Проектный консультант

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

ФИО



**Оценочный лист эксперта комиссии**

---

ФИО

**Номер проекта:**

**Название проекта:**

**Руководитель проекта:**

<b>Балл</b>	<b>1-5</b>	<b>1-5</b>	<b>1-5</b>	<b>3-15</b>
<b>Критерий</b> <b>Проект</b>	Достигнутый результат	Индивидуальный вклад в достижение продуктовых результатов	Коммуникации с внешней средой	<b>ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА</b>

## Пример расчета оценки студента (1,2 семестр)

Критерий	Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3	Кросс-оценка внутри проектной группы (Блок 3)	Средний балл студента 1
<b>НИР</b>					
<b>Блок 1. Оценка проектной деятельности группы</b>					
Проработанность идеи проекта и прототипа проекта	5	5	4		
Командная работа	5	4	4		
Коммуникации с заинтересованными сторонами	5	5	4		
Использование инструментария проектного управления	5	5	4		
Достигнутый результат	5	5	4		
<b>Сумма баллов</b>	<b>25</b>	<b>24</b>	<b>20</b>		
<b>Средний балл эксперта</b>	<b>5,00</b>	<b>4,80</b>	<b>4,00</b>	<b>4,70</b>	<b>18,50/4=4,63</b>
<b>Перевод баллов в оценку</b>	<i>неудовлетворительно</i>	<i>удовлетворительно</i>	<i>хорошо</i>	<i>отлично</i>	
	<i>60% и менее</i>	<i>61-75%</i>	<i>76-85%</i>	<i>86-100%</i>	
	<b>1,00-3,04</b>	<b>3,05-3,79</b>	<b>3,80-4,29</b>	<b>4,30-5,00</b>	
<b>НИС</b>					
<b>Блок 2. Индивидуальная оценка студента</b>					
Вклад студента в достижение результатов проекта	5	4	5		
Принятие решений (способность ориентироваться в ситуации и принимать адекватные решения)	5	5	4		
Межличностные коммуникации	5	5	4		
<b>Сумма баллов</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>13</b>		
<b>Средний балл эксперта</b>	<b>5,00</b>	<b>4,67</b>	<b>4,33</b>	<b>4,70</b>	<b>18,70/4=4,68</b>
<b>Перевод баллов в оценку</b>	<i>неудовлетворительно</i>	<i>удовлетворительно</i>	<i>хорошо</i>	<i>отлично</i>	
	<i>60% и менее</i>	<i>61-75%</i>	<i>76-85%</i>	<i>86-100%</i>	
	<b>1,00-3,04</b>	<b>3,05-3,79</b>	<b>3,80-4,29</b>	<b>4,30-5,00</b>	



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

Е.В. Носкова

« 20 » 2 июля 2019 г.

**ПРОГРАММА**

**ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

Научно-исследовательская работа

**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»;
- федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденного приказом Минобрнауки России от 30.03.2015 г. № 323;
- образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого федеральным государственным автономным образовательным учреждением высшего профессионального образования «Дальневосточный федеральный университет», утвержденного ректором ДВФУ 07.07.2015 г. №12–13–1282;
- Положением о порядке проведения практики студентов, обучающихся в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Дальневосточный федеральный университет» по программе высшего образования, утвержденные приказом от 23.10.2015 №12-13-2030;
- устава ДВФУ, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 06.05.2016 №522;
- внутренние нормативные акты и документы ДВФУ.

## **2. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЕ**

Целями производственной практики являются: формирование у студентов компетенций и навыков исследовательской работы и обеспечение высокого качества научных исследований по выбранной проблеме исследования. Научно-исследовательская работа призвана создать условия для приобретения магистрантами опыта участия в научных дискуссиях, формирования и аргументации собственной позиции.

Целью производственной практики является:

- закрепление теоретических знаний, полученных при изучении базовых дисциплин;
- ознакомление с содержанием основных работ и исследований по выбранной теме исследования;
- усвоение приемов, методов и способов обработки, представления и интерпретации результатов проведенных исследований.

## **3. ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЕ**

Задачами производственной практики являются:

- проведение научных исследований в определенной профессиональной деятельности;
- анализ и оценка результатов научных исследований;
- исследование, прогнозирование тенденций и оценка изменений конъюнктуры рынков;
- исследование, моделирование и оценка бизнес-технологий;
- прогнозирование потребностей и оценка степени их удовлетворенности;
- анализ состояния и динамики показателей качества товаров и услуг с использованием современных методов и средств исследований;

- изучение прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности (маркетинговой, или коммерческой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или экспертной);
- выработка у студентов навыков научной дискуссии и презентации исследовательских результатов;
- координация усилий и обобщение опыта научных исследований отечественных и зарубежных учёных в области маркетинга;
- формирование у студентов представления о тематическом поле проблемы с целью выбора научного направления исследования и темы магистерской диссертации;
- обеспечение необходимой методологической и методической поддержки магистерских диссертаций в соответствии с их целями и задачами;
- выработка навыков ведения научных дискуссий, презентации теоретических концепций и результатов собственных исследований, а также возможностей их практической реализацией в экономике и социальной сфере;
- формирование навыков научно-исследовательской работы, включающей в себя вопросы экономико-математического и экономико-статистического моделирования и прогнозирования, выполнения статистических расчётов и интерпретации получаемых результатов, реферирование, написание статей и докладов.

#### **4. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЕ В СТРУКТУРЕ ОПОП**

Производственная практика (научно-исследовательская работа) является составной частью основной профессиональной образовательной программы, входит в «Блок 2. Практики» вариативной части учебного плана (индекс Б2.В.02.03(Н)).

Для успешного прохождения производственной практики (научно-исследовательская работа) у студентов должны быть сформированы предварительные компетенции на предыдущем уровне образования:

- способность вести научную дискуссию, владение нормами научного стиля современного русского языка;
- способность к свободной научной и профессиональной коммуникации в иноязычной среде;
- способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;
- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала;
- способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять свое научное мировоззрение;
- готовность к самостоятельной работе с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования; способностью быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования;
- способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)

Производственная практика (научно-исследовательская работа) проходит в 3 семестре 2 курса. Содержание практики (научно-исследовательская работа) предполагает полное освоение предметов базовой и вариативной части учебного плана.

Основой для успешного прохождения производственной практики (научно-исследовательская работа) являются знания, полученные при изучении таких дисциплин, как «Практический маркетинг», «Поведение потребителей», «Технологии анализа рынка», «Маркетинговые коммуникации», «Цифровой маркетинг», «Критическое и проектное мышление», «Глобальная научная коммуникация».

В результате прохождения производственной практики (научно-исследовательская работа) у обучающихся будут сформированы умения и навыки, необходимые для выполнения выпускной квалификационной работы.

## **5. ТИПЫ, СПОСОБЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (НАУЧНО- ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА)**

Вид практики – производственная практика.

Тип практики – научно-исследовательская работа.

Способ проведения – стационарная, выездная.

Форма проведения практики – рассредоточенная.

Местом проведения практики являются дискуссионные площадки в ДВФУ и внешние, с привлечением экспертных групп из числа сотрудников Школы экономики и менеджмента, подразделений университета, представителей бизнес-сообществ, государственных и муниципальных структур и др.

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

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 (НАУЧНО- ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА)**



В результате прохождения данной практики у обучающегося формируются следующие общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-2 готовность проявлять качества лидера и организовать работу коллектива, владеть эффективными технологиями решения профессиональных проблем	Знает	– формы организационной работы с коллективом, технологии менеджмента
	Умеет	– проявлять качества лидера, организовать работу коллектива, использовать эффективные технологии для решения профессиональных проблем
	Владеет	– технологиями для решения профессиональных проблем
ОК-3 умение работать в проектных междисциплинарных командах, в том числе в качестве руководителя	Знает	– формы организации междисциплинарных коллективов, основы лидерства
	Умеет	– работать в проектных командах, в том числе в качестве руководителя
	Владеет	– навыками общения в проектных междисциплинарных командах
ОК-5 способность генерировать идеи в научной и профессиональной деятельности	Знает	– современные научные парадигмы;
	Умеет	– генерировать идеи при решении новых исследовательских и задач;
	Владеет	– способностью генерирования идей при решении практических задач
ОК-8 способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	Знает	– методы и подходы к анализу и синтезу информации
	Умеет	– абстрактно мыслить; анализировать и обобщать полученную в ходе исследования информацию
	Владеет	– способностью к абстрактному мышлению, анализу и синтезу
ОК-10 готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Знает	– способы самоорганизации и развития своего интеллектуального, культурного, духовного, нравственного, физического и профессионального уровня
	Умеет	– умеет находить недостатки в своем общекультурном и профессиональном уровне развития и стремится их устранить
	Владеет	– владеет навыками саморазвития, самореализации и использования своего творческого потенциала
ОПК-1 готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения за-	Знает	– принципы и методы организации деловой коммуникации на русском и иностранном языках
	Умеет	– основы выстраивания логически правильных рассуждений, принципы ведения дискуссии и полемики; правила делового этикета

дач профессиональной деятельности	Владеет	– способность составить текст публичного выступления и произнести его, аргументированно и доказательно вести полемику
ОПК-3 способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	Знает	– методы анализа научной информации, изучения отечественного и зарубежного опыта по тематике исследования
	Умеет	– найти противоречия, пустоты и перспективные исследовательские темы и вопросы
	Владеет	– навыками разработки программы исследования, компетенциями проведения полевых количественных и качественных исследований
ПК-8 способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Знает	– подходы к сбору количественных и качественных данных в области профессиональной деятельности;
	Умеет	– умеет обосновывать исследовательские вопросы; готовить аналитический отчет по результатам самостоятельных исследований с соблюдением норм научной и исследовательской этики
	Владеет	– навыками анализа количественных и качественных данных (с использованием современных цифровых сервисов и ПО) для принятия управленческих решений;
ПК-10 способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	Знает	– методы анализа информации; – методы критической оценки результатов исследований с учетом контекста страны;
	Умеет	– обобщать результаты исследований; – работать с отечественной и зарубежной литературой; – критически оценивать результаты исследований;
	Владеет	– навыками обобщения и анализа информации; – навыками критической оценки исследований; – способами работы с литературой и результатами исследований;
ПК-11 способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	Знает	– методику написания научного отчета, статьи или доклада;
	Умеет	– представлять результаты исследования в виде научного отчета, статьи или доклада;
	Владеет	– навыками написания научного отчета, статьи или доклада; – навыками презентации научного отчета или доклада; – методами подготовки презентации научной работы;
ПК-12 способность обосновывать актуальность, теоретиче-	Знает	– методику выбора актуальной темы для научного исследования; – методы обоснования актуальности, теоретиче-

ретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования		ской и практической значимости темы научного исследования;
	Умеет	– оценить актуальность, теоретическую и практическую значимость темы научного исследования; – обосновать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования;
	Владеет	– навыками презентации темы исследования, объяснения теоретической и практической значимости темы исследования;
ПК-13 способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	Знает	– методики проведения исследований; – особенности проведения различных исследований;
	Умеет	– проводить самостоятельные исследования с учетом специфики изучаемого явления;
	Владеет	– навыками проведения исследований в соответствии с разработанной программой;
ПК-14 способностью применять методы организации исследований и исследовательские стратегии	знает	– научные методы организации исследований и исследовательские стратегии
	умеет	– применять основные методы научных исследований для решения поставленных задач; разрабатывать программу исследования
	владеет	– способностью применять соответствующие методы организации исследований и исследовательские стратегии; навыками самостоятельного проведения научных исследований.

## 7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА)

Общая трудоемкость производственной практики 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	Консультация по организации производственной практики	0	–	0	Групповые консультации
2	Сбор и анализ	Поиск информации посредством работы с	4	10	14	Собеседовани

№ 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		
	кабинетной информации	официальными базами данных, с периодической печатью				е, анализ проведенного кабинетного исследования, проверка релевантности и используемых источников информации
		Поиск информации посредством работы с социальными сетями	0	10	10	
		Контент-анализ собранной информации, систематизация полученных данных, в том числе с использованием специальных пакетов «Медиалогия», «Яндекс Метрики» и проч.	4	10	14	
3	Интерпретация собранной информации	Построение майнд-карты	0	10	10	Проверка теоретической модели исследования и обоснования гипотез
		Построение теоретической модели исследования	4	10	14	
		Выдвижение и обоснование гипотез исследования	4	10	14	
4	Разработка исследовательского инструментария	Разработка инструментария (анкет, опросных листов, листов наблюдения), инструкций для интервьюеров, маршрутных листов и проч.	4	10	14	Проверка рабочего инструментария, в том числе анкет, опросных и маршрутных листов
5	Сбор и анализ эмпирических данных	Применение методов стат. обработки для предоставления результатов полевых исследований	4	10	14	Проверка правильности использования подобранных методов
6	Интерпретация полученных результатов	Определение закономерностей, тенденций, факторов, влияющих на исследуемый объект	4	10	14	Собеседование
7	Подготовка научной статьи, тезисов, докладов на конференцию по итогам научных «находок»	Доклад на НИС/выступление на конференции/тезисы/научная статья в профильном журнале	4	10	14	Рецензирование научных материалов

№ 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		
8	Подготовка итогового отчета по практике	Подготовка презентации	4	8	12	Публичная защита отчета с презентацией в Power Point
<b>Итого</b>			<b>36</b>	<b>108</b>	<b>144</b>	–

## **8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ НА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ (НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА)**

### *Вопросы для собеседования*

#### **- Сбор и анализ кабинетной информации**

1. Чем отличаются цели от задач исследования, сопоставьте их
2. Как сформулировать проблему исследования? Исследовательский вопрос: правила постановки, аргументация.
3. Что такое проблема, требующая исследования, и проблема, требующая решения?
4. Методы определения релевантности информации
5. Методики и основные этапы разработки информационного обеспечения.
6. Какие вы знаете типы маркетинговых исследований
7. Уточните методы диагностики проблем процессов управления
8. Какие вы знаете формы и методы поддержки научной и инновационной деятельности на различных уровнях управления
9. Методы сбора данных: характеристика и условия применения.
10. Какие современные digital-технологии вы применяете в процессе сбора данных

#### **– Интерпретация собранной информации**

1. Подходы к построению теоретической модели исследования
2. Правила постановки гипотез исследовательского проекта

3. Методы обоснования гипотез
4. Как взаимосвязаны гипотезы исследования и инструментарием
5. Алгоритм построения майнд-карты
6. Какие критерии вы установили для отбора научных журналов и почему
7. Каким образом вы определяли «достаточность» информации
8. Укажите к чему приводит избыток информации.
9. Укажите к чему приводит недостаток информации.

### **– Разработка исследовательского инструментария**

#### *Контрольные вопросы*

1. Правила составления анкет для опроса потребителей.
2. Глубинное интервью: условия применения.
3. Качественные и количественные методы сбора данных.
4. Инструкция для интервьюера: требования к составлению.
5. Требования к разработке листов для экспертного опроса.
6. Критерии выбора экспертов.
7. Механизмы тестирования рабочего инструментария.
8. Лист наблюдения: параметры для исследования, правила составления.
9. Неструктурированное наблюдение: причины проведения.
10. Пилотное исследование: правила проведения.

### **– Сбор и анализ эмпирических данных**

1. Правила к составлению баз данных.
2. Методы анализа данных: преимущества и недостатки.
3. Методы проверки качества анкет.
4. Правила составления инфографики: гистограмм, схем и проч.
5. Подходы к переводу качественной информации в количественную.
6. Какие методы вы использовали для обработки полученных результатов, моделирования и прогнозирования исследуемых вами процессов и явлений

7. Объясните суть экономико-математических и экономико-статистических методов анализа данных
8. Какие программные пакеты вы использовали при обработке данных

#### **– Интерпретация полученных результатов**

1. Система поддержки решений: место и роль в принятии управленческих решений.
2. Перечислите источники идей.
3. Что представляет собой управленческое решение
4. Правила проведения «мозгового шторма».
5. Виды и направления управленческих решений.
6. Обоснование управленческих решений.

#### ***Методические указания по реализации полевого исследования***

1. Интервью проводится в указанном месте и в назначенное время (время и место указаны в листе маршрута).
2. Интервью проводится с респондентами, указанными в квот-листе.
3. Когда вы увидите Вашего потенциального респондента, подойти к нему, приветливо попросить принять участие в опросе.
4. В случае отказа респондента от участия в опросе, также приветливо, улыбаясь сказать спасибо, извиниться и попрощаться с ним.
5. Если около места опроса находится лавочка, можно вежливо попросить респондента присесть для удобства проведения интервью.
6. Вопросы необходимо задавать с интонацией, удобной для восприятия респондентом информации.
7. Анкета находится у Вас в руках, карточки, составленные по некоторым вопросам, отдать в руки респондента, когда подойдет очередь данного вопроса.
8. После проведения интервью выразить благодарность и попрощаться с респондентом.
9. Заполняйте анкету ручкой выбранный вариант обводить в кружок.

10. Меняя словосочетания местами – не менять смысл вопроса!

**9. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)  
9.1 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ  
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО  
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ (НАУЧНО-  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА)**

*Примерный перечень тем исследования*

1. Анализ построения каналов продвижения при выходе российских компаний на продовольственные рынки КНР
2. Анализ построения сбытовых каналов при выходе российских компаний на продовольственные рынки КНР
3. Анализ факторов, влияющих на лояльность потребителей КНР к онлайн-магазинам
4. Влияние геймификации на лояльность потребителей к бренду товара
5. Влияние инструментов диджитал-маркетинга на вовлечение китайских потребителей в совместное создание ценности бренда товара
6. Влияние позиционирования предприятий сферы услуг на лояльность потребителей
7. Влияние социальных медиа на поведение потребителей при выборе товаров
8. Влияние технологий digital маркетинга на принятие потребительских решений при выборе компании
9. Влияние технологии дополненной реальности в розничной торговле на поведение потребителей
10. Влияние технологий продвижения на лояльность потребителей к предприятиям розничной торговли разных форматов
11. Влияние технологии продвижения товаров (на примере определённой группы товара / бренда) в социальных сетях на удовлетворенность потребителей



- 12.Измерение реакции потребителей на услуги предприятий розничной торговли на основе рекламной модели AIDA
- 13.Интернет-торговля российскими продовольственными товарами в КНР
- 14.Исследование влияния интегрированных маркетинговых коммуникаций на развитие нематериальных ресурсов предприятий сферы розничной торговли
- 15.Исследование влияния культурных ценностей на поведение российских и китайских потребителей в сфере розничной торговли
- 16.Исследование кросс-культурных особенностей поведения потребителей при выходе компаний на продовольственные рынки КНР
- 17.Исследование лучших маркетинговых практик при выходе компаний на рынки товаров и услуг стран АТР
- 18.Исследование модели поведения китайских потребителей при выборе товаров в сети Интернет
- 19.Исследование нового программного обеспечения в сегменте VR
- 20.Исследование предпочтений китайских потребителей в сфере розничной торговли
- 21.Маркетинговые технологии формирования имиджа территории
- 22.Модели формирования потребительской удовлетворенности и лояльности к предприятиям розничной торговли разных форматов
- 23.Особенности поведения китайских потребителей при выборе цифровой техники
- 24.Особенности поведения потребителей в процессе трансграничной онлайн-покупки (на примере конкретной группы товаров)
- 25.Особенности продвижения российских продовольственных товаров в социальных сетях и мобильных приложениях при выходе на продовольственные рынки КНР
- 26.Оценка восприятия бренда ДВФУ студентами
- 27.Оценка юзабилити сайтов университетских библиотек
- 28.Построение отношений потребителя с брендом в клиентских сообществах

29. Развитие лояльности потребителей к настольным играм на основе технологий продвижения
30. Разработка «карты путешествий» потребителя при выборе товара (на примере конкретной группы товаров)
31. Разработка методики построения идентичности бренда торгового предприятия на основе предпочтений потребителей
32. Разработка стратегии digital-маркетинга IT-компании
33. Разработка стратегии social media marketing (SMM) торговой компании
34. Сравнительный анализ предпочтений российских и китайских потребителей при выборе торгового предприятия продовольственной специализации
35. Сравнительный анализ предпочтений российских и китайских потребителей при выборе цифровой техники
36. Сравнительный анализ предпочтений российских и китайских потребителей на конкретном товарном рынке
37. Формирование и развитие нематериальных ресурсов предприятий сферы розничной торговли
38. Формирование маркетинговой стратегии развития компании на основе подхода co-creation

Форма контроля по итогам производственной практики (научно-исследовательская работа) – зачет 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
ОК-2 готовность проявлять каче-	Знает	– формы организационной работы	фрагментарные знания	пороговый

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели	
ства лидера и организовать работу коллектива, владеть эффективными технологиями решения профессиональных проблем		с коллективом, технологии менеджмента	сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	базовый	
			сформированные и систематические знания	высокий	
	Умеет	– проявлять качества лидера, организовать работу коллектива, использовать эффективные технологии для решения профессиональных проблем	частично освоенное умение	пороговый	
			в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение	базовый	
			успешное и систематическое умение	высокий	
	Владеет	– технологиями для решения профессиональных проблем	фрагментарное владение	пороговый	
			в целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	базовый	
			успешное и систематическое владение	высокий	
	ОК-3 умение работать в проектных междисциплинарных командах, в том числе в качестве руководителя	Знает	– формы организации междисциплинарных коллективов, основы лидерства	фрагментарные знания	пороговый
				сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	базовый
сформированные и систематические знания				высокий	
Умеет		– работать в проектных командах, в том числе в качестве руководителя	частично освоенное умение	пороговый	
			в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы	базовый	

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели	
			умение		
			успешное и систематическое умение	высокий	
	Владеет	– навыками общения в проектных междисциплинарных командах	фрагментарное владение	пороговый	
			в целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	базовый	
			успешное и систематическое владение	высокий	
	ОК-5 способность генерировать идеи в научной и профессиональной деятельности	Знает	– современные научные парадигмы;	фрагментарные знания	пороговый
сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания				базовый	
сформированные и систематические знания				высокий	
Умеет		– генерировать идеи при решении новых исследовательских и задач;	частично освоенное умение	пороговый	
			в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение	базовый	
			успешное и систематическое умение	высокий	
Владеет		– способностью генерирования идей при решении практических задач	фрагментарное владение	пороговый	
			в целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	базовый	
			успешное и систематическое владение	высокий	
ОК-8 способность		Знает	– методы и под-	фрагментарные	пороговый

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
к абстрактному мышлению, анализу, синтезу		ходы к анализа и синтеза информации	знания	
			сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	базовый
			сформированные и систематические знания	высокий
	Умеет	– абстрактно мыслить; анализировать и обобщать полученную в ходе исследования информацию	частично освоенное умение	пороговый
			в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение	базовый
			успешное и систематическое умение	высокий
	Владеет	– способностью к абстрактному мышлению, анализу и синтезу	фрагментарное владение	пороговый
			в целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	базовый
			успешное и систематическое владение	высокий
	ОК-10 готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Знает	– способы самоорганизации и развития своего интеллектуального, культурного, духовного, нравственного, физического и профессионального уровня	фрагментарные знания
сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания				базовый
сформированные и систематические знания				высокий
Умеет		– умеет находить недостатки в своем общекультур-	частично освоенное умение	пороговый

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
		ном и профессиональном уровне развития и стремятся их устранить	в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение	базовый
		успешное и систематическое умение	высокий	
	Владеет	– владеет навыками саморазвития, самореализации и использования своего творческого потенциала	фрагментарное владение	пороговый
			в целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	базовый
успешное и систематическое владение	высокий			
ОПК-1 готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	Знает	– принципы и методы организации деловой коммуникации на русском и иностранном языках	знание русского и иностранного языков как средств осуществления практического взаимодействия в языковой среде	способность выбирать резуль- тативные каналы коммуникации в ино- язычной среде в области про- фессиональной деятельности
	Умеет	– основы выстраивания логически правильных рас- суждений, прин- ципы ведения дискуссии и по- лемики; правила делового этикета	умение исполь- зовать различ- ные формы, ви- ды устной и письменной коммуникации на иностранных языках в про- фессиональной деятельности	способность ис- пользовать раз- личные формы устной и пись- менной комму- никации на иностранных языках в про- фессиональной деятельности
	Владеет	– способность со- ставить текст публичного вы- ступления и про- изнести его, аргу- ментированно и доказательно ве- сти полемику	владение навы- ками коммуни- кации в профес- сиональной иноязычной среде	способность ве- сти научную дискуссию в профессиональ- ной деятельно- сти
ОПК-3 способ- ность проводить	Знает	– методы анализа научной инфор-	– знание основ- ных подходов к	– способность проанализиро-

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования		мации, изучения отечественного и зарубежного опыта по тематике исследования	сбору первичной и вторичной информации; – знание принципов декомпозиции исследования	вать различные точки зрения, выявить проблему и поставить исследовательские вопросы
	Умеет	– найти противоречия, пустоты и перспективные исследовательские темы и вопросы	– умение использовать прикладное ПО для отбора, обобщения и использования информации из отечественных и зарубежных источников	– способность использовать программные продукты для отбора, обобщения и использования информации в индивидуальных исследовательских проектах – способность формулировать гипотезы
	Владеет	– навыками разработки программы исследования, компетенциями проведения полевых количественных и качественных исследований	– владение принципами, подходами к подготовке презентаций теоретического, эмпирического, прикладного уровня (в области стратегического маркетинга) – владение навыками организации интеллектуальной работы для генерации собственных идей	– способность организовывать и проводить самостоятельные исследования по глобальной повестке в рамках магистерской программы «Стратегический маркетинг»
ПК-8 способность использовать количественные и качественные методы для проведения приклад-	Знает	– подходы к сбору количественных и качественных данных в области профессиональной деятельности;	– знание методов сбора качественных данных – знание методов сбора коли-	– способность выбирать методы под цели прикладных исследований – способность

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
<p>ных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>			<p>чественных данных – знание специфики осуществления исследований в профессиональной деятельности</p>	<p>выделять особенности объекта исследования</p>
	Умеет	<p>– обосновывать исследовательские вопросы; готовить аналитический отчет по результатам самостоятельных исследований с соблюдением норм научной и исследовательской этики</p>	<p>– умение работать с научными базами данных – умение обосновывать и доказывать собственную позицию – умение анализировать экономические объекты и представлять результаты в понятной и наглядной форме</p>	<p>– способность работать с «авторитетными» БД – способность выдвигать и обосновывать гипотезы на основе анализа данных – способность представлять результаты собственных исследований</p>
	Владеет	<p>– навыками анализа количественных и качественных данных (с использованием современных цифровых сервисов и ПО) для принятия управленческих решений;</p>	<p>– владеет современными методами обработки информации – владеет навыками работы в спец. ПО для решения узких профессиональных задач</p>	<p>– способность обработки и интерпретации результатов самостоятельных исследований, в том числе с использованием современных цифровых сервисов</p>
<p>ПК-10 способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями</p>	<p>знает (пороговый уровень)</p>	<p>– методы анализа информации; – методы критической оценки результатов исследований с учетом контекста страны;</p>	<p>Знание методов проведения маркетинговых исследований</p>	<p>Способность перечислить и охарактеризовать методы маркетинговых исследований. Способность выбрать и обосновать нужный метод маркетинговых исследований.</p>



Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
	умеет (продвинутый уровень)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обобщать результаты исследований;</li> <li>– работать с отечественной и зарубежной литературой;</li> <li>– критически оценивать результаты исследований;</li> </ul>	Умение обрабатывать результаты маркетинговых исследований с применением пакета программ SPSS. Умение работать с отечественной и зарубежной литературой	Способность обработать результаты маркетинговых исследований. Способность критически оценить результаты исследований отечественных и зарубежных ученых
	владеет (высокий уровень)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками обобщения и анализа информации;</li> <li>– навыками критической оценки исследований;</li> <li>– способами работы с литературой и результатами исследований;</li> </ul>	Умение обобщать и анализировать информацию, полученную в результате исследования. Умение работать с литературой и результатами исследований	Способность самостоятельно работать с литературой и исследованиями зарубежных и отечественных ученых, умение критически оценивать результаты исследований
ПК-11 способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	знает (пороговый уровень)	– методику написания научного отчета, статьи или доклада;	Знание методики написания научного отчета, статьи или доклада	Способность описать методику написания научного отчета, статьи или доклада
	умеет (продвинутый уровень)	– представлять результаты исследования в виде научного отчета, статьи или доклада;	Знание подходов к написанию отчетов, статей, докладов	Способность описать подходы к написанию отчетов, статей, докладов
	владеет (высокий уровень)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками написания научного отчета, статьи или доклада;</li> <li>– навыками презентации научного отчета или доклада;</li> <li>– методами подготовки презентации научной работы;</li> </ul>	Знание структуры написания научного отчета, статьи или доклада. Навыками презентации научного отчета или доклада.	Способность самостоятельно написать научный отчет, статью, доклад

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
ПК-12 способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	знает (пороговый уровень)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– методику выбора актуальной темы для научного исследования;</li> <li>– методы обоснования актуальности, теоретической и практической значимости темы научного исследования;</li> </ul>	Знание методики выбора актуальной темы для научного исследования	Способность описать методику выбора актуальной темы для научного исследования
	умеет (продвинутый уровень)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– оценить актуальность, теоретическую и практическую значимость темы научного исследования;</li> <li>– обосновать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования;</li> </ul>	Знание методов обоснования актуальности темы научного исследования	Способность описать методы обоснования актуальности темы научного исследования
	владеет (высокий уровень)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками презентации темы исследования, объяснения теоретической и практической значимости темы исследования;</li> </ul>	Знание профессиональной лексики, теории в выбранной области, способов обоснования актуальности темы исследования	Способность самостоятельно обосновать актуальность, теоретическую и практическую значимость выбранной темы исследования
ПК-13 способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	знает (пороговый уровень)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– методики проведения исследований;</li> <li>– особенности проведения различных исследований;</li> </ul>	Знание методики проведения исследований, особенностей проведения маркетинговых исследований	Способность описать методики проведения маркетинговых исследований, особенности проведения исследований в зависимости от целей и задач
	умеет (продвинутый уровень)	– проводить самостоятельные исследования с	Знание подходов к проведению исследования	Способность описать подходы к проведению

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
		учетом специфики изучаемого явления;	ний в зависимости от специфики изучаемого явления	нию исследований в зависимости от специфики изучаемого явления
	владеет (высокий уровень)	– навыками проведения исследований в соответствии с разработанной программой;	Знание инструментов, необходимых для проведения исследований в соответствии с разработанной программой	Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой
ПК-14 способность применять методы организации исследований и исследовательские стратегии	знает (пороговый уровень)	– научные методы организации исследований и исследовательские стратегии	Знание методов и стратегий при организации количественных и качественных исследований	Способность описать виды и методы организации количественных и качественных исследований
	умеет (продвинутый уровень)	– применять основные методы научных исследований для решения поставленных задач; разрабатывать программу исследования	Знание подходов к организации качественных и количественных исследований и к выбору стратегии исследования	Способность описать подходы к выбору стратегии исследования
	владеет (высокий уровень)	– способностью применять соответствующие методы организации исследований и исследовательские стратегии; навыками самостоятельного проведения научных исследований.	Знание методов обработки полученных результатов исследований, методов организации исследований и подходы к выбору стратегий исследования	Способность применять методы организации исследований и исследовательские стратегии

### Шкала оценивания и критерии оценки результатов защиты отчета по практике

Форма проведения аттестации по итогам практики: публичная защита отчета.

## Критерии оценки студентов

### Требования к структуре итоговой презентации:

1. Титульный слайд
2. Актуальность темы: аргументы из теории и практики
3. Основные направления исследований и исследовательские вопросы, выдвинутые на основе анализа научной литературы
4. Дискуссионные вопросы
5. Гипотезы и их обоснование
6. Теоретическая модель исследования
7. Методы исследования в разрезе выбранных направлений
8. Инструментарий исследования
9. Выводы исследований в привязке к полученным научным результатам
10. Ограничения полученных результатов
11. Направления будущих исследований

### Критерии оценки презентации:

Оценка	50-60 баллов (неудовлетворительно)	61-75 баллов (удовлетворительно)	76-85 баллов (хорошо)	86-100 баллов (отлично)
<b>Критерии</b>	<b>Содержание критериев</b>			
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована на и/или не последовательна, использовано 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации

<b>Оценка</b>	50-60 баллов (неудовлетворительно)	61-75 баллов (удовлетворительно)	76-85 баллов (хорошо)	86-100 баллов (отлично)
Ответы на вопросы	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные /или частично полные	Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений

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

### **Критерии выставления оценки студенту на зачете по практике**

<b>Оценка</b>	<b>Требования к сформированным компетенциям</b>
«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 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 (научно-исследовательская работа)**

### **Порядок составления отчета, перечень предоставляемых документов и приложений**

Отчет о результатах исследования должен содержать: описание деятельности, выполняемой в процессе прохождения практики, достигнутые результаты, анализ возникших проблем и варианты их устранения, собственную оценку уровня своей профессиональной подготовки по итогам практики.

**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 с абзачного 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 (НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА)**

### **Основная литература**

1. Моисеева, Н.К. Международный маркетинг и бизнес / Н.К. Моисеева. – М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2013. – 272 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=390294>
2. Колдаев В.Д. Методология и практика научно-педагогической деятельности: Учебное пособие / Колдаев В.Д. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 400 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=542667>
3. Графф Д. Как писать убедительно. Искусство аргументации в научных и научно-популярных работах / К. Биркенштайн. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 258 с. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/913593>

4. 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>)
5. Наумов, В.Н. Поведение потребителей: Учебное пособие / В.Н. Наумов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 248 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=439646>
6. 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>
7. 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>
8. 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>
9. 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>
10. Федорова М.А. От академического письма — к научному выступлению. Английский язык [Электронный ресурс] : учеб. пособие / М.А. Федорова. — 4-е изд., стер. — М. : ФЛИНТА, 2018. — 168 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/937910>
11. Кметь Е.Б. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебник/ Кметь Е.Б., Ким А.Г. — Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2016. — 284 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43373>

### **Дополнительная литература**

1. Парамонова, Т.Н. Маркетинг торгового предприятия [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк, В.В. Лукашевич – Электрон. текстовые данные. – М.: Дашков и К, 2014. – 283 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24796> (ЭБС «IPRbooks», по паролю)
2. Чеглов, В.П. Инновационный ритейл. Организационное лидерство и эффективные технологии: Монография / В.П. Чеглов. – М.: ИД ФОРУМ, 2013. – 208 с. Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=405624>
3. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM): массовый открытый онлайн курс Национального открытого института, 2015. – Режим доступа: <http://www.intuit.ru/studies/courses/1154/151/info>

### **Программное обеспечение и Интернет-ресурсы**

1. База данных Scopus – крупнейшая в мире универсальная реферативная БД с возможностью отслеживания научной цитируемости публикаций, в т.ч. российских авторов. Индексирует 18000 названий научных изданий (научные журналы, материалы конференций и сериальные книжные издания) по техническим, медицинским, гуманитарным наукам 5000 издателей. – Режим доступа: [www.scopus.com](http://www.scopus.com)
2. Библиотека маркетолога. – Режим доступа: [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru)
3. Информационный портал межрегионального делового сотрудничества. – Режим доступа: [www.marketcenter.ru](http://www.marketcenter.ru)
4. Маркетинг журнал. – Режим доступа: <http://4p.ru>
5. Научная электронная библиотека «Киберленинка», построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии и повышение цитируемости российской науки. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>



6. Научная электронная библиотека eLIBRARY предоставляет доступ к периодическим изданиям как российских, так и зарубежных издательств. Здесь же можно посмотреть Российский индекс научного цитирования.
7. Официальный портал Российской ассоциации маркетинга услуг (РАМУ). – Режим доступа: [www.dis.ru](http://www.dis.ru)
8. Официальный сайт ритейлеров России. – Режим доступа: [www.retail.ru](http://www.retail.ru)
9. Профессиональный журнал «Маркетолог». – Режим доступа: [www.marketolog.ru](http://www.marketolog.ru)

## ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

Место расположения компьютерной техники, на котором установлено программное обеспечение,	Перечень программного обеспечения
Компьютерный класс Школы экономики и менеджмента, ауд. G509, G511, G717, G716	<p>7Zip 16.04 – свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных;</p> <p>ABBY FineReader 11 – пакет программного обеспечения, для распознавания отсканированного текста с последующим его сохранением</p> <p>Adobe Acrobat Reader DC – пакет программ для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF;</p> <p>ESET Endpoint Security 5 – комплексная защита рабочих станций на базе ОС Windows. Поддержка виртуализации + новые технологии;</p> <p>Far Manager 3 – программа управления файлами и архивами в ОС Windows.</p> <p>Google Chrome – веб-браузер</p> <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), твёрдотельных устройств (SSD), флэш-памяти и</p>

<b>Место расположения компьютерной техники, на котором установлено программное обеспечение,</b>	<b>Перечень программного обеспечения</b>
	аналогичных внешних и внутренних накопителей данных. WinDjView 2.0.2 - программа для распознавания и просмотра файлов с одноименным форматом DJV и DjVu; Гарант аэро – справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации Консультант Плюс – это компьютерная система для поиска и работы с правовой информацией.

## **11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ НАУЧНО- ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА**

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:

<b>Наименование оборудованных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Перечень основного оборудования</b>
Компьютерный класс Школы экономики и менеджмента, ауд. G409, G511, G717, G716	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 (корпус А - уровень 10)	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 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:**

Доцент кафедры маркетинга, коммерции и логистики

Е.В. Носкова

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



**Форма титульного листа отчета о прохождении производственной практики**

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  
научно-исследовательской работе

Выполнил студент гр. М1219-  
38.04.02см

\_\_\_\_\_ А.Д. Петухов

Отчет защищен:  
с оценкой \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ И.О. Фамилия

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Регистрационный № \_\_\_\_\_

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_ И.О. Фамилия

Руководитель практики  
к.э.н., доцент кафедры  
маркетинга, коммерции и логистики

\_\_\_\_\_ Л.О. Иванов

Практика пройдена в срок  
с « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
по « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
в \_\_\_\_\_

г. Владивосток  
20\_\_



ММИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
 Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
 образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»  
 (ДФУ)**

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

**ДНЕВНИК**

**прохождения производственной практики по научно-исследовательской работе**  
 магистра 2 курса группы М1219-38.04.02см  
 Школы экономики и менеджмента  
 Дальневосточного федерального университета  
 направления подготовки 38.04.02 Менеджмент  
**Сорокина Игоря Юрьевича**

<b>Период</b>	<b>Выполняемая работа</b>	<b>Подпись руководителя практики</b>

Руководитель практики

А.А. Ступникова

Дата



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

---

---

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

**ХАРАКТЕРИСТИКА**

магистранта 2 курса группы М1219-38.04.02см  
Школы экономики и менеджмента  
Дальневосточного федерального университета  
направления подготовки 38.04.02 Менеджмент  
**Сорокина Игоря Юрьевича**

Руководитель практики

А.А. Ступникова

Дата



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

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
<b>Итого</b>			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"> <li>- показатели эффективности хозяйственной деятельности;</li> <li>- методы анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности;</li> <li>- стратегии предприятия;</li> <li>- направления аудита профессиональной деятельности;</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- определять подходы к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности</li> <li>- разрабатывать стратегии предприятия;</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками проведения контроля за реализацией и оценкой эффективности путем аудита профессиональной деятельности;</li> </ul>
ПК-3 – способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>- методы исследования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий;</li> <li>- показатели результатов профессиональной деятельности</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- определять подходы и выбирать методы исследования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий;</li> <li>- выбирать показатели результатов профессиональной деятельности</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками проведения исследований тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий;</li> <li>- навыками проведения анализа результатов профессиональной деятельности;</li> </ul>
ПК-4 – способность анализировать и формировать предпринимательскую ориентацию организации	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>- направления изменений в области профессиональной деятельности;</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выбирать направления изменений в области профессиональной деятельности;</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками управления изменениями в области профессиональной деятельности;</li> </ul>
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"> <li>- информационное и технологическое обеспечение профессиональной деятельности;</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать и реализовывать проекты в области информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности;</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками проектирования и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности;</li> </ul>
ПК-6 – способность действовать проективно на основе разработки инновационных решений в	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>- подходы к проектированию, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг;</li> <li>- подходы к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и</li> </ul>

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
различных областях управления		<p>организаций;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подходы к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров;</li> <li>- подходы к проектированию и разработке бренд-технологий;</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- находить инновационные идеи при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг;</li> <li>- выбирать подходы к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций;</li> <li>- выбирать и обосновывать подходы к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров;</li> <li>- проектировать и разрабатывать бренд-технологии;</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками проектирования, разработки, экспертизе и рекламы новых товаров и услуг;</li> <li>- навыками оценки прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций;</li> <li>- навыками прогнозирования и проектирования ассортимента товаров;</li> <li>- навыками проектирования и разработки бренд-технологий;</li> </ul>
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"> <li>- технологический процесс как объект управления;</li> <li>- методы оценки эффективности работы;</li> </ul> <p><i>умеет</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить анализ технологического процесса как объекта управления;</li> <li>- систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов</li> </ul>	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"> <li>- методы анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности;</li> <li>– направления аудита профессиональной деятельности;</li> <li>- методы исследования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий;</li> <li>– показатели результатов профессиональной деятельности</li> <li>– информационное и технологическое обеспечение профессиональной деятельности;</li> </ul> <p><i>умеет</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять подходы к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности;</li> <li>- определять подходы и выбирать методы исследования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий;</li> <li>- выбирать показатели результатов профессиональной деятельности;</li> </ul> <p><i>Владеет</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками проведения контроля за реализацией и оценкой эффективности путем аудита профессиональной деятельности;</li> <li>- навыками проведения исследований тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий;</li> <li>- навыками проведения анализа результатов профессиональной деятельности;</li> </ul>	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"> <li>- показатели эффективности хозяйственной деятельности;</li> <li>- подходы к проектированию, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг;</li> <li>- подходы к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций;</li> </ul>	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"> <li>- подходы к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров;</li> <li>- подходы к проектированию и разработке бренд-технологий;</li> </ul>		
			<p><i>умеет</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- находить инновационные идеи при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг;</li> <li>- выбирать подходы к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций;</li> <li>- выбирать и обосновывать подходы к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров;</li> <li>- проектировать и разрабатывать бренд-технологии;</li> </ul>		
			<p><i>владеет</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками проектирования, разработки, экспертизе и рекламы новых товаров и услуг;</li> <li>- навыками оценки прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций;</li> <li>- навыками прогнозирования и проектирования ассортимента товаров;</li> <li>- навыками проектирования и разработки бренд-технологий;</li> </ul>		
2.3	Подготовка отчета по практике	ПК-2 ПК-7	<p><i>знает</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- стратегии предприятия;</li> <li>- подходы к разработке проектов по формированию новых рынков товаров и услуг;</li> </ul>		
			<p><i>умеет</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать стратегии предприятия;</li> <li>- разрабатывать проекты по формированию новых рынков товаров и услуг;</li> </ul>		
			<p><i>владеет</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками разработки проектов по формированию новых рынков товаров и услуг.</li> </ul>		
3	Итоговый		<p><i>знает</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- направления изменений в области профессиональной деятельности;</li> </ul>	Собеседование (УО - 1)	Вопросы на зачёт № 1-25
			<p><i>умеет</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выбирать направления изменений</li> </ul>		

№ 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.

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>		<b>Критерии</b>	<b>Показатели</b>
ПК – 1 - способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	<b>знает (пороговый уровень)</b>	- 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;
	<b>умеет (продвинутый уровень)</b>	- 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;
	<b>владеет (высокий уровень)</b>	- 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	<b>знает (пороговый уровень)</b>	- 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"> <li>- методы анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия),</li> <li>эффективности ее хозяйственной деятельности;</li> <li>- стратегии предприятия;</li> <li>- направления аудита профессиональной деятельности;</li> </ul>	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;
	<b>умеет (продвинутый уровень)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- определять подходы к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия),</li> <li>эффективности ее хозяйственной деятельности;</li> <li>- разрабатывать стратегии предприятия;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- умение определять подходы к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия),</li> <li>эффективности ее хозяйственной деятельности,</li> <li>умение разрабатывать стратегии предприятия;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- способность определять подходы к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия),</li> <li>эффективности ее хозяйственной деятельности, разрабатывать стратегии предприятия;</li> </ul>
	<b>владеет (высокий уровень)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками проведения контроля за реализацией и оценкой эффективности путем аудита профессиональной деятельности;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- владение навыками проведения контроля за реализацией и оценкой эффективности путем аудита профессиональной деятельности;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- способность самостоятельно использовать и правильно интерпретировать методы и инструменты контроля за реализацией и оценкой эффективности путем аудита профессиональной деятельности;</li> </ul>
ПК-3 – способность использовать современные методы управления корпоративными	<b>знает (пороговый уровень)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- методы исследования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий;</li> <li>- показатели результатов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знание методов исследования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий;</li> <li>- показатели результатов</li> </ul>	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
	<b>умеет (продвинутый уровень)</b>	- 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
	<b>владеет (высокий уровень)</b>	- 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	<b>знает (пороговый уровень)</b>	– направления изменений в области профессиональной деятельности;	– знание направлений изменений в области профессиональной деятельности;	– способность перечислить и охарактеризовать направления изменений в области профессиональной деятельности;
	<b>умеет (продвинутый уровень)</b>	- выбирать направления изменений в области профессиональной деятельности;	- умение выбирать направления изменений в области профессиональной деятельности;	- способность обеспечивать выбор направления изменений в области профессиональной деятельности;
	<b>владеет (высокий уровень)</b>	- 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	<b>знает (пороговый уровень)</b>	- информационное и технологическое обеспечение профессиональной деятельности;	- знание информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности;	- способность перечислить и охарактеризовать информационное и технологическое обеспечение профессиональной деятельности;
	<b>умеет (продвинутый уровень)</b>	- 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;
	<b>владеет (высокий уровень)</b>	- 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	<b>знает (пороговый уровень)</b>	- 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"> <li>- подходы к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров;</li> <li>- подходы к проектированию и разработке бренд-технологий;</li> </ul>	<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><b>умеет (продвинутый уровень)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- находить инновационные идеи при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг;</li> <li>- выбирать подходы к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций;</li> <li>- выбирать и обосновывать подходы к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров;</li> <li>- проектировать и разрабатывать бренд-технологии;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 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;</li> <li>- выбирать и обосновывать подходы к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров;</li> <li>- проектировать и разрабатывать бренд-технологии;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 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;</li> <li>- выбирать и обосновывать подходы к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров;</li> <li>- проектировать и разрабатывать бренд-технологии;</li> </ul>
	<p><b>владеет (высокий уровень)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками проектирования, разработки, экспертизе и</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- владение навыками проектирования, разработки, экспертизе и рекламы новых</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- способность самостоятельно использовать и правильно интерпретировать методы и</li> </ul>

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
		<p>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;</p>	<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><b>знает (пороговый уровень)</b></p>	<p>- подходы к разработке проектов по формированию новых рынков товаров и услуг;</p>	<p>– знание подходов к разработке проектов по формированию новых рынков товаров и услуг;</p>	<p>– способность перечислить и охарактеризовать подходы к разработке проектов по формированию новых рынков товаров и услуг;</p>
	<p><b>умеет (продвинутый уровень)</b></p>	<p>- разрабатывать проекты по формированию новых рынков товаров и услуг;</p>	<p>- умение разрабатывать проекты по формированию новых рынков товаров и услуг;</p>	<p>- способность разрабатывать проекты по формированию новых рынков товаров и услуг;</p>
	<p><b>владеет (высокий уровень)</b></p>	<p>- навыками разработки проектов по формированию новых рынков товаров и услуг.</p>	<p>- владение навыками разработки проектов по формированию новых рынков товаров и услуг.</p>	<p>- способность самостоятельно использовать и правильно интерпретировать методы и инструменты разработки проектов по формированию новых рынков товаров и услуг.</p>

## **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 м<sup>2</sup> торговой площади, прибыль, прибыль на 1 м<sup>2</sup> 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 м<sup>2</sup> торговой площади, прибыль, прибыль на 1 м<sup>2</sup> 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**

<b>Оценка</b>	<b>Требования к сформированным компетенциям</b>
«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/](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**

<b>Место расположения компьютерной техники, на котором установлено программное обеспечение, количество рабочих мест</b>	<b>Перечень программного обеспечения</b>
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

<b>Наименование оборудованных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Перечень основного оборудования</b>
(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.




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**

Технологическая практика (в аналитической 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:

- 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»;
- Федерального образовательного стандарта высшего образования направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры), утвержденного приказом Минобрнауки России от 30.03.2015 N 322 (ред. от 13.07.2017);
- образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого федеральным государственным автономным образовательным учреждением высшего образования ФГАОУ ВПО «Дальневосточный федеральный университет» для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования – программ магистратуры (далее – ОС ВО ДВФУ) по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, принят решением Ученого совета ДВФУ, протокол № 06-15 от 04.06.2015, и введен в действие 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**

Целями технологической практики (в аналитической деятельности) являются: закрепление и углубление теоретической подготовки обучающихся, приобретение ими практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности.

## **3. ЗАДАЧИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ (В АНАЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

Задачами технологической практики (в аналитической деятельности) по направлению подготовки **38.04.02 «Менеджмент»** по видам профессиональной деятельности является формирование навыков и умений:

1. выбора и применения количественных и качественных методов маркетинговых исследований;
2. разработки и оценки эффективности инновационных аналитических, или маркетинговых, или рекламных технологий.
3. планирования и принятия решений в области маркетинга или рекламы; оценка их эффективности;
4. управления и оптимизации маркетинговой деятельности предприятия.
5. исследования, моделирования и оценки бизнес-технологий;
6. анализа состояния и динамики показателей маркетинговой деятельности с использованием современных методов и средств исследований;
7. изучения прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности (маркетинговой, или коммерческой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или экспертной);
8. поиска, анализа, систематизации и обобщения научной информации.

#### **4. МЕСТО ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ (В АНАЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) В СТРУКТУРЕ ОП**

Технологическая практика (в аналитической деятельности) входит в состав вариативной части профессионального цикла (Б2.В.02.05 (П)).

Для успешного прохождения технологической практики (в аналитической деятельности) у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- ОК – 1 – Способность творчески адаптировать достижения зарубежной науки, техники и образования к отечественной практике, высокая степень профессиональной мобильности;
- ОК – 2 – Готовность проявлять качества лидера и организовать работу коллектива, владеть эффективными технологиями решения профессиональных проблем;
- ОК – 3 – Умение работать в проектных междисциплинарных командах, в том числе в качестве руководителя;
- ОК – 4 – Умение быстро осваивать новые предметные области, выявлять противоречия, проблемы и выработать альтернативные варианты их решения;
- ОК – 5 – Способность генерировать идеи в научной и профессиональной деятельности;
- ОК – 6 – Способность вести научную дискуссию, владение нормами научного стиля современного русского языка;
- ОК – 7 – Способность к свободной научной и профессиональной коммуникации в иноязычной среде;
- ОК – 8 – Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;
- ОК – 9 – Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;

- ОК – 12 – Способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности;
- ОК – 14 – Способность адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей;
- ОК – 15 – Способность критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска;
- ОК – 17 – Умение работать в кросс-культурных командах, в т.ч. в качестве руководителя;
- ОПК – 2 – Готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- ОПК – 3 – Способность самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);
- ОПК – 4 – Готовность выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);
- ПК – 1 – Способность выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров;
- ПК – 2 – Готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной);
- ПК – 3 – Способность анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия;



- ПК – 4 – Готовность к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способностью к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);
- ПК – 5 – Способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);
- ПК – 6 – Способность управлять изменениями в области профессиональной деятельности;
- ПК – 7 – Способность к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов;
- ПК – 12 – Готовность разрабатывать проекты по формированию новых рынков товаров и услуг;
- ПК – 13 – Способность определять объекты и основания проведения экспертизы и обосновывать ее необходимость, готовностью выбирать и рационально использовать средства и методы экспертизы в области профессиональной деятельности, организовывать и проводить ее.

Вышеуказанные компетенции должны быть сформированы в рамках изучения следующих дисциплин: «Критическое и проектное мышление», «Цифровой маркетинг», «Технологии анализа рынка», «Практический маркетинг», «Поведение потребителей», «Управление продажами», «Маркетинговые коммуникации».

Знания и умения, полученные обучающимися в рамках прохождения технологической практики (в аналитической деятельности), будут использованы для получения практических навыков в процессе прохождения преддипломной практики.

## **5. ТИПЫ, СПОСОБЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ (В АНАЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

Вид практики – производственная практика.

Тип практики – технологическая практика (в аналитической деятельности).

Способ проведения – выездная, стационарная.

Форма проведения практики – непрерывная.

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

Технологическая практика (в аналитической деятельности) магистров проводится в сторонних организациях, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом, а также в отдельных случаях на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики. В качестве баз технологической практики (в аналитической деятельности) 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 технологической практики (в аналитической деятельности) 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 ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ (В АНАЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

В результате прохождения технологической практики (в аналитической деятельности) у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций).

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ПК – 8 – способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Знает	Виды маркетинговой информации. Методы сбора и анализа маркетинговой информации. Методы количественных и качественных исследований.
	Умеет	Осуществлять выбор методов маркетинговых исследований. Разрабатывать программу маркетингового исследования. Анализировать результаты маркетинговых исследований.
	Владеет	Подходами к разработке методического обеспечения и инструментария маркетинговых исследований. Технологиями анализа данных.

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК – 9 – владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Знает	Методы исследования поведения потребителей. Модели принятия решения о покупке.
	Умеет	Проводить сегментирование рынка. Выявлять факторы, влияющие на принятие решений потребителями.
	Владеет	Методами сегментирования рынка. Методами оценки факторов, влияющих на поведение потребителей. Технологиями анализа данных полевых исследований.

## 7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ (В АНАЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Общая трудоемкость технологической практики (в аналитической деятельности) составляет 2 недели / 3 зачетные единицы, 108 часов.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля
1	Этап 1 – Подготовительный этап	Инструктаж по технике безопасности	1 день	2 ч.	Роспись в журнале учета
2	Этап 2 – Производственный этап	Сбор материала в соответствии с индивидуальным заданием	1-8 день	58 ч.	Консультации, устный опрос
3	Этап 3 – Обработка и анализ полученной информации	Сбор материала в соответствии с индивидуальным заданием	7-9 день	24 ч.	Консультации, устный опрос
4	Этап 4 – Подготовка отчета по практике	Написание и оформление отчета	10 - 11 день	22 ч.	Консультации, устный опрос
5	Этап 5 – Защита отчета по практике	Защита отчета по практике на кафедре руководителю практики	12 день	2 ч.	Защита отчета
<b>Итого:</b>				<b>108 ч.</b>	

## 8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ НА ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ (В АНАЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Содержание практики зависит от места ее проведения. Технологическая практика (в аналитической деятельности) 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 ходе прохождения технологической практики студентом изучает следующие вопросы аналитической деятельности предприятия:

1. организация и осуществление анализа маркетинговой деятельности;
2. организация и осуществление качественных и количественных маркетинговых исследований;
3. проведение оценки качества товаров и анализ ее результатов;
4. управление маркетинговой деятельностью предприятия;
5. участие в работе по обеспечению и осуществлению аналитических процессов на предприятии;
6. участие в разработке товарной, ценовой, коммуникационной политик;
7. участие в договорной работе, контроль соблюдения условий заключенных договоров;
8. соблюдение основных положений действующего законодательства и требований нормативных документов;
9. оформление и контроль правильности составления технической документации (товаросопроводительных, организационно-распорядительных и иных документов).

В ходе прохождения технологической практики в соответствии с рассматриваемыми вопросами студент выполняет следующие виды работ:

- изучает основные документы, регламентирующие маркетинговую деятельность предприятия;
- изучает функциональные обязанности руководителя предприятия;
- изучает систему организации труда на предприятии;
- изучает функции службы маркетинга на предприятии;
- изучает процесс организации маркетинговых исследований на предприятии;
- анализирует результаты маркетинговых исследований предприя-

- тия;
- изучает подходы к оценке эффективности маркетинговой деятельности предприятия;
- рассчитывает эффективность рекламной деятельности предприятия;
- изучает подходы к организации маркетинговых исследований на предприятиях.

В основе организации технологической практики (в аналитической деятельности) 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 технологической практики (в аналитической деятельности) студентом на кафедру предоставляются следующие документы: дневник практики и отчет о практике. В Дневник практики, наряду с отзывом руководителя практики от организации, включается анкета для самооценки деятельности бакалавра при прохождении практики.

Для оформления результатов технологической практики (в аналитической деятельности) 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 (технологической) 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. **Отчет студента** по производственной (технологической) 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.

Отчет о прохождении технологической практики (в аналитической деятельности) магистра по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент программа подготовки «Стратегический маркетинг» должен включать следующие элементы:

1. Титульный лист.
2. Путевка или справка-подтверждение нахождение 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.

Объем отчета о производственной (технологической) 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 (технологической) практике 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 по-

рядковой 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 технологической практики (в аналитической деятельности) 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.

## **9. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)**

По окончании производственной (технологической) практики студент сдает дифференцированный зачет (с оценкой). Датой зачета (защиты отчета по практике) является последний день технологической практики (в аналитической деятельности). Время зачета устанавливается сотрудниками студенческого офиса в соответствии с календарным графиком учебного процесса. Основанием для допуска студента к зачету по практике является полностью и аккуратно (без исправлений) оформленная документация.

Результаты зачета оформляются ведомостью. Оригинал ведомости сдается в учебную часть (студенческий офис). Отрицательная оценка, полученная за прохождение практики, считается академической задолженностью.

Во время защиты (в форме свободного собеседования) студент должен уметь анализировать проблемы, решения, статистику, которые изложены им в отчете и дневнике; обосновать сделанные им выводы и предложения, их законность и эффективность, отвечать на все вопросы по существу отчета.

Итоговая оценка по результатам прохождения технологической практики (в аналитической деятельности) включает:

- 1) оценку, полученную практикантом по месту прохождения практики, которая выставляется руководителем практики от предприятия (учреждения, организации);
- 2) оценку содержания отчета о прохождении практики, которая дается преподавателем кафедры – руководителем практики от кафедры;
- 3) оценку качества собранного в период прохождения практики материала, необходимого для написания выпускной квалификационной работы, которая дается руководителем практики от кафедры;
- 4) оценку результатов защиты отчета о прохождении технологиче-

ской практики (в аналитической деятельности) (дается также руководителем практики от кафедры).

Итоговая оценка рассчитывается по формуле:

$$O_{\text{и}} = \frac{O1 + O2 + O3}{3},$$

где O1 – оценка, полученная по месту практики;

O2 – оценка содержания отчета (в том числе качества собранного материала);

O3 – оценка результатов защиты.

Критерии дифференциации оценки по технологической практике (в аналитической деятельности):

«Отлично» – содержание и оформление отчета о практике и дневника прохождения практики полностью соответствуют предъявляемым требованиям, характеристики студента положительные, ответы на вопросы по программе практики полные и точные;

«Хорошо» – при выполнении основных требований к прохождению практики и при наличии несущественных замечаний по содержанию и формам отчета и дневника, характеристики студента положительные, в ответах на вопросы по программе практики студент допускает определенные неточности, хотя в целом отвечает уверенно и имеет твердые знания;

«Удовлетворительно» – небрежное оформление отчета и дневника. Отражены все вопросы программы практики, но имеют место отдельные существенные погрешности, характеристики студента положительные, при ответах на вопросы по программе практики студент допускает ошибки;

«Неудовлетворительно» – эта оценка выставляется студенту, если в отчете освещены не все разделы программы практики, на вопросы студент не дает удовлетворительных ответов, не имеет четкого представления о функ-

циях службы маркетинга, не владеет практическими навыками анализа и оценки уровня организации маркетинговой деятельности на предприятии.

Неудовлетворительная оценка означает, что студент должен пройти практику повторно, либо должен быть представлен к отчислению.

Оценка зачета (с оценкой) по технологической практике (в аналитической деятельности) проставляется в ведомость, зачетную книжку студента, а также заносится в приложение к диплому. Для студентов, не прошедших практику по уважительным причинам, организуется ее проведение в свободное от учебы время.

### **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.

№ п/п	Контролируемые разделы (этапы) практики	Коды и формулировка компетенций			Оценочные средства	
					текущий контроль	промежуточная аттестация (пр./кафедра)
1.	Подготовительный этап (организационный)	ПК-8	Знает	Виды маркетинговой информации. Методы сбора и анализа маркетинговой информации. Методы количественных и качественных исследований.	УО-1	Вопросы на зачёт с оценкой № 1-5 /1-10
			Умеет	Осуществлять выбор методов маркетинговых исследований. Разрабатывать программу маркетингового исследования. Анализировать результаты маркетинговых исследований.		
			Владеет	Подходами к разработке методического обеспечения и инструментария маркетинговых исследований. Технологиями анализа данных.		
2.	Производственный этап	ПК-9	Знает	Методы исследования поведения потребителей. Модели принятия решения о покупке.	УО-1	Вопросы на зачёт с оценкой № 1-22/11-36
			Умеет	Проводить сегментирование рынка. Выявлять факторы, влияющие на		

№ п/п	Контролируемые разделы (этапы) практики	Коды и формулировка компетенций		Оценочные средства		
				текущий контроль	промежуточная аттестация (пр./кафедра)	
				принятие решений потребителями.		
			Владеет	Методами сегментирования рынка. Методами оценки факторов, влияющих на поведение потребителей. Технологиями анализа данных полевых исследований.		
3.	Итоговый	ПК-8, 9	Знает	Виды маркетинговой информации. Методы сбора и анализа маркетинговой информации. Методы количественных и качественных исследований. Методы исследования поведения потребителей. Модели принятия решения о покупке. Методы формирования бюджета маркетинговых мероприятий. Подходы к оценке эффективности маркетинговых мероприятий.	УО-1	Вопросы на зачёт с оценкой № 1-34 (1-36)
			Умеет	Осуществлять выбор методов маркетинговых исследований. Разрабатывать программу маркетингового исследования. Анализировать результаты маркетинговых исследований. Проводить сегментирование рынка. Выявлять факторы, влияющие на принятие решений потребителями. Рассчитывать бюджет маркетинговых мероприятий и оценивать их эффективность.		
			Владеет	Подходами к разработке методического обеспечения и инструментария маркетинговых исследований. Методами сегментирования рынка. Методами оценки факторов, влияющих на поведение потребителей. Технологиями анализа данных полевых исследований. Навыками планирования финансовых ресурсов в		

№ п/п	Контролируемые разделы (этапы) практики	Коды и формулировка компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация (пр./кафедра)
			маркетинговой деятельности предприятия.		

**Шкала оценивания уровня сформированности компетенций по по практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (технологическая практика) (в аналитической деятельности)**

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели	Баллы
ПК – 8 – способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	знает (пороговый уровень)	Виды маркетинговой информации. Методы сбора и анализа маркетинговой информации. Методы количественных и качественных исследований.	Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания	Базовый	3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4
			Сформированные и систематические знания		Высокий
	умеет (продвинутый)	Осуществлять выбор методов маркетинговых исследований. Разрабатывать программу маркетингового исследования. Анализировать результаты маркетинговых исследований.	Отсутствие умений	Пороговый	1
			Частично освоенное умение		2
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	3
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		4
			Успешное и систематическое умение		Высокий
	владеет (высокий)	Подходами к разработке методического обеспечения и инструментария маркетинговых исследований. Технологиями анализа	Не владеет	Пороговый	1
			Фрагментарное владение		2
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый	3
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение		4



Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели	Баллы
		данных.	Успешное и систематическое владение	Высокий	5
ПК – 9 – владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	знает (пороговый уровень)	Методы исследования поведения потребителей. Модели принятия решения о покупке.	Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания	Базовый	3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4
			Сформированные и систематические знания		Высокий
	умеет (продвинутый)	Проводить сегментирование рынка. Выявлять факторы, влияющие на принятие решений потребителями.	Отсутствие умений	Пороговый	1
			Частично освоенное умение		2
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	3
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		4
			Успешное и систематическое умение		Высокий
	владеет (высокий)	Методами сегментирования рынка. Методами оценки факторов, влияющих на поведение потребителей. Технологиями анализа данных полевых исследований.	Не владеет	Пороговый	1
			Фрагментарное владение		2
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый	3
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение		4
			Успешное и систематическое владение		Высокий

**Паспорт фонда оценочных средств по практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (технологическая практика) (в аналитической деятельности)**

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели	Баллы
ПК – 8 – способность использовать количественные и качественные мето-	Знает (пороговый уровень)	Виды маркетинговой информации.	Знание определений основных понятий в области маркетинговой информации; Знание основных понятий по ос-	- способность дать определения основных видов маркетинговой информации; - способность перечислить и раскрыть суть методов сбора и анализа	45-64
		Методы сбора и анализа маркетинговой информации.			

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели	Баллы
ды для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения		Методы количественных и качественных исследований.	новым методам сбора и анализа маркетинговой информации, количественных и качественных исследований.	маркетинговой информации; - способность перечислить и раскрыть суть методов количественных и качественных исследований;	
	Умеет (продвинутый)	Осуществлять выбор методов маркетинговых исследований. Разрабатывать программу маркетингового исследования. Анализировать результаты маркетинговых исследований.	Умение работать с документами, электронными базами данных и библиотечными каталогами, умение применять известные подходы к выбору методов маркетинговых исследований, разработке программы маркетингового исследования, анализу результатов маркетинговых исследований.	- способность работать с отечественной и зарубежной литературой в области организации маркетинговых исследований; - способность найти в отечественной и зарубежной литературе и обосновать объективность применения подходов к выбору методов маркетинговых исследований, разработке программы маркетингового исследования, анализу результатов маркетингового исследования; - способность изучить научные определения в области организации маркетинговых исследований; - способность применять подходы к выбору методов маркетинговых исследований, разработке программы маркетингового исследования, анализу результатов маркетингового исследования.	65-84
	Владеет (высокий)	Подходами к разработке методического обеспечения и инструментария маркетинговых исследований. Технологиями анализа данных.	Владение терминологией в области систем закупки товаров, систем продаж товаров, технологическими процессами продаж товаров, владение способностью выбирать системы закупки товаров, системы продаж товаров, описывать технологические процессы продаж товаров в зависимости от вида торгового предприятия и вида	- способность бегло и точно применять терминологический аппарат в области систем закупки товаров, систем продаж товаров, технологическими процессами продаж товаров в устных ответах на вопросы и в письменных работах, - способность сформулировать цели в области систем закупки товаров, систем продаж товаров, технологическими процессами продаж; - способность самостоятельно осуществлять выбор систем закупки товаров, систем продаж товаров и обосновывать его результаты,	85-100

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели	Баллы
			бизнес-проекта.	- способность самостоятельно описывать технологические процессы продаж товаров, оценивать их эффективность и обосновывать результаты оценки.	
ПК – 9 – владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Знает (пороговый уровень)	Методы оценки эффективности инновационных технологий в области коммерческой деятельности торговых предприятий.	Знание определений основных понятий в области оценки эффективности инновационных технологий в области коммерческой деятельности торговых предприятий. Знание основных понятий по основным методам оценки эффективности инновационных технологий в области коммерческой деятельности торговых предприятий.	<p>способность дать определения основных понятий в области оценки эффективности инновационных технологий в области коммерческой деятельности торгового предприятия;</p> <p>способность перечислить и раскрыть суть основным методам оценки эффективности инновационных технологий в области коммерческой деятельности, которые изучил и освоил магистрант;</p> <p>-способность самостоятельно сформулировать сущность инновационных технологий в области коммерческой деятельности;</p> <p>- способность обосновать актуальность использования инновационных технологий в области коммерческой деятельности;</p> <p>-способность перечислить достоинства и недостатки основных методов оценки инновационных технологий в области коммерческой деятельности.</p>	45-64
	Умеет (продвинутый)	Проводить оценку эффективности инновационных технологий в области коммерческой деятельности торгового предприятия	Умение работать с документами электронными базами данных и библиотечными каталогами, умение применять известные методы оценки эффективности инновационных технологий в области коммерческой деятельности торговых предприятий.	<p>- способность работать с отечественной и зарубежной литературой в области коммерческой деятельности;</p> <p>- способность найти в отечественной и зарубежной литературе и обосновать объективность применения изученных методов оценки эффективности инновационных технологий в области коммерческой деятельности;</p> <p>- способность изучить научные определения эффективности инновационных технологий в области коммерческой деятельности;</p>	65-84

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели	Баллы
				- способность применять методы оценки эффективности инновационных технологий в области коммерческой деятельности.	
	Владеет (высокий)	Методами оценки эффективности инновационных технологий в области коммерческой деятельности, методами анализа и обоснования эффективности бизнес-проектов в области коммерческой деятельности, компьютерными программами	Владение терминологией оценки эффективности инновационных технологий в области коммерческой деятельности, владение способностью выбирать методы оценки эффективности инновационных технологий в области коммерческой деятельности в зависимости от вида торгового предприятия и вида бизнес-проекта.	- способность бегло и точно применять терминологический аппарат оценки эффективности инновационных технологий в области коммерческой деятельности, в устных ответах на вопросы и в письменных работах, - способность сформулировать цель оценки эффективности инновационных технологий в области коммерческой деятельности; - способность самостоятельно проводить оценку эффективности инновационных технологий в области коммерческой деятельности и обосновывать результаты оценки.	85-100

**Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (технологическая практика)  
(в аналитической деятельности)**

**Текущая аттестация студентов.** Текущая аттестация студентов по технологической практики (в аналитической деятельности) проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Текущая аттестация проводится в форме контрольных мероприятий: защиты разделов отчёта по практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (технологическая практика) (в аналитической деятельности) 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 оцениваются через систему подготовки разделов отчёта.

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

#### **Практика на базе 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. Анализ макросреды предприятия.
7. Анализ микросреды предприятия.
8. Анализ комплекса маркетинга предприятия.
9. Анализ товарной политики.
10. Анализ ценовой политики.
11. Анализ коммуникационной политики.
10. Оценка эффективности маркетинговых мероприятий.

#### **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 моно-

логической 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 практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (технологическая практика) (в аналитической деятельности) проводится в соответствии с локальными нормативными

актами ДВФУ и является обязательной. В 3 семестре предусмотрен зачёт с оценкой в устной форме в виде собеседования (защита отчёта). Студенты, не получившие положительной оценки по практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (технологическая практика) (в аналитической деятельности), считаются не выполнившими учебный план за текущий семестр.

### **Оценочные средства для промежуточной аттестации**

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

##### **Практика на базе 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. Анализ макросреды предприятия.
7. Анализ микросреды предприятия.
8. Анализ комплекса маркетинга предприятия.
9. Анализ товарной политики.
10. Анализ ценовой политики.
11. Анализ коммуникационной политики.
12. Оценка эффективности маркетинговых мероприятий.

##### **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.
36. и т.д.

## 10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ (В АНАЛИТИЧЕСКОЙ 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.: Изда-

тельско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 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<sup>о</sup>», 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. Памбухчианц - 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<sup>о</sup>», 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>)

19. 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/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_112881/)); Режим доступа - URL: <https://www.referent.ru/1/176630>

### **Программное обеспечение и электронно-информационные ресурсы:**

<http://marketing-now.ru>. Блог о сфере маркетинга. На сайте постоянно публикуются статьи образовательного характера, также в ближайшем будущем планируется публикация кейсов.

20. <http://trademarketing.ru>. Информационный портал «Торговый маркетинг» - содружество русскоязычных специалистов по торговому маркетингу, [БТЛ](#) и стимулированию сбыта; учебное пособие для начинающих трейд-маркетологов; площадка для обсуждения актуальных проблем торгового маркетинга: [промо акции](#), [мерчандайзинг](#), [выкладка товара](#), [управление запасами](#), [рекламные материалы](#); возможность получить и дать безвозмездную консультацию по вопросам, касающимся торгового маркетинга и стимулирования сбыта, написать личное сообщение члену сообщества; источник свежих цеховых новостей; место поиска работы, сотрудников и исполнителей проектных заданий.

21. <http://prodaji.ru>. Компания Продажи.ру содействует владельцам и топ-менеджерам компаний в повышении эффективности бизнеса. Продажи.ру специализируется на проведении корпоративных тренингах, семинарах и бизнес-консалтинге.

22. <http://www.merchandising.ru>. Информационный портал «Мерчандайзинг», на котором публикуются статьи образовательного характера в области мероприятий по мерчандайзингу.

23. <http://www.retailclub.ru>. Сайт консалтинговой группы «Супер-розница». Сайт, на котором представлена совместная база опыта разработки и применения розничных технологий, которая позволяет оказывать информационную поддержку по актуальным вопросам управления магазином и в повышении эффективности собственного магазина, прежде всего в области обслуживания покупателей. Представлена информация о её деятельности, прочитаете статьи и другие информационные материалы, узнаете, где можно купить полезную литературу, какие обучающие программы можно посетить, а также сможете пообщаться в форуме с коллегами по розничному цеху.

### 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	<p>7Zip 16.04 – свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных;</p> <p>ABBY FineReader 11 – пакет программного обеспечения, для распознавания отсканированного текста с последующим его сохранением</p> <p>Adobe Acrobat Reader DC – пакет программ для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF;</p> <p>ESET Endpoint Security 5 – комплексная защита рабочих станций на базе ОС Windows. Поддержка виртуализации + новые технологии;</p> <p>Far Manager 3 – программа управления файлами и архивами в ОС Windows.</p> <p>Google Chrome – веб-браузер</p> <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,</p>



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

## **11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ (В АНАЛИТИЧЕСКОЙ 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)

<b>Наименование оборудованных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Перечень основного оборудования</b>
Читальные залы Научной библиотеки ДВФУ с открытым доступом к фонду (корпус А - уровень 10)	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 Wtu Скорость доступа в 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 видеоувеличителем 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.

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

*Образец оформления 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**

Иванов Сергей Петрович

**ОТЧЕТ О ПРОХОЖДЕНИИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ  
(в аналитической деятельности)**

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент  
магистерская программа «Стратегический маркетинг»

Студент группы \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Руководитель

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(и.о.ф)

Регистрационный № \_\_\_\_\_

Оценка \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
подпись

\_\_\_\_\_  
И.О.Фамилия

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(и.о.ф)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**г. Владивосток  
20\_\_**

*Форма титульного листа Дневника студента по практике*

**ДНЕВНИК СТУДЕНТА ПО ПРАКТИКЕ**

Студент (-ка) \_\_\_\_\_  
(имя, отчество, фамилия)

\_\_\_\_\_ ШКОЛЫ

\_\_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_ группы \_\_\_\_\_

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

Магистерская программа «Стратегический маркетинг»

квалификации (степени) магистр

направляется на производственную (технологическую) практику

в (на) \_\_\_\_\_

(организация, предприятие, адрес)

Период практики

с «  » \_\_\_\_\_ 20   г.

по «  » \_\_\_\_\_ 20   г.

Преподаватель-руководитель практики \_\_\_\_\_

(должность, ученая степень, звание, имя, отчество, фамилия)

Руководитель практики от организации \_\_\_\_\_

(должность, имя, отчество, фамилия)






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**

Педагогическая

**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 ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ**

Целями производственной педагогической практики являются:

- создание условий виртуальной среды педагогической деятельности с тем, чтобы помочь магистранту в поиске, систематизации, интерпретации научных, информационно-методических материалов с целью использования последних в педагогической деятельности, что, в конечном счете, позволит сформировать педагогические компетенции магистрантов, обучающихся по направлению «Менеджмент».

## **3. ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ**

Задачами производственной педагогической практики по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент магистерская программа «Стратегический маркетинг» является формирование навыков и умений в рамках следующих направлений профессиональной деятельности:

### ***Педагогическая деятельность:***

- овладение основами педагогического мастерства, формирование у практикантов умений разрабатывать и применять современные образовательные технологии, умений выбирать оптимальные стратегии преподавания в зависимости от целей обучения, уровня подготовки обучающихся;

- преподавание управленческих дисциплин и разработка соответствующих учебно-методических материалов в общеобразовательных и профессиональных организациях, в организациях дополнительного профессионального образования.

## **4. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП**

Производственная педагогическая практика является составной частью основной профессиональной образовательной программы, входит в «Блок 2. Практики» учебного плана (индекс Б2.В.02.06 (П)) и является обязательной.



Для успешного прохождения производственной педагогической практики 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 выработать 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 педагогическая практика проходит в 4-м семестре, является одной из 8-ти практик, предусмотренных учебным планом по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Стратегический маркетинг». Содержание педагогической практики предполагает предшествующее полное освоение предметов базовой и вариативной части учебного плана.

Основой для успешного прохождения производственной педагогической практики являются знания, полученные при изучении таких дисциплин, как «Практический маркетинг», «Критическое и проектное мышление», «Глобальная научная коммуникация», «Управление результативностью маркетинга», «Маркетинговые коммуникации», «Экономическое обоснование маркетинговых решений», «Маркетинговое управление».

В результате прохождения производственной педагогической практики у обучающихся будут сформированы умения и навыки, необходимые для последующего освоения дисциплин: «Преддипломная практика» и «Защита выпускной квалификационной работы (ВКР), включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты».

## **5. ТИПЫ, СПОСОБЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ**

Вид практики – производственная практика.

Тип практики – педагогическая практика.

Способ проведения – стационарная, выездная.

Форма проведения практики – рассредоточенная.

В соответствии с графиком учебного процесса практика реализуется в 4-ом семестре на 2 курсе.

Место проведения практики – учебная практика может проводиться в сторонних организациях, соответствующих направлению подготовки, располагающих квалифицированными кадрами для руководства практикой, и необходимой материально-технической и информационной базой, а также на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики.

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 ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ**

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-15- способность разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания	Знает	– современные методы и методики в процессе преподавания управленческих дисциплин;
	Умеет	- разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин;
	Владеет	- навыками применения современных методов и методик в процессе преподавания управленческих дисциплин.

## **7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ**

Общая трудоемкость производственной педагогической практики составляет 2 недели, 3 зачетных единицы, 108 часов.

№ 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		
<b>I. Подготовительный (организационный)</b>						
1		Прохождение инструктажа по технике безопасности	-	6	6	Регистрация в журнале, собеседование
2		Получение и изучение задания на педагогическую практику	-	7	7	Групповые консультации
3		Разработка плана к выполнению поставленного задания		7	7	Проверка плана к выполнению поставленного задания (дневник)
<b>II. Основной</b>						
4		Сбор литературы по заданной теме: сбор требуемой информации путем посещения фундаментальной библиотеки ДВФУ, поиск информации посредством работы с официальными базами данных, с периодической печатью, с сайтами сети интернет и проч., а также с УМКД	-	7	7	Собеседование, анализ проведенного кабинетного исследования, проверка релевантности используемых источников информации
5		Разработка плана и конспекта лекций	-	7	7	Оценка конспекта лекции по критериям оценки содержания лекции
6		Разработка контрольно-измерительных материалов по закрепленной теме (модулю) дисциплины, в том числе заданий к самостоятельной работе студентов;	-	7	7	Оценка контрольно-измерительных материалов к теме по системе критериев
7		Разработка деловой игры и/ или кейса и / или сценария «мозгового штурма» и проч.;	-	7	7	Оценка качества комплекта материалов по системе критериев
8		Подготовка презентационных материалов и согласование с руководителем практики;	-	7	7	Оценка презентационных материалов к теме по системе критериев

№	Разделы	Виды учебной работы	Трудоемкость (в часах)		Итого	Формы
9		Проведение лекционного занятия;	-	7	7	Оценка по критериям методики чтения лекции, лекторских данных студента, результативность и лекции
10		Контроль знаний студентов-бакалавров;		7	7	Оценка по системе критериев
11		Участие магистранта-практиканта в проверке отчетов по результатам самостоятельной и курсовых работ бакалавров		7	7	Оценка по системе критериев
<b>III.Итоговый</b>						
12		Подготовка итогового отчета по педагогической практике;	-	7	7	Предоставление отчета по педагогической практике на проверку руководителю
13		Устранение замечаний в соответствии с отзывом руководителя практики, предоставление доработанного отчета на кафедру и защита отчета.	-	7	7	Защита отчета, собеседование
КСР					18	
<b>Итого</b>			-	90	108	

## **8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ НА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ**

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

*1. Подготовительный этап*

*1 Прохождение инструктажа по технике безопасности*

В первый день со студентами проводится инструктаж по технике безопасности, о порядке прохождения практики), ответственный – руководитель педагогической практики.

*2 Получение и изучение задания на педагогическую практику*

На этом этапе студентам предлагается выбрать отдельную тему (модуль) из дисциплин «Технология анализа рынка» или «Маркетинговые коммуникации».

Перечень отдельных тем (модулей) дисциплины «Технология анализа рынка»:

1. Методы сбора данных.
2. Типы измерительных шкал и методы шкалирования.
3. Классификация статистических методов обработки данных.
4. Выборка: понятие, методы отбора.
5. Существующие классификации выборок (типы выборок).
6. Особенности расчета выборки для качественных исследований
7. Выборочные и не выборочные (систематические) ошибки.
8. Методы проверки гипотез.
9. Дисперсионный и ковариационный анализ: понятие, область применения, последовательность проведения.
10. Корреляционный и регрессионный анализ: понятие, область использования, последовательность проведения.
11. Дискриминантный анализ: понятие, область использования, последовательность проведения.
12. Факторный анализ: понятие, область использования, последовательность проведения.
13. Кластерный анализ: понятие, область использования, последовательность проведения.

Перечень отдельных тем (модулей) дисциплины «Маркетинговые коммуникации»:

1. Сравнительная характеристика понятий «коммуникационная деятельность», «структура комплекса маркетинговых коммуникаций» и «система управления коммуникационной деятельностью предприятия».

2. Место рекламы в комплексе маркетинговых коммуникаций предприятия, ATL и BTL.

3. Система управления коммуникативной деятельностью предприятия и ее элементы.

4. Совокупность факторов, оказывающих влияние на структуру комплекса маркетинговых коммуникаций предприятия и формы продвижения.

5. Эволюция моделей коммуникационного процесса.

6. Ступенчатые модели влияния рекламы: SMCR, AIDA, AIDMA, AIDMAA, AIDA(S), шестиступенчатая модель Лэвиджа и Стинера, 12-ти уровневая или двухфакторная модель Макгваера.

7. Модели иерархии эффектов и три модели иерархии эффектов Рэйя.

8. Многомерность влияния рекламы в зависимости от ряда факторов: четыре модели Брауна и Стеймена (в т.ч. модель двойного посредника), модели Аакера и Стеймана, Гудстайна, Эделля и Мура, модель Росситера и Перси.

9. Основные направления исследований в области продвижения.

10. Совокупность показателей, характеризующих структуру рекламного рынка страны, методология исследования рекламного рынка.

11. Рекламный рынок и его субъекты как ресурсная база для планирования и реализации рекламной деятельности предприятия.

12. Исследования рекламного рынка: особенности и тенденции развития рекламного рынка, виды и формы рекламы, рейтинги СМИ, цены на рекламные услуги и рекламные продукты.

13. Медиапредпочтения целевой аудитории воздействия.

14. Сущность целевой аудитории воздействия и ее групп.

15. Технологии исследования медиапредпочтений групп целевой аудитории воздействия предприятия.

16. Структура и содержание плана коммуникативной деятельности предприятия.

17. Этапы процесса планирования коммуникативной деятельности компании.

18. Содержание исследований, предшествующих планированию рекламной деятельности.

19. Совокупность стратегий предприятия в области продвижения (общие стратегии продвижения, медиа-стратегии и стратегии относительно групп целевой аудитории)

20. Понятие бюджета продвижения и классификация методов его расчета.

21. Метод расчета бюджета продвижения в процентах от сбыта (достоинства и недостатки).

22. Метод расчета бюджета продвижения с учетом целей и задач (достоинства и недостатки).

23. Модель расчета бюджета продвижения Юла (достоинства и недостатки).

24. Модель Видаля-Вольфа (достоинства и недостатки).

25. Модель расчета бюджета продвижения ADBUDG (достоинства и недостатки).

26. Метод расчета бюджета продвижения с учетом практики конкурирующих фирм (достоинства и недостатки).

27. Метод долевого участия на рынке (достоинства и недостатки).

28. Модель расчета бюджета продвижения Данахера-Руста (достоинства и недостатки).

29. Сущность комплексной оценки эффективности коммуникативной деятельности и ее уровни.

30. Рыночная эффективность коммуникативной деятельности.

31. Коммуникативная эффективность продвижения.



32. Система показателей для комплексной оценки эффективности коммуникативной деятельности и исследование критериев (нормативов).

### *3 Разработка плана к выполнению поставленного задания*

На этом этапе студент разрабатывает индивидуальный план к выполнению поставленного задания, который будет представлен в дневнике студента по практике (приложение 3)

## *II. Основной этап*

### *4 Сбор литературы по заданной теме*

На этом этапе магистрант приступает к сбору литературы по заданной теме (необходимо рассмотреть не менее 30 источников), который осуществляется путем посещения фундаментальной библиотеки ДВФУ, посредством работы с индексами научного цитирования (РИНЦ, Scopus) с электронно-библиотечными системами (IprBooks и Znanium) с периодической печатью, с сайтами сети интернет и проч., а также с УМКД.

Собранный материал систематизируется и анализируется.

### *5 Разработка плана и конспекта лекций*

На этом этапе магистрант приступает к разработке плана лекции, который в обязательном порядке согласовывает с руководителем практики.

Лекция – одна из основных форм организации учебного процесса, представляющая собой устное, монологическое, систематическое, последовательное изложение преподавателем учебного материала с демонстрацией слайдов и фильмов.

Лекция должна отвечать следующим *требованиям*:

- иметь четкую структуру и логику раскрытия последовательно изучаемых вопросов;
- иметь необходимую идейно-теоретическую направленность;
- иметь законченный характер освещения определенной темы (проблемы), тесную связь с предыдущим материалом;

– быть доказательной и аргументированной, содержать достаточное количество ярких и убедительных примеров, фактов, обоснований, доказательств;

– быть проблемной, раскрывать противоречия и указывать пути их решения;

– обладать внутренней убежденностью, силой логической аргументации, вызывать интерес познания, давать направления самостоятельной работы;

– быть на современном уровне науки и техники, наглядной, излагаться четким и ясным языком, содержать разъяснение всех вновь вводимых терминов, понятий;

– быть доступной для восприятия конкретной аудиторией.

*Структура лекции* включает элементы:

- вступление (вводная часть);
- основная часть (раскрытие основных вопросов);
- заключительная часть.

*Вступление* - часть лекции, цель которой - заинтересовать и настроить аудиторию на восприятие учебного материала. В его состав входят:

– формулировка темы лекции, характеристика ее профессиональной значимости, новизны и степени изученности;

– формулировка цели лекции;

– изложение плана лекции, включающего наименования основных вопросов, подлежащих рассмотрению на лекции;

– характеристика рекомендуемой литературы, необходимой для организации самостоятельной работы студентов;

– ретроспекция-напоминание о вопросах, рассмотренных на прошлой лекции, связь их с новым материалом, указание на его роль, место и значение в данной дисциплине, а также в системе других наук.

*Основная часть* - изложение содержания лекции в строгом соответствии с предложенным планом. Включает раскрывающий тему лекции концептуальный и фактический материал, его анализ и оценку, различные способы аргументации и доказательства выдвигаемых теоретических положений. Содержание материала определяется видом лекции.

*Заключение* - подведение общего итога лекции: обобщение материала, формулировка выводов по теме лекции; ответы на вопросы студентов.

### **Методические указания по разработке конспекта лекции**

*Цель лекции* – организация целенаправленной познавательной деятельности студентов по овладению программным материалом учебной дисциплины.

*Задачи лекции:*

- обеспечить формирование системы знаний по учебной дисциплине;
- формировать профессиональный кругозор и общую культуру;
- отражать новые, еще не получившие освещения в учебниках и учебных пособиях знания;
- оптимизировать все другие формы организации учебного процесса с позиций новейших достижений науки.

Методика работы над лекцией предполагает примерно следующие этапы:

- отбор материала для лекции;
- определение объема и содержания лекции;
- выбор последовательности и логики изложения;
- подбор иллюстративного материала;
- выработка манеры чтения лекции.

Лекционный материал должен занимать не менее 15 страниц и разработан на основе современных научных публикаций по данной теме (не менее 30-ти). Среди источников могут быть учебники, учебные пособия, монографии, научные статьи. Половину из источников должны составлять

иностранные публикации. По тексту лекции должны быть расставлены ссылки на источники.

Руководитель проверяет конспект лекции по критериям оценки содержания лекции.

*6 Разработка контрольно-измерительных материалов по закрепленной теме (модулю) дисциплины, в том числе заданий к самостоятельной работе студентов*

На этом этапе разрабатывается тест для самопроверки знаний (не менее 10 вопросов). Вопросы теста должны быть закрытыми (с вариантами ответов), одновариантными или множественными и содержать ключи ответов (расшифровку правильных ответов).

*7 Разработка деловой игры и/ или кейса и / или сценария «мозгового штурма» и проч.*

На этом этапе магистрант разрабатывает по тематике модуля не менее трех форм (бизнес-кейса, деловую игру и ситуацию из практики региональных фирм), а также методические указания по их выполнению.

Формами организации практических занятий в соответствии со специфическими особенностями учебных дисциплин и целями обучения могут быть:

- упражнения;
- тренинги;
- решение типовых задач;
- занятия с решением ситуационных задач;
- занятия по моделированию реальных задач.
- деловые игры;
- ролевые игры;
- игровое проектирование;
- имитационные занятия;

- выездные занятия (в организации, учреждения) со специальными заданиями;
- занятия-конкурсы.

### **Методические указания по разработке форм к практическому занятию**

*Практическое, занятие* - одна из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении студентами под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения навыков и опыта творческой деятельности, овладения современными методами практической работы с применением технических средств.

Практические занятия проводятся вслед за лекциями, дающими теоретические основы их выполнения. Допускается проведение лабораторных (практических) занятий до прочтения лекций с целью облегчения изучения теоретического материала при наличии описаний практических работ, включающих необходимые теоретические сведения или ссылки на конкретные учебные издания, содержащие эти сведения.

В ходе практических (лабораторных) занятий студенты ведут необходимые промежуточные записи и составляют итоговый письменный отчет. Отчеты о выполненной работе представляются в конце занятия преподавателю для проверки.

Цель практического занятия: организация управляемой познавательной деятельности студентов в условиях, приближенных к реальной практической деятельности.

Задачи практических занятий:

- закрепление, углубление и расширение знаний студентов при решении конкретных практических задач;
- развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности студентов;

- выработка способности логического осмысления самостоятельно полученных данных;
- овладение новыми методами и методиками конкретной учебной дисциплины;
- обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

Функции практических занятий:

- познавательная;
- развивающая;
- воспитательная.

Практические занятия по характеру выполняемых студентами заданий подразделяются на:

- ознакомительные, предпринимаемые с целью закрепления и конкретизации изученного теоретического материала;
- аналитические, ставящие своей целью получение новой информации на основе формализованных методов;
- творческие, связанные с получением новой информации путем самостоятельно выбранных подходов решения задач.

Формами организации практических занятий в соответствии со специфическими особенностями учебных дисциплин и целями обучения могут быть:

- упражнения;
- тренинги;
- решение типовых задач;
- занятия с решением ситуационных задач;
- занятия по моделированию реальных задач.
- деловые игры;
- ролевые игры;
- игровое проектирование;

- имитационные занятия;
- выездные занятия (в организации, учреждения) со специальными заданиями;
- занятия-конкурсы.

#### *Структура, практического занятия*

Типичными структурными элементами (практического) занятия являются:

- вводная часть,
- основная часть,
- заключительная часть.

Вводная часть обеспечивает подготовку студентов к выполнению заданий работы. В ее состав входят:

- формулировка темы, цели и задач занятия, обоснование его значимости в профессиональной подготовке студентов;
- рассмотрение связей данной темы с другими темами курса;
- изложение теоретических основ работы;
- характеристика состава и особенностей заданий работы и объяснение подходов (методов, способов, приемов) к их выполнению;
- характеристика требований к результату работы;
- вводный инструктаж по технике безопасности при эксплуатации технических средств;
- проверка готовности студентов к выполнению заданий работы;
- пробное выполнение заданий под руководством преподавателя;
- указания по самоконтролю результатов выполнения заданий студентами.

Основная часть предполагает самостоятельное выполнение заданий студентами может сопровождаться:

- дополнительными разъяснениями по ходу работы;
- устранением трудностей при выполнении заданий работы;

- текущим контролем и оценкой результатов работы;
- поддержанием в рабочем состоянии технических средств;
- ответами на вопросы студентов.

Заключительная часть содержит:

- подведение общих итогов (позитивных, негативных) занятия;
- оценку результатов работы отдельных студентов;
- ответы на вопросы студентов;
- выдачу рекомендаций по улучшению показателей работы и

устранению пробелов в системе знаний и умений студентов;

- сбор отчетов студентов по выполненной работе для проверки преподавателем;
- изложение сведений о подготовке к выполнению следующей работы, в частности, о подлежащей изучению учебной литературе.

Вводная и заключительная части лабораторного (практического) занятия проводятся фронтально. Основная часть выполняется каждым студентом индивидуально.

*8 Подготовка презентационных материалов и согласование с руководителем практики*

### **Методические указания по разработке презентационных материалов к лекции**

В процессе разработки презентационных материалов (презентации) следует придерживаться следующих рекомендаций:

- важно помнить, что презентация — это не текст лекции, размещенный на слайдах, а способ наглядно представить учебный материал, концентрируя внимание на главном;
- старайтесь, чтобы иллюстрации в презентации соответствовали заявленной теме (они должны быть не средством «развлечения», а способом наглядно представить важную информацию);



- иллюстрации, которые вы используете в презентации, не должны быть «немыми»: старайтесь дополнять их комментариями;
- количество текста, картинок, фотографий, схем, таблиц и диаграмм должно быть адекватно поставленной цели и объему лекции;
- объем презентации — не менее 15 слайдов;
- старайтесь использовать минимальное количество шрифтов, следите за тем, чтобы текст было легко читать;
- помните о том, что с экрана лучше всего читается черный шрифт на белом фоне;
- постарайтесь использовать минимальное количество средств графического дизайна, а также выдержать оформление всей презентации в едином стиле.

*Основные элементы презентации:*

- Титульный слайд, содержащий название темы, название дисциплины и фамилию разработчика.
- Оглавление материала.
- Основные характеристики материала: цели, задачи.
- Основной материал, разбитый на разделы. По тексту основной части расставить ссылки внизу слайда по используемым источникам.
- Заключение, которое содержит основные результаты, перечисленные тезисно.
- Вопросы для самопроверки по теме (не менее 10 вопросов).
- Список использованных источников, не менее 30

*9 Проведение лекционного занятия.*

На этом этапе студент привлекается к чтению лекции перед группой бакалавров под наблюдением ведущего лектора-преподавателя, который проводит оценку по критериям методики чтения лекции, лекторских данных студента, результативности лекции и т.д. Дату и время лекции магистранту-практиканту сообщает руководитель практики.

### *10 контроль знаний студентов-бакалавров*

Этот этап предполагает контроль знаний студентов-бакалавров по разработанному оценочным средствам на практическом занятии под наблюдением ведущего преподавателя дисциплины или с применением технологии LMS.

### *11 участие магистранта-практиканта в проверке отчетов по результатам самостоятельной работы и курсовых работ бакалавров*

Этот этап предполагает участие в проверке отчетов по результатам самостоятельной работы и курсовых работ бакалавров с применением технологии LMS.

### *III. Заключительный этап.*

#### *12 Подготовка итогового отчета по педагогической практике*

На этом этапе магистрант-практикант готовит итоговый отчет по педагогической практике, который должен включать следующие обязательные элементы:

1. Титульный лист (приложение 2)
2. Дневник практики (приложение 3)
3. Оглавление (приложение 4)
4. Введение, в котором излагаются цели и задачи практики
5. Конспект лекции
6. Кейсы, деловые игры, практические ситуации и проч.
7. Контрольно-измерительные материалы
8. Глоссарий
9. Заключение, в котором описываются основные выводы и проблемы, с которыми столкнулся практикант.
10. Список использованных источников.
11. Презентация по итогам педагогической практики (презентационные материалы по лекционному материалу).

13 Устранение замечаний в соответствии с отзывом руководителя практики, предоставление доработанного отчета на кафедру и защита отчета.

На этом этапе магистрант представляет отчет по педагогической практике, доработанный в соответствии с замечаниями руководителя практики, и проводится защита отчета, предполагающая ответы на вопросы руководителя.

## 9. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)

### 9.1 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ

#### Паспорт фонда оценочных средств

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-15- способность разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания	Знает	– современные методы и методики в процессе преподавания управленческих дисциплин;
	Умеет	- разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин;
	Владеет	- навыками применения современных методов и методик в процессе преподавания управленческих дисциплин.

№ п/п	Контролируемые разделы (этапы) практики	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства	
			текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	I. Подготовительный (организационный)	ПК-15 <i>знает</i> - современные методы и методики в процессе преподавания управленческих дисциплин	Собеседование (УО -1)	Вопросы на зачёт 1-5
2	II. Основной	ПК-15 <i>умеет</i> - разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин	Собеседование (УО -1)	Вопросы на зачёт 1-7

№ п/п	Контролируемые разделы (этапы) практики	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	Промежуточная аттестация
			<i>Владеет</i> - навыками применения современных методов и методик в процессе преподавания управленческих дисциплин.		
3	III. Итоговый	ПК-15	<i>умеет</i> - разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин	Собеседование (УО -1)	Вопросы на зачёт № 6- 24
			<i>владеет</i> - навыками применения современных методов и методик в процессе преподавания управленческих дисциплин.		

Форма контроля по итогам производственной педагогической практики – зачет 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-15- способность разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные	<b>знает (пороговый уровень)</b>	- современные методы и методики в процессе преподавания управленческих дисциплин	- знание современных методов и методик, применяемых в процессе преподавания управленческих дисциплин	- способность перечислить и охарактеризовать современные методы и методики в процессе преподавания управленческих дисциплин
	<b>умеет (продвинутый)</b>	- разрабатывать учебные	- умение разрабатывать	- способность разрабатывать

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>		<b>Критерии</b>	<b>Показатели</b>
методы и методики в процессе их преподавания	<b>уровень)</b>	программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин	учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин	учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин
	<b>владеет (высокий уровень)</b>	- навыками применения современных методов и методик в процессе преподавания управленческих дисциплин	– владение навыками применения современных методов и методик в процессе преподавания управленческих дисциплин	– способность самостоятельно использовать и правильно интерпретировать применение современных методов и методик в процессе преподавания управленческих дисциплин

### **Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения производственной педагогической практики**

**Текущая аттестация студентов.** Текущая аттестация студентов по производственной педагогической практике 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.

#### **Система критериев для оценки качества лекции**

*1. Критерии оценки содержания лекции:*

- соответствие темы учебно-тематическому плану и рабочей программе учебной дисциплины;
- соответствие содержания лекции теме;
- научность, соответствие современному уровню развития науки;
- точность используемой научной терминологии;
- информативность; раскрытие основных понятий темы; сочетание теоретического материала с конкретными практическими примерами;
- реализация принципа органической связи теории с практикой, раскрытие практического значения излагаемых теоретических положений;
- реализация внутрипредметных и междисциплинарных связей;
- связь с профилем подготовки студентов, их будущей специальностью;
- соотношение содержания лекции с содержанием учебника (излагается материал, которого нет в учебнике; разъясняются особо сложные вопросы; дается задание самостоятельно проработать часть материала по учебнику и т.п.).

## *2. Критерии оценки методики чтения лекции:*

- дидактическая обоснованность используемого вида лекции и соответствующих ему форм и методов изложения материала;
- структурированность содержания лекции: наличие плана, списка рекомендуемой литературы, вводной, основной и заключительной части лекции;
- акцентирование внимания аудитории на основных положениях и выводах лекции;
- рациональное сочетание методических приемов традиционной педагогики и новых методов обучения (проблемного, программного, контекстного, деятельностного и др.);
- логичность, доказательность и аргументированность изложения;
- ясность и доступность материала с учетом подготовленности студентов;

- соответствие темпов изложения возможностям его восприятия и ведения записей студентами;
- использование методов активизации мышления студентов;
- использование приемов закрепления информации (повторение, включение вопросов на проверку понимания, усвоения и т.п., подведение итогов в конце рассмотрения каждого вопроса, в конце всей лекции);
- использование технических средств обучения (демонстрация презентации).

### *3. Критерии оценки организации лекции:*

- соответствие лекции учебному расписанию;
- четкость начала лекции (задержка во времени, вход лектора в аудиторию, приветствие, удачность первых фраз и т.п.);
- четкость окончания лекции (конец речи, прощание со студентами, время окончания лекции по отношению к звонку);
- дисциплина на лекции;
- рациональное распределение времени на лекции (между ее частями и вопросами плана);
- наличие необходимых средств наглядности и технических средств.

### *4. Критерии оценки руководства работой студентов на лекции:*

- осуществление контроля за ведением студентами конспекта лекций;
- оказание студентам помощи в ведении записи лекции (акцентирование изложения материала лекции, выделение голосом, интонацией, темпом речи наиболее важной информации, использование пауз и т.п.);
- использование приемов поддержания внимания и снятия усталости студентов на лекции (риторические вопросы, шутки, исторические экскурсы, из опыта научно-исследовательской, творческой работы преподавателя и т.п.);
- разрешение задавать вопросы лектору (в ходе лекции или после нее);

- согласование сообщаемого на лекции материала с содержанием других видов аудиторной и самостоятельной работы студентов.

*5. Критерии оценки лекторских данных преподавателя:*

- знание предмета;
- убежденность;
- эмоциональность, манера чтения (живая, увлекательная, монотонная, скучная);

- степень использования опорных материалов при чтении лекции (обращение к конспекту или тексту лекций, свободное владение материалом);

- культура речи;
- речевые данные, дикция;
- внешний вид;
- манера поведения, умение держаться перед аудиторией;
- контакт со студенческой аудиторией (хороший, недостаточный, отсутствует);

- отношение преподавателя к студентам (внимательное, в меру требовательное, равнодушное и т.п.);

- отношение студентов к лектору (уважительное, ироническое равнодушное и т.п.).

*6 Критерии оценки результативности лекции:*

- степень реализации плана лекции (полная, частичная);
- степень полноты и точности рассмотрения основных вопросов; раскрытие темы лекции;

- информационно-познавательная ценность лекции;
- воспитательное воздействие лекции.

**Система критериев для оценки качества практического занятия**

*1. Критерии оценки содержания практического занятия:*



- соответствие темы и содержания занятия учебно-тематическому плану и рабочей программе учебной дисциплины;
- четкость и ясность цели и задач занятия;
- раскрытие в ходе занятия органического единства теории и практики при решении конкретных задач;
- целесообразность включения теоретического материала с позиций содержания лекционного курса, наличия учебников, учебных пособий и других источников;
- точность и достоверность приведенной информации;
- отражение современного уровня развития науки и техники, культуры и искусства;
- профессиональная направленность занятия, связь с профилем подготовки студентов;
- согласованность заданий с содержанием других форм аудиторной и самостоятельной работы студентов;
- реализация внутрипредметных и междисциплинарных связей.

## *2. Критерии оценки методики проведения практического занятия:*

- дидактическая обоснованность формы проведения занятия и использования соответствующих ей методов обучения;
- структурированность содержания занятия: наличие вводной, основной и заключительной частей;
- аргументированность состава заданий работы и обоснование методики и последовательности их выполнения;
- ясность и четкость требований к результатам работы;
- логичность, доступность и убедительность изложения теоретических основ работы, методических указаний;
- демонстрация приемов выполнения заданий;
- последовательный перевод студентов от выполнения заданий под контролем преподавателя к самостоятельному решению задач;

- использование приемов активизации внимания студентов;
- использование приемов закрепления информации в ходе занятия;
- использование эффективных методов контроля хода и результатов выполнения заданий работы;
- обеспечение возможности самоконтроля хода выполнения работы студентами;
- аналитичность и дифференцированность подведения итогов работы в конце занятия;
- соответствие объемов заданий регламенту занятия (недогруженность, перегруженность и т.п.);
- учет индивидуальных особенностей студентов и использование индивидуального подхода к студентам, к их возможностям восприятия и выполнения заданий;
- рациональное сочетание методов коллективной и индивидуальной работы студентов.

### *3. Критерии оценки организации практического занятия:*

- соответствие темы и объема часов, отводимых на занятие, учебно-тематическому плану дисциплины, учебному расписанию;
- четкость начала занятия (задержка во времени, вход преподавателя в аудиторию, приветствие, удачность первых фраз и т.п.);
- четкость окончания занятия (наличие заключения, подведение итогов, время окончания занятия, прощание со студентами и т.п.);
- посещаемость занятия студентами;
- подготовленность студентов к занятию;
- дисциплина во время занятия;
- рациональное распределение времени на занятии;
- наличие в необходимом количестве описаний лабораторных (практических) работ;
- наличие у каждого студента индивидуального рабочего места;

- использование обратной связи со студентами;
- наличие в необходимом количестве требуемых технических, наглядных и других обеспечивающих средств, комплектов учебных материалов;
- соответствие учебной лаборатории, специализированного кабинета требованиям организации занятия (достаточность площади, оформление, эргономичность оборудования, наличие индивидуальных рабочих мест и т.п.);
- технологичность занятия.

#### *4. Критерии оценки руководства работой студентов в ходе практического занятия:*

- осуществление текущего контроля за выполнением заданий и подготовкой отчетов по результатам их выполнения;
- оказание помощи студентам в выполнении заданий;
- использование приемов активизации внимания и деятельности студентов;
- оценка состояния выполнения заданий и оперативное принятие решений по устранению возникших у студентов трудностей;
- дифференцированная оценка работы студентов по итогам выполнения заданий, выдача рекомендаций по улучшению показателей работы студентов.

#### *5. Критерии оценки педагогических данных магистранта:*

- знание предмета, профессиональная компетентность;
- убежденность в целесообразности темы работы с позиций профессионального роста студента;
- эмоциональность, увлекательность изложения материала;
- умение мобилизовать внимание аудитории, вызвать интерес к выполнению заданий, создать творческую атмосферу занятия;
- способность устанавливать контакты со студентами;

- уровень взаимодействия со студентами (со всеми студентами, с несколькими студентами и т.п.);
- стиль отношения к студентам (внимательное, требовательное, равнодушное, неуважительное и т.п.);
- стиль отношения студентов к преподавателю (уважительное, ироничное, равнодушное и т.п.);
- органичность включения преподавателя в самостоятельную работу студентов во время занятия;
- внешний вид;
- манера поведения, умение держаться перед аудиторией;
- культура речи, дикция.

*б. Критерии оценки результативности практического занятия:*

- степень реализации цели и задач работы;
- степень выполнения заданий работы;
- степень соответствия результатов работы заданным требованиям;
- степень сформированности у студентов необходимых умений и навыков;
- степень воспитательного воздействия на студентов;
- информационно-познавательная ценность.

**Критерии оценки качества лекции и практического занятия к теме**

✓ 100-85 баллов – содержание лекции (практического занятия) полностью соответствует выданной теме, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы, демонстрирует сбалансированное сочетание теоретического материала с конкретными практическими примерами; содержание материала тщательно структурировано и содержит все обязательные элементы, список источников превышает требуемое количество, методика чтения лекции и ведения практического занятия демонстрирует рациональное сочетание методических приемов традиционной педагогики и новых методов обучения.

✓ 84-65 баллов - содержание лекции (практического занятия) соответствует выданной теме и предполагает только изложение теоретического материала без практических примеров, материал не содержит некоторых обязательных элементов, список источников соответствует требуемому количеству, но публикации из международных индексов научного цитирования отсутствуют, методика чтения лекции и ведения практического занятия демонстрирует методические приемы традиционной педагогики.

✓ 64- 45- балл - содержание лекции (практического занятия) не в полной мере соответствует выданной теме и предполагает только изложение теоретического материала без практических примеров, материал не содержит некоторых обязательных элементов, список источников соответствует требуемому количеству, но включает устаревшие публикации, методика чтения лекции и ведения практического занятия не соответствует методическим приемам традиционной педагогики.

✓ 45-0 баллов - содержание лекции (практического занятия) не в полной мере соответствует выданной теме и представляет собой полностью заимствованный материал из одного источника, список источников значительно меньше требуемого количества, на которые в тесте лекции отсутствуют ссылки, методика чтения лекции и ведения практического занятия не соответствует методическим приемам традиционной педагогики.

**Промежуточная аттестация студентов.** Промежуточная аттестация студентов по производственной (педагогической) практике проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Предусмотрен зачёт с оценкой в форме защиты отчёта.

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

## Оценочные средства для промежуточной аттестации

### Вопросы для собеседования:

1. Поясните причины ведения Дневника практики.
2. Перечислите основные правила поведения студента на рабочем месте в момент прохождения практики.
3. Перечислите правила внутреннего распорядка во время прохождения педагогической практики.
4. Укажите, каким образом должно быть оборудовано рабочее место студента во время прохождения практики.
5. Перечислите обязанности студента во время прохождения практики.
6. Перечислите права студента во время прохождения практики.
7. Укажите, что должен предпринять студент в случае получения производственной травмы.
8. Какие источники информации и методы ее поиска использовали в процессе подготовки лекции и заданий по теме следует использовать?
9. В чем различия между понятиями «индекс цитирования» и «индекс цитируемости»?
10. Что представляют собой библиометрические системы и реферативные базы научных публикаций?
11. Какие реферативные базы данных международные и национальные Вы знаете?
12. Раскройте сущность такой области знаний как наукометрия.
13. Какие наукометрические (библиометрические) показатели характеризуют публикательную активность?
14. Что такое педагогическая технология?
15. Какие стандартные методы обучения и методы обучения с применением интерактивных форм знаете?
16. Что такое учебный план и для чего нужны учебные программы?

17. Почему возникает необходимость в государственных стандартах образования?
18. Какие технологии преобладают в массовой практике обучения?
19. Какие формы организации учебного процесса существуют, раскройте их содержание и особенности.
20. Какие современные методы и методики в процессе преподавания управленческих дисциплин знаете?
21. Перечислите виды лекций (по форме организации) и их особенности (информационные, проблемные, лекции-конференции, перевернутые и т.д.).
22. Перечислите виды лекций (по месту в программе курса) и их особенности (Вводные, основные, заключительные, е и т.д.)
23. Перечислите основные требования к содержанию лекции, ее структурные элементы и их содержание.
24. Какие существуют критерии, позволяющие оценить качество содержания лекции?
25. Какие Критерии оценки результативности практического занятия знаете?
26. В чем заключается проектный подход к управленческому образованию?
27. Раскройте сущность интерактивных технологий обучения.
28. Каким образом интерактивное обучение может быть использовано для контроля знаний?
29. Основные принципы подготовки презентаций учебных курсов
30. Каковы цели и задачи ситуационных задач и кейсов в управленческом образовании?
31. Какие средства контроля знаний наиболее эффективны в управленческом образовании.

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 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 педагогической практике**

Отчет по педагогической практике должен включать следующие обязательные элементы:

1. Титульный лист (приложение 1)
2. Дневник практики (приложение 2)
3. Оглавление (приложение 3)
4. Введение, в котором излагаются цели и задачи практики
5. Конспект лекции
6. Кейсы, деловые игры, практические ситуации и проч.
7. Контрольно-измерительные материалы
8. Глоссарий
9. Заключение, в котором описываются основные выводы и проблемы, с которыми столкнулся практикант.
10. Список использованных источников.
11. Презентация по итогам педагогической практики (презентационные материалы по лекционному материалу).

#### **Требования к содержанию отчета**

- *Введение*, в котором излагаются цели и задачи педагогической практики.

Введение занимает 1-2 стр. и имеет следующую структуру: обоснование актуальности выбранной темы задания, цели и конкретные задачи педагогической практики, описание теоретической и

методологической основы (глубины проработки темы), краткая характеристика структуры отчета.

Обоснование актуальности выбранной темы в рамках педагогической практики должно касаться проблем организации образовательного процесса, также характеризуется степенью разработки темы. Не следует начинать описание проблемы издалека, необходимо показать суть проблемной ситуации, из чего и будет видна актуальность темы.

Далее формулируются цель и задачи отчета (согласно рекомендуемой структуре) Это обычно делается в форме перечисления (изучить..., описать..., установить..., выяснить..., определить... и т.д.).

Очень важным элементом введения является описание теоретической и методологической основы исследования, в котором перечисляются авторы, работами которых руководствовался студент при разработке лекционных, контрольно-измерительных материалов и ситуационных заданий по выданной теме.

Во введении не следует приводить определения, размещать таблицы и рисунки.

*1 Конспект лекции (не менее 20 страниц):* название темы, цели задачи лекции, основная часть с ссылками на источники, размещенные в списке использованных источников)

*2 Кейсы, деловые игры, практические ситуации и проч.* Этот раздел содержит не менее 3-х форм с методическими рекомендациями по их выполнению.

### *3 Контрольно-измерительные материалы*

Контрольно-измерительные материалы могут включать совокупность тестовых заданий, предназначенных для промежуточного и итогового самоконтроля уровня знаний по теме.

*4 Глоссарий* содержит не менее 30 терминов и их определений с ссылками на источники.

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

- *Список использованных источников.*

- *Приложение А Презентационные материалы по лекционному материалу.*

Требования к оформлению приложения: презентационные материалы распечатываются по 2-3 слайда презентации на одной странице.

Кнопка Office (в верхнем левом углу окна программы Microsoft PowerPoint) / Опубликовать / Создать выдachi в Microsoft Word / Пустые строки ниже слайдов.

**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.

### **Описание рабочего места и функциональные обязанности практиканта**

*Студент-магистрант имеет право:*

- на оборудованное рабочее место;
- возможность обращения по всем возникающим проблемам и вопросам к руководителю практики – представителю вуза;
- возможность доступа к информации, необходимой для выполнения программы практики и т.д.

*Обязанности студента-магистранта:*

- ведение Дневника практики, выполнение выданной программы практики;
- подчинение правилам внутреннего распорядка;

- соблюдение правил техники безопасности и производственной санитарии;
- представление в установленном порядке руководителю практики обязательных документов о прохождении практики;
- обязательное предоставление учебно-методических материалов (материалов лекций, практических заданий, кейсов, тестов, презентаций, контрольно-измерительных материалов, заданий по самостоятельной работе и проч.), подготовленных в рамках индивидуального задания по практике;
- оформление итогового отчета в соответствии с требованиями нормативных документов ДВФУ.

*Обязанности руководителя практики-представителя вуза*

- формирует приказ на прохождение педагогической практики;
- разрабатывает тематику индивидуальных заданий;
- обеспечивает проведение организационных мероприятий, связанных с проведением практики (инструктаж по технике безопасности, о порядке прохождения практики);
- 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;
- руководитель практики от вуза закрепляет за магистрантами-практикантами определенные группы студентов, в которых магистрант проводит лекционное и практическое занятие в присутствии ведущего преподавателя.
- оценивает результаты выполнения студентами программы практики. На основании отчета и его защиты выставляется зачет (с оценкой).

## 10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ

### Основная литература

*(электронные и печатные издания)*

1. Ашанина, Е.Н.. Современные образовательные технологии: учебно-методическое пособие для бакалавров и магистратуры.— М.: Издательство Юрайт, 2018.— 165 с.— Режим доступа: [biblio-online.ru/viewer/sovremennye-obrazovatelnye-tehnologii-411275#page/2](http://biblio-online.ru/viewer/sovremennye-obrazovatelnye-tehnologii-411275#page/2)

2. Кметь Е.Б. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебник/ Кметь Е.Б., Ким А.Г.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2016.— 284 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43373>.

3. Колдаев В.Д. Методология и практика научно-педагогической деятельности: Учебное пособие / Колдаев В.Д. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 400 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=542667>

4. Новиков В.К. Методология и методы научного исследования [Электронный ресурс]: курс лекций/ Новиков В.К.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московская государственная академия водного транспорта, 2015.— 210 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/46480>.— ЭБС «IPRbooks»

5. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз [Электронный ресурс]: Учебное пособие / И.К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2014. - 320 с. Режим доступа [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=69117](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=69117)

## Дополнительная литература

(электронные и печатные издания)

1. ФГОС ВПО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры) утвержденный Приказом Министерства образования и науки РФ от 30 марта 2015 г. № 322.
2. Дмитриев М.Н. Методология и методика исследований в экономике [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дмитриев М.Н.— Электрон. текстовые данные.— Нижний Новгород: Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2014.— 93 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/30814>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Компетентностный подход в образовательном процессе: Монография / А.Э. Федоров, С.Е. Метелев, А. Соловьев, Е.В. Шлякова.-Омск: Омскбланкиздат, 2012.-210 с.
4. Методы научных исследований в экономике [Электронный ресурс]: учебное пособие/ А.И. Хорев [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Воронеж: Воронежский государственный университет инженерных технологий, 2013.— 127 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/4743>
5. Матяш Н.В. Инновационные педагогические технологии. Проектное обучение: учебное пособие для вузов. - М. : Академия, 2016. - 156 с
6. Современные образовательные технологии : учебное пособие / [Н. В. Бордовская, Л. А. Даринская, С. Н. Костромина и др.] ; под ред. Н. В. Бордовской. – М. : КноРус, 2016. - 431 с.
7. Энциклопедия Гуру менеджмента [Электронный ресурс]/ С.Ф. Аршинова [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2011.— 1020 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/641>.— ЭБС «IPRbooks»

8. Корнеенков, С. С.. Психология и педагогика : учебное пособие для аспирантов и студентов вузов / С. С. Корнеенков ; Тихоокеанский государственный экономический университет. - Владивосток : Изд-во Тихоокеанского экономического университета, 2010. - 359 с.

## 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 Microsoft Office 2010 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.) Microsoft Project 2010 – программа управления проектами для ОС Windows. Microsoft Visio 2010 – векторный графический редактор, редактор диаграмм и блок-схем для ОС Windows. Mozilla Firefox – веб-браузер Notepad++ 6.68 – текстовый редактор

<b>Место расположения компьютерной техники, на котором установлено программное обеспечение, количество рабочих мест</b>	<b>Перечень программного обеспечения</b>
	Project Expert 7 – программ для оценки инвестиционных проектов и разработки бизнес-планов R-Studio – группа полнофункциональных утилит для восстановления данных с жёстких дисков (HDD), твёрдотельных устройств (SSD), флэш-памяти и аналогичных внешних и внутренних накопителей данных. WinDjView 2.0.2 - программа для распознавания и просмотра файлов с одноименным форматом DJV и DjVu; Гарант аэро – справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации Консультант Плюс – это компьютерная система для поиска и работы с правовой информацией.

## **11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ**

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:

<b>Наименование оборудованных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Перечень основного оборудования</b>
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 (корпус А - уровень 10)	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 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 видеувелечителем 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

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 педагогической практики

Выполнил студент гр. М 1218-  
38.04.02 см

\_\_\_\_\_ А.Д. Иванов

Отчет защищен:  
с оценкой \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ И.О.Фамилия  
подпись  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 г.

Руководитель практики  
канд. экон. наук, доцент кафедры  
маркетинга, коммерции и логистики  
\_\_\_\_\_ Е.В. Носкова

Регистрационный № \_\_\_\_\_  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 г.  
\_\_\_\_\_ И.О.Фамилия  
подпись

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

г. Владивосток  
20 \_

**ДНЕВНИК СТУДЕНТА ПО ПРАКТИКЕ**

Студент(-ка) \_\_\_\_\_  
*(имя, отчество, фамилия)*

Школы экономики и менеджмента ДВФУ 2 курса группы \_\_\_\_\_

Направления Менеджмент

Магистерская программа «Стратегический маркетинг»

квалификации (степени) \_\_\_\_\_ магистр

направляется на производственную (педагогическую) практику на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики ШЭМ ДВФУ

Период практики

с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Преподаватель-руководитель практики \_\_\_\_\_

*(должность, ученая степень, звание, имя, отчество, фамилия)*

**Ход выполнения практики**

<b>№ п.п.</b>	<b>дата</b>	<b>Описание выполненной работы</b>	<b>Отметки руководителя</b>

*Пример оформления оглавления отчета о практике*

**Оглавление**

Введение.....	3
1 Конспект лекции на тему «.....».....	4
2 Кейсы, деловые игры, практические ситуации.....	24
3 Контрольно-измерительные материалы.....	34
4 Глоссарий.....	40
Заключение.....	43
Список использованных источников.....	45
Приложение А Презентационные материалы по лекционному материалу..	47




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

  
\_\_\_\_\_ Е.В. Носкова  
« 20 » \_\_\_\_\_ июня 2019 г.

**ПРОГРАММА**

**ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

Преддипломная

**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:

- 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»;
- Федерального образовательного стандарта высшего образования направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры), утвержденного приказом Минобрнауки России от 30.03.2015 N 322 (ред. от 13.07.2017);
- образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого федеральным государственным автономным образовательным учреждением высшего образования ФГАОУ ВПО «Дальневосточный федеральный университет» для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования – программ магистратуры (далее – ОС ВО ДВФУ) по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, принят решением Ученого совета ДВФУ, протокол № 06-15 от 04.06.2015, и введен в действие 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 ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Целями преддипломной практики являются: закрепление и углубление теоретической подготовки обучающихся, приобретение ими практических навыков и компетенций, опыта научно-исследовательской, а также самостоятельной профессиональной деятельности.

Целью преддипломной практики является:

- выявление, формулирование научно-практических проблем, определение степени их изученности;
- организация проведения научных исследований: определение заданий для групп и отдельных исполнителей, выбор инструментария исследований, анализ их результатов, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, подготовка обзоров и отчетов по теме исследования;
- разработка моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов, прогнозирование исследуемых процессов и явлений.
- поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений;
- разработка стратегий проектов развития организаций и их отдельных подразделений;

## 3. ЗАДАЧИ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Задачами преддипломной практики являются:

***организационно-управленческая деятельность:***

1. разработка стратегий проектов развития организаций и их отдельных подразделений;
2. организация творческих коллективов (проектных команд) для решения организационно-управленческих задач и руководство ими;

3. формирование предпринимательской ориентации для обеспечения развития предпринимательства и организации;

***научно-исследовательская деятельность:***

1. организация проведения научных исследований: определение заданий для групп и отдельных исполнителей, выбор инструментария исследований, анализ их результатов, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, подготовка обзоров и отчетов по теме исследования;

2. разработка моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов;

3. выявление и формулирование актуальных научных проблем;

4. подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций;

***аналитическая деятельность:***

1. поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений;

2. анализ существующих форм организации и процессов управления, разработка и обоснование предложений по их совершенствованию;

3. проведение оценки эффективности проектов, процессов и предпринимательской деятельности в целом с учетом фактора неопределенности;

#### **4. МЕСТО ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП**

Преддипломная практика является составной (вариативной) частью основной профессиональной образовательной программы, входит в «Блок 2. Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)» учебного плана (индекс Б2.В.02.07(П)) и является обязательной.

Для успешного прохождения преддипломной практики у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:



- Способность творчески адаптировать достижения зарубежной науки, техники и образования к отечественной практике, высокая степень профессиональной мобильности;
- Готовность проявлять качества лидера и организовать работу коллектива, владеть эффективными технологиями решения профессиональных проблем;
- Умение работать в проектных междисциплинарных командах, в том числе в качестве руководителя;
- Умение быстро осваивать новые предметные области, выявлять противоречия, проблемы и выработать альтернативные варианты их решения;
- Способность генерировать идеи в научной и профессиональной деятельности;
- Способность вести научную дискуссию, владение нормами научного стиля современного русского языка;
- Способность к свободной научной и профессиональной коммуникации в иноязычной среде;
- Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;
- Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;
- Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала;
- Способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности;
- Способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять свое научное мировоззрение;

- Способность адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей;
- Способность критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска;
- Готовность к самостоятельной работе с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования; способностью быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования;
- Умение работать в кросс-культурных командах, в т.ч. в качестве руководителя;
- Готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- Способность выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров;
- Способность анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия;
- Способность управлять изменениями в области профессиональной деятельности;
- Способность к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов;
- Способность к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы;

- Способность самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ;
- Готовность разрабатывать проекты по формированию новых рынков товаров и услуг;
- Способность определять объекты и основания проведения экспертизы и обосновывать ее необходимость, готовностью выбирать и рационально использовать средства и методы экспертизы в области профессиональной деятельности, организовывать и проводить ее;

Преддипломная практика проходит в 4-м семестре, является последней из шести практик, предусмотренных учебным планом по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент профиль «Стратегический маркетинг». Содержание преддипломной практики предполагает предшествующее полное освоение предметов базовой и вариативной части учебного плана.

Основой для успешного прохождения преддипломной практики являются знания, полученные при изучении таких дисциплин, как «Маркетинговое управление», «Технологии анализа рынка», «Практический маркетинг», «Поведение потребителей», «Маркетинговые коммуникации», «Управление продажами», «Цифровой маркетинг», «Бренд-менеджмент», «Управление результативностью маркетинга», «Международный маркетинг».

В результате прохождения преддипломной практики у обучающихся будут сформированы умения и навыки, необходимые для получения данных и подготовки выпускной квалификационной работы

## **5. ТИПЫ, СПОСОБЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**

Вид практики – преддипломная практика.

Тип практики – преддипломная практика.

Способ проведения – выездная, стационарная.

Форма проведения практики – рассредоточенная.

В соответствии с графиком учебного процесса практика реализуется в 4-ом семестре на 2 курсе.

Местом проведения практики являются предприятия.

Преддипломная практика магистров проводится в сторонних организациях, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом, а также в отдельных случаях на базе кафедры маркетинга, коммерции и логистики. В качестве баз преддипломной 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 преддипломной 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 преддипломной 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 ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**

В результате прохождения преддипломной практики у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций).

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ПК – 4 - способность анализировать и формировать предпринимательскую ориентацию организации	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 бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности Разрабатывать стратегии предприятия
	Владеет	Навыками проведения контроля за реализацией и оценкой эффективности путем аудита профессиональной деятельности Способностью анализировать и формировать предпринимательскую ориентацию организации
ПК – 15 - способность разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания	Знает	Специфику разработки учебных программ и методического обеспечения управленческих дисциплин Современные методы и методики преподавания
	Умеет	Разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин Применять современные методы и методики в процессе их преподавания
	Владеет	Способностью разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин Навыками применять современные методы и методики в процессе их преподавания
ПК – 5 – способность определения перспектив развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды	Знает	Направления исследований факторов внешней среды; Показатели для исследования внешней среды, Методы оценки эффективности инновационных технологий в области коммерческой деятельности торговых предприятий.
	Умеет	Проводить контент-анализ; Проводить предварительный и углубленный анализ данных; Проводить анализ влияния глобальных сил и факторов макросреды на деятельность фирмы; Определять факторы, влияющие на развитие рынка и предприятий сферы торговли; Проводить оценку эффективности инновационных технологий в области коммерческой деятельности торгового предприятия Определять перспективы развития организации на основе оценки

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
		положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды
	Владеет	Навыками маркетингового анализа для принятия управленческих решений Способностью определения перспектив развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды Методами оценки эффективности инновационных технологий в области коммерческой деятельности, методами анализа и обоснования эффективности бизнес-проектов в области коммерческой деятельности, компьютерными программами
ПК – 11 - способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	Знает	Методы работы с информацией Структуру отчета о маркетинговом исследовании; Нормы научного стиля современного русского языка для оформления результатов исследования.
	Умеет	Подготавливать отчет о результатах маркетинговых исследований и представлять его заказчикам, Применять профессиональными терминами для оформления результатов исследования; Представлять результаты проведенного маркетингового исследования в виде научного отчета, статьи или доклада.
	Владеет	Навыками маркетингового анализа для принятия управленческих решений; Владение профессиональными терминами для оформления результатов маркетингового исследования; Навыками представления результаты проведенного маркетингового исследования в виде научного отчета, статьи или доклада
ПК – 8 - способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Знает	Методы исследования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий для управления бизнес-процессами Показатели результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)
	Умеет	Определять подходы и выбирать методы исследования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий для управления бизнес-процессами Выбирать показатели результатов профессиональной деятельности Готовить аналитические материалы по результатам их применения
	Владеет	Навыками проведения исследований тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий для управления бизнес-процессами Навыками проведения анализа результатов профессиональной деятельности Способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и готовить аналитические материалы по результатам их применения
ПК – 1 - способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Знает	Направления изменений в области профессиональной деятельности Подходы к управлению организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
	Умеет	Выбирать направления изменений в области профессиональной деятельности Применять подходы к управлению организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
	Владеет	Навыками управления изменениями в области профессиональной деятельности Подходами к управлению организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
ПК – 3 - способность ис-	Знает	Финансовые прогнозы маркетингового плана для решения страте-

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
пользовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач		гических задач Маркетинговые показатели и ключевые показатели эффективности (KPI) Методы формирования маркетингового бюджета
	Умеет	Использовать маркетинговые метрики для решения стратегических задач Изучение прибыльности различных маркетинговых структур и экономической эффективности различных маркетинговых расходов Критически оценивать результаты маркетинговой деятельности
	Владеет	Методами управления корпоративными финансами для решения стратегических задач Методами формирования маркетингового бюджета для решения стратегических задач Навыками представлять отчет, включающий рекомендации на краткосрочную и долгосрочную перспективу.
ПК – 6 - способность действовать проективно на основе разработки инновационных решений в различных областях управления	Знает	Подходы к проектированию, разработке проектов 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	Находить инновационные идеи при проектировании 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	Навыками проектирования, разработки проектов Навыками оценки прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций Навыками прогнозирования и проектирования ассортимента товаров Навыками проектирования и разработки бренд-технологий
ПК – 2 - способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	Знает	Подходы к разработке проектов по формированию новых рынков товаров и услуг Корпоративные стратегии Подходы к разработке корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений
	Умеет	Разрабатывать проекты по формированию новых рынков товаров и услуг Разрабатывать корпоративную стратегию, Разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию
	Владеет	Навыками разработки проектов по формированию новых рынков товаров и услуг Составить план последовательных шагов (дорожную карту) для достижения заданного результата. Способностью разрабатывать корпоративную стратегию Навыками разработки программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию
ПК – 7 - способность комплексного использования инструментов проектного и процессного менеджмента для решения стратегических и тактических задач управления организации	Знает	Информационное и технологическое обеспечение профессиональной деятельности Концепции управления маркетингом Стратегическое планирование бизнес-единицы
	Умеет	Разрабатывать и реализовывать проекты в области информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности Разрабатывать бизнес-портфели и стратегии роста

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
	Владеет	Навыками проектирования и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности Применять методы эффективного анализа, разработки стратегии и действий по ключевым концепциям для построения прочных отношений с клиентами
ПК-9 - владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Знает	Методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде Методы стратегического анализа Значение понятия «продолжительность жизни клиента»
	Умеет	Применять тактические инструменты, чтобы создать максимальную ценность для целевых клиентов, чтобы максимизировать прибыль Применять методы стратегического анализа при разработке стратегии Определить несколько возможных целевых сегментов в для сегментирования потребительских рынков, бизнес-рынков и международных рынков Описать макроэкологические факторы, влияющие на способность компании обслуживать своих клиентов
	Владеет	Методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде, Методами сегментирования рынка для выявления целевых сегментов потребительских рынков, бизнес-рынков и международных рынков, Навыками оценки конкурентоспособности товаров и предприятий
ПК-13 - способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	Знает	Этапы разработки программы маркетинговых исследований Виды исследований по выявлению и решению маркетинговых задач менеджмента Направления исследований факторов внешней среды Показатели для исследования внешней среды; формы составления отчета об исследовании.
	Умеет	Подходы к определению решаемой задачи; Проведение экспертных опросов, для выявления тенденций рынка; Формировать выборку в соответствии с целями исследования и работать с ней. Собирать информацию из вторичных источников; Использовать различные методы сбора информации для получения первичных данных;
	Владеет	Проводить количественные и качественные исследования; Навыками проведения независимых исследований в соответствии с исследовательской программой коммуникативными навыками для реализации программы маркетинговых исследований
ПК-10 - способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	Знает	Этапы процесса научного и маркетингового исследования; Методы критического анализа для оценки исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями Подходы к разработке интеллектуальных карт.
	Умеет	Работать с электронными российскими и зарубежными базами данных и библиотечными каталогами; Проводить предварительный и углубленный анализ данных; Строить майнд-карты; Применять методы научных исследований для нестандартного решения поставленных задач Критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями
	Владеет	Методологией и методикой проведения научных исследований; Навыками самостоятельной научной и исследовательской работы



Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
		Способностью обобщать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями и критически их оценивать
ПК-12 - способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	Знает	Сущность актуальности, понятие теоретической и практической значимости избранной темы научного исследования Понятийный аппарат научных и маркетинговых исследований; Значение маркетинговых исследований в управлении предприятием.
	Умеет	Применять известные методы научных исследований, Умение представлять результаты исследований учёных по изучаемой проблеме и собственных исследований, Выявлять перспективные направления научных исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы Разработать подход к маркетинговым исследованиям,
	Владеет	Подходом к научным и маркетинговым исследованиям Навыками обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования
ПК – 14 - способность применять методы организации исследований и исследовательские стратегии	Знает	Задачи и методы исследования рынка; виды исследовательских проектов Процесс маркетинговых исследований; Показатели для изучения состояния окружающей среды; Методы количественных и качественных исследований
	Умеет	Выделить тенденции рынка; Проводить количественные и качественные исследования Проводить анализ влияния глобальных сил и макрофакторов на деятельность компании; Разработать программу маркетинговых исследований; Определить факторы, влияющие на развитие рынка и предприятия различных сфер деятельности; Определять способы реагирования на маркетинговую среду
	Владеет	Методами маркетинговых исследований; Подходами к изучению влияния факторов внешней среды на деятельность предприятия и тенденции; Инструментами анализа тенденций развития навыков рынка, определения перспектив развития рынка управленческих решений

## 7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Общая трудоемкость преддипломной практики составляет 14 недель / 21 зачетная единица, 756 часов.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля
1	Этап 1 – Подготовительный этап	Инструктаж по технике безопасности	1 день	4 ч.	Устный опрос, роспись в журнале учета
2	Этап 2 – Производственный этап	Сбор материала в соответствии с индивидуальным заданием	1-5 нед.	300 ч.	Устный опрос
3	Этап 3 – Обработка и анализ полученной информации	Сбор материала в соответствии с индивидуальным заданием	6-10 нед.	314 ч.	Устный опрос

4	Этап 4 – Подготовка отчета по практике	Написание и оформление отчета	11-13 нед	130 ч.	Устный опрос
5	Этап 5 – Защита отчета по практике	Защита отчета по практике на кафедре руководителю практики	14 нед.	8 ч.	Защита отчета
	<b>Итого:</b>		14 нед.	<b>756 ч.</b>	

## **8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ НА ПРЕДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ**

Содержание практики зависит от места ее проведения. Преддипломная 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 преддипломной 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 обяза-

тельном порядке должен явиться на кафедру и показать дневник практики.

По итогам прохождения преддипломной 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.

## **9. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)**

Форма отчетности по преддипломной практике – зачет с оценкой;

По окончании преддипломной практики студент сдает дифференцированный зачет (с оценкой). Датой зачета (защиты отчета по практике) является последний день преддипломной практики. Время зачета устанавливается сотрудниками студенческого офиса в соответствии с календарным графиком учебного процесса. Основанием для допуска студента к зачету по практике является полностью и аккуратно (без исправлений) оформленная документация.

Результаты зачета оформляются ведомостью. Оригинал ведомости сдается в учебную часть (студенческий офис). Отрицательная оценка, полученная за прохождение практики, считается академической задолженностью.

Во время защиты (в форме свободного собеседования) студент должен уметь анализировать проблемы, решения, статистику, которые изложены им в отчете и дневнике; обосновать сделанные им выводы и предложения, их законность и эффективность, отвечать на все вопросы по существу отчета.

Итоговая оценка по результатам прохождения преддипломной практики включает:

- 1) оценку, полученную практикантом по месту прохождения практики, которая выставляется руководителем практики от предприятия (учреждения, организации);
- 2) оценку содержания отчета о прохождении практики, которая дается преподавателем кафедры – руководителем практики от кафедры;
- 3) оценку качества собранного в период прохождения практики материала, необходимого для написания выпускной квалификационной работы,

которая дается руководителем практики от кафедры;

4) оценку результатов защиты отчета о прохождении преддипломной практики (дается также руководителем практики от кафедры).

Итоговая оценка рассчитывается по формуле:

$$O_{\text{и}} = \frac{O1 + O2 + O3}{3},$$

где O1 – оценка, полученная по месту практики;

O2 – оценка содержания отчета (в том числе качества собранного материала);

O3 – оценка результатов защиты.

Критерии дифференциации оценки по преддипломной практике:

«Отлично» – содержание и оформление отчета о практике и дневника прохождения практики полностью соответствуют предъявляемым требованиям, характеристики студента положительные, ответы на вопросы по программе практики полные и точные;

«Хорошо» – при выполнении основных требований к прохождению практики и при наличии несущественных замечаний по содержанию и формам отчета и дневника, характеристики студента положительные, в ответах на вопросы по программе практики студент допускает определенные неточности, хотя в целом отвечает уверенно и имеет твердые знания;

«Удовлетворительно» – небрежное оформление отчета и дневника. Отражены все вопросы программы практики, но имеют место отдельные существенные погрешности, характеристики студента положительные, при ответах на вопросы по программе практики студент допускает ошибки;

«Неудовлетворительно» – эта оценка выставляется студенту, если в отчете освещены не все разделы программы практики, на вопросы студент не дает удовлетворительных ответов, не имеет четкого представления о функ-

циях службы маркетинга, не владеет практическими навыками анализа и оценки уровня организации маркетинговой деятельности на предприятии.

Неудовлетворительная оценка означает, что студент должен пройти практику повторно, либо должен быть представлен к отчислению.

Оценка зачета (с оценкой) по преддипломной практике проставляется в ведомость, зачетную книжку студента, а также заносится в приложение к диплому. Для студентов, не прошедших практику по уважительным причинам, организуется ее проведение в свободное от учебы время.

## **9. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ)**

### **9.1 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ**

#### **Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения преддипломной практики**

**Текущая аттестация студентов.** Текущая аттестация студентов по преддипломной практике проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Текущая аттестация проводится в форме контрольных мероприятий: защиты разделов отчёта по преддипломной 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 оцениваются через систему подготовки разделов отчёта.

**Промежуточная аттестация студентов.** Промежуточная аттестация студентов по преддипломной практике проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. В 8 семестре преду-

смотрен зачёт с оценкой в устной форме в виде собеседования (защита отчёта). Студенты, не получившие положительной оценки по преддипломной практике, считаются не выполнившими учебный план за текущий семестр и не могут быть допущены к подготовке и защите выпускной квалификационной работы.

Форма контроля по итогам преддипломной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков – зачёт с оценкой.

### **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 м<sup>2</sup> торговой площади, прибыль, прибыль на 1 м<sup>2</sup> 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 и краткая характеристика конкурентов предприятия.

17. Слабые и сильные стороны предприятия в конкурентной борьбе и угрозы со стороны конкурентов.

18. Результаты SWOT-анализа деятельности предприятия.

19. Результаты оценки конкурентоспособности предприятия.

20. Предложения по укреплению положения предприятия в конкурентной среде.

21. Методы обработки маркетинговой информации на предприятии.

22. Основные направления использования результатов маркетинговых исследований различными подразделениями предприятия.

23. Характеристика видов маркетинговых решений на предприятии (ассортиментная, ценовая, коммуникационная политики).

24. Рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия.

25. Источники закупки товаров (сырьевых материалов), их классификация.

26. Подходы к выбору наиболее выгодных поставщиков товаров, используемые на предприятии.

27. Формат торгового предприятия: понятие, критерии определения, виды, используемый на анализируемом предприятии.

28. Торгово-технологические процессы на предприятии

29. Результаты анализа показателей деятельности предприятия в динамике развития (товарооборот, товарооборот на 1 м<sup>2</sup> торговой площади, прибыль, прибыль на 1 м<sup>2</sup> торговой площади и т.д.).



30. Описать современные технологии управления ассортиментом на предприятии
31. Описать использование принципов мерчандайзинга на предприятии
32. Подходы к оценке эффективности различных форм организации розничной продажи и применяемые на предприятии

### **Практика на базе научного направления 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.

## 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 – 4 - способность анализировать и формировать предпринимательскую ориентацию организации	знает (пороговый уровень)	Показатели эффективности хозяйственной деятельности Методы анализа и оценки бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности Стратегии предприятия Направления аудита профессиональной деятельности	Отсутствие знаний	Пороговый		
			Фрагментарные знания		Базовый	
			Неполные знания			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания
			Сформированные и систематические знания	Высокий		
	умеет (продвинутый)	Определять подходы к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности Разрабатывать стратегии предприятия	Отсутствие умений	Пороговый		
			Частично освоенное умение		Базовый	
			В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		Высокий
			Успешное и систематическое умение			
	владеет (высокий)	Навыками проведения контроля за реализацией и оценкой эффективности путем аудита профессиональной деятельности Способностью анализировать и формировать предпринимательскую ориентацию организации	Не владеет	Пороговый		
			Фрагментарное владение		Базовый	
			В целом успешное, но не систематическое владение	В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение		Высокий
			Успешное и систематическое владение			
ПК – 15- способность разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управ-	знает (пороговый уровень)	Специфику разработки учебных программ и методического обеспечения управленческих дисциплин Современные методы и методики преподавания	Отсутствие знаний	Пороговый		
			Фрагментарные знания		Базовый	
			Неполные знания			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания
			Сформированные и систематические знания			

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
<p>ленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания</p>	<p>умеет (продвинутый)</p>	<p>Разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин Применять современные методы и методики в процессе их преподавания</p>	Сформированные и систематические знания	Высокий
			Отсутствие умений	Пороговый
			Частично освоенное умение	
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение	
	<p>владеет (высокий)</p>	<p>Способностью разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин Навыками применять современные методы и методики в процессе их преподавания</p>	Успешное и систематическое умение	Высокий
			Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
Успешное и систематическое владение	Высокий			
<p>ПК – 5 – способность определения перспектив развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды</p>	<p>знает (пороговый уровень)</p>	<p>Направления исследований факторов внешней среды; Показатели для исследования внешней среды, Методы оценки эффективности инновационных технологий в области коммерческой деятельности торговых предприятий.</p>	Отсутствие знаний	Пороговый
			Фрагментарные знания	
			Неполные знания	Базовый
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	
			Сформированные и систематические знания	Высокий
	<p>умеет (продвинутый)</p>	<p>Проводить контент-анализ; Проводить предварительный и углубленный анализ данных; Проводить анализ влияния глобальных сил и факторов макросреды на деятельность фирмы; Определять факторы, влияющие на развитие рынка и предприятий сферы торговли; Проводить оценку эффективности инновационных технологий в области коммерческой деятельности торгового предприятия Определять перспективы развития организации на основе оценки положения компании на рын-</p>	Отсутствие умений	Пороговый
			Частично освоенное умение	
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение	
			Успешное и систематическое умение	Высокий

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
		ке и тенденции влияния факторов внешней среды		
	владеет (высокий)	Навыками маркетингового анализа для принятия управленческих решений Способностью определения перспектив развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды Методами оценки эффективности инновационных технологий в области коммерческой деятельности, методами анализа и обоснования эффективности бизнес-проектов в области коммерческой деятельности, компьютерными программами	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
Успешное и систематическое владение	Высокий			
ПК – 11 - способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	знает (пороговый уровень)	Методы работы с информацией Структуру отчета о маркетинговом исследовании; Нормы научного стиля современного русского языка для оформления результатов исследования.	Отсутствие знаний	Пороговый
			Фрагментарные знания	
			Неполные знания	Базовый
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	
			Сформированные и систематические знания	Высокий
	умеет (продвинутый)	Подготавливать отчет о результатах маркетинговых исследований и представлять его заказчикам, Применять профессиональными терминами для оформления результатов исследования; Представлять результаты проведенного маркетингового исследования в виде научного отчета, статьи или доклада.	Отсутствие умений	Пороговый
			Частично освоенное умение	
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение	
			Успешное и систематическое умение	Высокий
	владеет (высокий)	Навыками маркетингового анализа для принятия	Не владеет	Пороговый

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели	
	кий)	тия управленческих решений; Владение профессиональными терминами для оформления результатов маркетингового исследования; Навыками представления результаты проведенного маркетингового исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	Фрагментарное владение В целом успешное, но не систематическое владение В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение Успешное и систематическое владение	Базовый Высокий	
ПК –8 - способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	знает (пороговый уровень)	Методы исследования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий для управления бизнес-процессами Показатели результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товаро-водной)	Отсутствие знаний Фрагментарные знания Неполные знания Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания Сформированные и систематические знания		
	умеет (продвинутый)	Определять подходы и выбирать методы исследования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий для управления бизнес-процессами Выбирать показатели результатов профессиональной деятельности Готовить аналитические материалы по результатам их применения	Отсутствие умений Частично освоенное умение В целом успешное, но не систематическое умение В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение Успешное и систематическое умение	Пороговый Базовый Продвинутый	
	владеет (высокий)	Навыками проведения исследований тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий для управления бизнес-процессами Навыками проведения анализа результатов профессиональной деятельности Способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и готовить аналитические материалы по результатам их применения	Не владеет Фрагментарное владение В целом успешное, но не систематическое владение В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение Успешное и систематическое владение	Пороговый Базовый Продвинутый	
	ПК – 1 - способность управлять организациями,	знает (пороговый уровень)	Направления изменений в области профессиональной деятельности Подходы к управлению организациями, подраз-	Отсутствие знаний Фрагментарные знания Неполные знания	Пороговый Базовый

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями		делениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	
			Сформированные и систематические знания	Продвинутый
	умеет (продвинутый)	Выбирать направления изменений в области профессиональной деятельности Применять подходы к управлению организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Отсутствие умений	Пороговый
			Частично освоенное умение	
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение	
		Успешное и систематическое умение	Продвинутый	
	владеет (высокий)	Навыками управления изменениями в области профессиональной деятельности Подходами к управлению организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
	Успешное и систематическое владение	Продвинутый		
ПК – 3 - способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	знает (пороговый уровень)	Финансовые прогнозы маркетингового плана для решения стратегических задач Маркетинговые показатели и ключевые показатели эффективности (KPI) Методы формирования маркетингового бюджета	Отсутствие знаний	Пороговый
			Фрагментарные знания	
			Неполные знания	Базовый
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	
	Сформированные и систематические знания	Продвинутый		
	умеет (продвинутый)	Использовать маркетинговые метрики для решения стратегических задач Изучение прибыльности различных маркетинговых структур и экономической эффективности различных маркетинговых расходов Критически оценивать результаты маркетинговой деятельности	Отсутствие умений	Пороговый
			Частично освоенное умение	
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение	
	Успешное и систематическое умение	Продвинутый		
	владеет (высокий)	Методами управления корпоративными финансами для решения стратегических задач Методами формирования маркетингового бюд-	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели			
		жета для решения стратегических задач Навыками представлять отчет, включающий рекомендации на краткосрочную и долгосрочную перспективу.	В целом успешное, но не систематическое владение В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение Успешное и систематическое владение	Базовый Продвинутый			
ПК – 6 - способность действовать проективно на основе разработки инновационных решений в различных областях управления	знает (пороговый уровень)	Подходы к проектированию, разработке проектов Подходы к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций Подходы к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров Подходы к проектированию и разработке бренд-технологий	Отсутствие знаний Фрагментарные знания Неполные знания Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Пороговый Базовый			
	умеет (продвинутый)	Находить инновационные идеи при проектировании 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	Отсутствие умений Частично освоенное умение	Пороговый			
			В целом успешное, но не систематическое умение В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение	Базовый			
			Успешное и систематическое умение	Продвинутый			
			владеет (высокий)	Навыками проектирования, разработки проектов Навыками оценки прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций Навыками прогнозирования и проектирования ассортимента товаров Навыками проектирования и разработки бренд-технологий	Не владеет Фрагментарное владение	Пороговый	
	В целом успешное, но не систематическое владение В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	Базовый					
	Успешное и систематическое владение	Продвинутый					
	ПК – 2 - способ-	знает (порого-			Подходы к разработке проектов по формирова-	Отсутствие знаний	Пороговый



Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	высший уровень)	<p>на новые рынки товаров и услуг</p> <p>Корпоративные стратегии</p> <p>Подходы к разработке корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений</p>	Фрагментарные знания	
			Неполные знания	Базовый
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	
			Сформированные и систематические знания	Продвинутый
	умеет (продвинутый)	<p>Разрабатывать проекты по формированию новых рынков товаров и услуг</p> <p>Разрабатывать корпоративную стратегию,</p> <p>Разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию</p>	Отсутствие умений	Пороговый
			Частично освоенное умение	
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение	
			Успешное и систематическое умение	Продвинутый
	владеет (высокий)	<p>Навыками разработки проектов по формированию новых рынков товаров и услуг</p> <p>Составить план последовательных шагов (дорожную карту) для достижения заданного результата.</p> <p>Способностью разрабатывать корпоративную стратегию</p> <p>Навыками разработки программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию</p>	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
			Успешное и систематическое владение	Продвинутый
	ПК – 7 - способность комплексного использования инструментов проектного и процессного менеджмента для решения стратегических и тактических задач управле-	знает (пороговый уровень)	<p>Информационное и технологическое обеспечение профессиональной деятельности</p> <p>Концепции управления маркетингом</p> <p>Стратегическое планирование бизнес-единицы</p>	Не владеет
Фрагментарное владение				
В целом успешное, но не систематическое владение				Базовый
В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение				
Успешное и систематическое владение				Продвинутый

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
ния организации	умеет (продвинутый)	Разрабатывать и реализовывать проекты в области информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности Разрабатывать бизнес-портфели и стратегии роста	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
			Успешное и систематическое владение	Продвинутый
	владеет (высокий)	Навыками проектирования и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности Применять методы эффективного анализа, разработки стратегии и действий по ключевым концепциям для построения прочных отношений с клиентами	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
			Успешное и систематическое владение	Продвинутый
ПК-9 - владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	знает (пороговый уровень)	Методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде Методы стратегического анализа Значение понятия «продолжительность жизни клиента»	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
			Успешное и систематическое владение	Продвинутый
	умеет (продвинутый)	Применять тактические инструменты, чтобы создать максимальную ценность для целевых клиентов, чтобы максимизировать прибыль Применять методы стратегического анализа при разработке стратегии Определить несколько возможных целевых сегментов в для сегментирования потребительских рынков, бизнес-рынков и международных рынков Описать макроэкологические факторы, влияющие на способность компании обслуживать	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
			Успешное и систематическое владение	Продвинутый

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
		своих клиентов		
	владеет (высокий)	<p>Методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде,</p> <p>Методами сегментирования рынка для выявления целевых сегментов потребительских рынков, бизнес-рынков и международных рынков,</p> <p>Навыками оценки конкурентоспособности товаров и предприятий</p>	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
Успешное и систематическое владение	Продвинутый			
ПК-13 - способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	знает (пороговый уровень)	<p>Этапы разработки программы маркетинговых исследований</p> <p>Виды исследований по выявлению и решению маркетинговых задач менеджмента</p> <p>Направления исследований факторов внешней среды</p> <p>Показатели для исследования внешней среды; формы составления отчета об исследовании.</p>	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
	Успешное и систематическое владение	Продвинутый		
	умеет (продвинутый)	<p>Подходы к определению решаемой задачи;</p> <p>Проведение экспертных опросов, для выявления тенденций рынка;</p> <p>Формировать выборку в соответствии с целями исследования и работать с ней.</p> <p>Собирать информацию из вторичных источников;</p> <p>Использовать различные методы сбора информации для получения первичных данных;</p>	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
	Успешное и систематическое владение	Продвинутый		
	владеет (высокий)	<p>Проводить количественные и качественные исследования;</p> <p>Навыками проведения независимых исследований в соответствии с исследовательской программой</p> <p>коммуникативными навыками для реализации программы маркетинговых исследований</p>	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
В целом успешное, но не систематическое владение			Базовый	
В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение				
Успешное и систематическое владение	Продвинутый			
ПК-10 - способ-	знает (порого-	Этапы процесса научного и маркетингового	Не владеет	Пороговый

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
ность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	выш уровень)	исследования; Методы критического анализа для оценки исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями Подходы к разработке интеллектуальных карт.	Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
			Успешное и систематическое владение	Продвинутый
	умеет (продвинутый)	Работать с электронными российскими и зарубежными базами данных и библиотечными каталогами; Проводить предварительный и углубленный анализ данных; Строить майнд-карты; Применять методы научных исследований для нестандартного решения поставленных задач Критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
			Успешное и систематическое владение	Продвинутый
	владеет (высокий)	Методологией и методикой проведения научных исследований; Навыками самостоятельной научной и исследовательской работы Способностью обобщать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями и критически их оценивать	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение				
Успешное и систематическое владение			Продвинутый	
ПК-12 - способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного ис-	знает (пороговый уровень)	Сущность актуальности, понятие теоретической и практической значимости избранной темы научного исследования Понятийный аппарат научных и маркетинговых исследований; Значение маркетинговых исследований в управлении предприятием.	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными	

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
следования			ошибками владение	
			Успешное и систематическое владение	Продвинутый
	умеет (продвинутый)	Применять известные методы научных исследований, Умение представлять результаты исследований учёных по изучаемой проблеме и собственных исследований, Выявлять перспективные направления научных исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы Разработать подход к маркетинговым исследованиям,	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
	Успешное и систематическое владение	Продвинутый		
	владеет (высокий)	Подходом к научным и маркетинговым исследованиям Навыками обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение				
Успешное и систематическое владение	Продвинутый			
ПК – 14 - способность применять методы организации исследований и исследовательские стратегии	знает (пороговый уровень)	Задачи и методы исследования рынка; виды исследовательских проектов Процесс маркетинговых исследований; Показатели для изучения состояния окружающей среды; Методы количественных и качественных исследований	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение	
	Успешное и систематическое владение	Продвинутый		
	умеет (продвинутый)	Выделить тенденции рынка; Проводить количественные и качественные исследования Проводить анализ влияния глобальных сил и макрофакторов на деятельность компании; Разработать программу маркетинговых исследований;	Не владеет	Пороговый
			Фрагментарное владение	
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый
В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение				

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели	
		<p>Определить факторы, влияющие на развитие рынка и предприятия различных сфер деятельности;</p> <p>Определять способы реагирования на маркетинговую среду</p>	Успешное и систематическое владение	Продвинутый	
	владеет (высокий)	<p>Методами маркетинговых исследований;</p> <p>Подходами к изучению влияния факторов внешней среды на деятельность предприятия и тенденции;</p> <p>Инструментами анализа тенденций развития навыков рынка, определения перспектив развития рынка управленческих решений</p>	Не владеет	Пороговый	
			Фрагментарное владение		Базовый
			В целом успешное, но не систематическое владение		
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение		
Успешное и систематическое владение	Продвинутый				

## **Шкала оценивания и критерии оценки результатов защиты отчета по практике**

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**

<b>Оценка</b>	<b>Требования к сформированным компетенциям</b>
«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 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

## Критерии оценки (устный ответ)

✓ 5 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.

✓ 4 - балла - 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.

✓ 3- балла - 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.

✓ 1-2 балла - 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 последователь-



ности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

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 учебной практике по получению первичных профессиональных умений и навыков**

Для оформления результатов преддипломной 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 преддипломной 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 преддипломной практике. В отчете должно быть содержательно отражено выполнение всех пунктов индивидуального зада-

ния, 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 1.

Отчет о прохождении преддипломной практики магистров 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.
13. Приложения.

Образец оформления титульного листа отчета о практике приведен в приложении 1.

Объем отчета о преддипломной 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 преддипломной 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. (в соответствии с требованиями 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.

Отчет о прохождении преддипломной практики магистрант 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 магистранта 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;
- разработанный методический подход к исследованию проблемы (оценке конкурентоспособности, анализу спроса и т.п.);
- майнд-карту, которая оформляется в виде схемы смысловых понятий.
- предварительные результаты анализа поставленной проблемы, или проект методики для проведения маркетингового исследования, или предварительные рекомендации по решению консалтинговой задачи и т.п.

## **10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ**

### **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. Маркетинговый анализ: Учебное пособие / Н.А. Казакова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 240 с. Режим доступа - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=455015>
5. 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>
6. 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>
7. 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. <http://znanium.com/bookread2.php?book=407668>
8. 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>
9. 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>
10. Секерин, В.Д. Инновационный маркетинг: Учебник / В.Д. Секерин В. Д. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 237 с. Режим доступа - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=519568>
11. 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>

12. 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>

13. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик: Учебное пособие / Т.Н. Рыжикова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 288 с. Режим доступа - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=424027>

14. 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**

*(печатные и электронные 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. Памбухчянц - 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. 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>)

4. Иванов, Г.Г. Мерчандайзинг: Учебное пособие / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 152 с. Режим доступа - URL: (<http://znanium.com/bookread2.php?book=443903>)

5. 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>)

6. 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>)

7. 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>)

8. 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>)

9. 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>)

10. 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<sup>о</sup>», 2012. - 448 с. Режим доступа - URL: Режим доступа - URL: (<http://znanium.com/bookread2.php?book=415400>)

11. 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>)

12. 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>)

13. 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>)

14. 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>)

15. 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>)

16. 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>)

17. 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>

18. 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>)

19. 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>)

20. 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>)

21. 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/](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. Блог о сфере маркетинга. На сайте постоянно публикуются статьи образовательного характера, также в ближайшем будущем планируется публикация кейсов. <http://marketing-now.ru>.

2. Информационный портал «Торговый маркетинг» - содружество русскоязычных специалистов по торговому маркетингу, [БТЛ](#) и стимулированию сбыта; учебное пособие для начинающих трейд-маркетологов; площадка для обсуждения актуальных проблем торгового маркетинга: [промо акции](#), [мерчандайзинг](#), [выкладка товара](#), [управление запасами](#), [рекламные материалы](#); возможность получить и дать безвозмездную консультацию по вопросам, касающимся торгового маркетинга и стимулирования сбыта, написать личное сообщение члену сообщества; источник свежих цеховых новостей; место поиска работы, сотрудников и исполнителей проектных заданий. <http://trademarketing.ru>.

3. Информационный портал, на котором публикуются статьи и обсуждаются вопросы о маркетинге и менеджменте. <http://market-manager.ru>.

4. Компания Продажи.ру содействует владельцам и топ-менеджерам компаний в повышении эффективности бизнеса. Продажи.ру специализируется на

- проведении корпоративных тренингах, семинарах и бизнес-консалтинге. <http://prodaji.ru>.
5. Информационный портал «Мерчандайзинг», на котором публикуются статьи образовательного характера в области мероприятий по мерчандайзингу. <http://www.merchandising.ru>.
6. Сайт консалтинговой группы «Супер-розница». Сайт, на котором представлена совместная база опыта разработки и применения розничных технологий, которая позволяет оказывать информационную поддержку по актуальным вопросам управления магазином и в повышении эффективности собственного магазина, прежде всего в области обслуживания покупателей. Представлена информация о её деятельности, прочитаете статьи и другие информационные материалы, узнаете, где можно купить полезную литературу, какие обучающие программы можно посетить, а также сможете пообщаться в форуме с коллегами по розничному цеху. <http://www.retailclub.ru>.
7. Ресурс «Инновации и предпринимательство» создан для информационной поддержки предпринимателей и фирм, занятых в сфере инновационного бизнеса. <http://www.innovbusiness.ru>.
8. Единый информационно-аналитический портал государственной поддержки инновационного развития бизнеса в России. <http://innovation.gov.ru>.
9. Ресурс Научно-практического журнала «Инновации» рассчитан прежде всего на тех, для кого создание и использование новшеств стало частью профессиональной деятельности. Журнал посвящен вопросам развития инновационной деятельности, внедрения научных и технических достижений в хозяйственную практику, особенностям развития научно-технической деятельности в новых условиях, развитию процессов передачи технологий. Главное назначение журнала Редакция видит в оказании информационной поддержки всем, кто принимает управленческие решения на уровне фирмы или отрасли, региона или федерации, всем участникам инновационных процессов, идущих в России. <http://innov.etu.ru>.

10. Областное казённое учреждение «Агентство по инновациям и развитию» - специализированная организация в сфере инноваций, занимающаяся оценкой, сопровождением и внедрением инновационных проектов. Совместно с органами государственной власти и субъектами инновационной инфраструктуры Агентство обеспечивает создание благоприятных условий для развития конкурентной среды в инновационной сфере и поддержку малого и среднего предпринимательства с целью формирования современной национальной инновационной системы. <http://www.innoros.ru/about>.

11. Портал «9000 инноваций» — это краудсорсинговый проект, позволяющий участвовать в продвижении инновационных разработок, продукции или услуг неограниченного числа лица. Миссия портала — создание информационной площадки для: объединения широкой аудитории, заинтересованной в продвижении [НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ИННОВАЦИЙ](#); маркетингового продвижения предприятий и организаций, их продукции, услуг; организации информационного сопровождения этих процессов. <http://9000innovations.ru/o-portale>.

#### **ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ**

Для полноценного прохождения преддипломной практики студенту необходимо использовать компьютер с доступом в сеть Интернет.

Во время прохождения преддипломной практики обучающийся может использовать современную аппаратуру и средства обработки данных (компьютеры, вычислительные комплексы, разрабатываемые программы и пр.), которые находятся в соответствующей преддипломной организации.

<b>Место расположения компьютерной техники, на котором установлено программное обеспечение, количество рабочих мест</b>	<b>Перечень программного обеспечения</b>
Компьютерный класс Школы экономики и менеджмента, ауд. G509, на 26 рабочих	7Zip 16.04 – свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных; ABBYY FineReader 11 – пакет программного обеспечения, для распознавания отсканированного текста с последующим его сохранением

<b>Место расположения компьютерной техники, на котором установлено программное обеспечение, количество рабочих мест</b>	<b>Перечень программного обеспечения</b>
мест	<p>Adobe Acrobat Reader DC – пакет программ для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF;</p> <p>ESET Endpoint Security 5 – комплексная защита рабочих станций на базе ОС Windows. Поддержка виртуализации + новые технологии;</p> <p>Far Manager 3 – программа управления файлами и архивами в ОС Windows.</p> <p>Google Chrome – веб-браузер</p> <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), твёрдотельных 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 УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ**

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:

<b>Наименование оборудованных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Перечень основного оборудования</b>
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	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-

<b>Наименование оборудованных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Перечень основного оборудования</b>
библиотеки ДВФУ с открытым доступом к фонду (корпус А - уровень 10)	4150Т, 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 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:**

Доцент кафедры маркетинга, коммерции  
и логистики  
А.А. Напалкова

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

**Форма титульного листа отчета о прохождении преддипломной  
практики**



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 преддипломной практики

Выполнил студент гр. М1218-  
38.04.02см

\_\_\_\_\_ А.Д. Иванов

Отчет защищен:  
с оценкой \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ И.О. Фамилия  
подпись

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Регистрационный № \_\_\_\_\_

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_ И.О. Фамилия  
подпись

Руководитель практики  
к.э.н., доцент кафедры  
маркетинга, коммерции и логистики

\_\_\_\_\_ Л.О. Иванов

Практика пройдена в срок  
с «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
по «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
в \_\_\_\_\_

г. Владивосток  
20\_\_



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

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

**ДНЕВНИК**

**прохождения преддипломной практики**  
 магистранта 2 курса группы М1218-38.04.02см  
 Школы экономики и менеджмента  
 Дальневосточного федерального университета  
 направления подготовки 38.04.02 Менеджмент  
 профиль «Стратегический маркетинг»

**Сорокина Игоря Юрьевича**

<b>Период</b>	<b>Выполняемая работа</b>	<b>Подпись руководителя практики</b>

Руководитель практики

Л.О. Иванов

Дата  
 М.П.





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

---

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

**ХАРАКТЕРИСТИКА**

магистранта 2 курса группы М1218-38.04.02см  
Школы экономики и менеджмента  
Дальневосточного федерального университета  
направления подготовки 38.04.02 Менеджмент  
профиль «Стратегический маркетинг»  
**Сорокина Игоря Юрьевича**

Руководитель практики

Л.О. Иванов

Дата  
М.П.