



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

Школа экономики и менеджмента

СБОРНИК РАБОЧИХ ПРОГРАММ ПРАКТИК
НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
38.04.02 Менеджмент
Программа магистратуры
Управление бизнесом

Квалификация выпускника – магистр

Форма обучения: очная

Нормативный срок освоения программы

(очная форма обучения): 2 года

Год начала подготовки: 2023

Сборник рабочих программ практик составлен в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 г. №952

Сборник рабочих программ практик обсужден на заседании департамента менеджмента и предпринимательства от «24» ноября 2022г. № 3

Директор Департамента менеджмента и предпринимательства Яшина Е.Н.

Составители: Бабак Л.Н., Хегай Е.В.

Владивосток
2023

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Учебная практика. Научно-исследовательская работа</i>	<i>3</i>
<i>Учебная практика. Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) (Дизайн исследовательского проекта)</i>	<i>21</i>
<i>Производственная практика. Научно-исследовательская работа</i>	<i>48</i>
<i>Производственная практика. Технологическая (проектно- технологическая) практика</i>	<i>81</i>
<i>Производственная практика. Практика в информационно- аналитической и организационно-управленческой деятельности</i>	<i>109</i>



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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
Научно-исследовательская работа
38.04.02 Менеджмент
Программа магистратуры:
Управление бизнесом

Владивосток
2023

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

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

2. ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Задачами учебной практики являются:

- формирование у магистрантов практических навыков работы с научным или аналитическим текстом, его подготовкой, редактированием, и продвижением;
- 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;
- формирование у магистрантов навыков коллективной работы, ведения научной дискуссии и презентации исследовательских результатов;
- обсуждение проектов и исследовательских работ магистрантов.

3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОП

Учебная практика (Научно-исследовательская работа) является составной частью основной профессиональной образовательной программы, входит в «Блок 2. Практики» учебного плана (индекс Б2.О.01(У)) и является обязательной.

Для успешного прохождения учебной практики (научно-исследовательской работы) у студентов должны быть сформированы предварительные компетенции:

- способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;
- способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;
- способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать

свою роль в команде;

– способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);

– способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;

– способность управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

Учебная практика (Научно-исследовательская работа) проходит во 2-м семестре 1-го курса.

Основой для успешного прохождения учебной практики (Научно-исследовательская работа) являются знания, полученные при изучении таких дисциплин, как «Критическое и проектное мышление», «Skills for Study in Economics and Management (Академические навыки в области экономики и менеджмента)», «Глобальная научная коммуникация», «Теория менеджмента».

В результате прохождения учебной практики (научно-исследовательской работы) у обучающихся будут сформированы знания и умения, необходимые для последующего освоения дисциплин:

«Принятие решений», «Бизнес-исследования», «Профессиональные навыки менеджера», дисциплин модулей «Менеджмент и предпринимательство» и «Стратегический маркетинг»

4. ТИПЫ, СПОСОБЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Тип практики – научно-исследовательская работа.

Способ проведения – стационарная.

Форма проведения практики – концентрированная.

В соответствии с графиком учебного процесса практика реализуется во 2-ом семестре на 1 курсе.

Местом проведения практики является Департамент социально-экономических исследований и регионального развития Школы экономики и менеджмента.

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.

5. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ФГОС не предусмотрены	ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	ОПК-1.2 Применяет лучший российский и зарубежный опыт для решения практических и исследовательских задач в сфере управления
ФГОС не предусмотрены	ОПК-5 Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	ОПК-5.1 Разрабатывает планы прикладного и/или фундаментального исследования в области менеджмента, выполнять научно-исследовательские проекты маркетинга и международного бизнеса на основе оценки и обобщения результатов научных исследований, проведенных отечественными и зарубежными авторами
		ОПК-5.2 Обобщает и формулирует выводы, разрабатывает рекомендации по результатам исследований в области менеджмента, маркетинга, российского и международного бизнеса

Планируемые результаты обучения, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников)

Код и наименование индикатора достижения компетенций	Наименование показателя оценивания (результат освоения)
ОПК-1.2 Применяет лучший российский и зарубежный опыт для решения практических и исследовательских задач в сфере управления	Знает основы выстраивания логически правильных рассуждений, правила подготовки и произнесения публичных речей, в том числе, с использованием информационно-коммуникационных технологий
	Умеет лексически и грамматически правильно, логично и последовательно порождать устные высказывания в ситуациях межкультурного профессионального общения
	Умеет составлять текст публичного выступления по результатам академической и профессиональной деятельности и воспроизводить его, в том числе, используя информационно-коммуникационные технологии
ОПК-5.1 Разрабатывает планы прикладного и/или фундаментального исследования в области менеджмента, маркетинга и международного бизнеса на основе оценки и обобщения результатов научных исследований, проведенных отечественными и зарубежными авторами	Знает методы критического анализа и оценки современных научных достижений
	Умеет обобщать результаты экономических исследований, полученные российскими и зарубежными исследователями
	Умеет использовать электронные библиотечные системы для поиска необходимой научной литературы и социально-экономической статистики
ОПК-5.2 Обобщает и формулирует выводы, разрабатывает рекомендации по результатам исследований в области менеджмента, маркетинга, российского и международного бизнеса	Знает суть понятий «жанр письменной академической коммуникации» и об академических жанрах письменной коммуникации (включая электронный формат) в российских и зарубежных университетах
	Умеет реферировать академический текст, а также аннотировать различные академические тексты с учетом языковой сферы их функционирования
	Умеет вести академическую переписку (включая электронную), следуя социокультурным нормам и формату официальной и неофициальной корреспонденции на русском и на иностранных языках

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ, В ТОМ ЧИСЛЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

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 2 недели, 3 зачётных единицы, 108 часов.

№ п/п	Этапы практики	Виды работ на практике, в том числе практическая подготовка и самостоятельная работа студентов	Трудоемкость (в часах)	Форма текущего контроля
1	Открытие тренинга (мотивация, методика, структура, правила)	Мини-лекция, вопросы-ответы	2	ГЗ-2
2	Работа с ожиданиями участников	Фасилитация, игра	2	
3	Модели и принципы академического письма	Лекция (Гамбургер, 3-D+)	2	
4	Техники организации интеллектуальной деятельности	Тренинг (Свободное письмо, выжимка, вопросы, кластеры др). Мини-лекция (мнения, факты, тезис)	1	
5	Информационная грамотность	Мини-лекция (Scopus, WOS, РИНЦ).	1	
6	Организация (структура) текста	Мини-лекция, Самостоятельная работа	2	
7	Организация (структура) текста	Групп. дискуссия, мини- лекция (аннотация), самост. работа	3	ГЗ-3
8	Информационная грамотность	Игра "Тур" (презентация ГЗ №1.1. Progr. продукты)	2	ГЗ-1.1.
9	Стиль академического текста	Лекция. Самостоятельная работа	2	ГЗ-4
10	Организация и стиль текста	Самостоятельная работа (ГЗ №5)	2	ГЗ-5
11	Организация и стиль текста	Дискуссия	1	
12	Планирование больших академических текстов Синописис	Мини-лекция (до 10-30), затем - самостоятельная работа	2	
13	Фандрайзинг	Лекция Деловая игра	2	
14	Организация и стиль текста	Самостоятельная работа	2	ГЗ-5 ГЗ-6
15	Организация, стиль и Синописис	Самостоятельная работа	2	ГЗ-6 ГЗ-1.2
16	Организация, стиль и Синописис	Самостоятельная работа (анализ "синопсисов")	2	ГЗ-6
17	Синописис	Презентации (по схеме 3-3-3-3). Оценивание устного и письменного синопсисов Игра "Диссертационный совет"	6	ГЗ-6 ГЗ-1.2 ИЗ-1

		(презентация задания №6) Завершение игры и закрытие Тренинга		
18	Отчёт по практике	Подготовка отчёта по практике	72	ИЗ-2

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

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.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ НА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ

Учебная практика (Научно-исследовательская работа) проводится в форме тренинга (недельной интенсивной работы), то есть большая часть аудиторной учебной нагрузки приходится на первую неделю, в начале семестра. Во время учебной практики аудиторная нагрузка в рамках других дисциплин учебного плана не ставится.

В силу сопряженности учебной практики (Научно-исследовательская работа) с проектной деятельностью (научно-исследовательской работой магистранта) установлен следующий график учебного процесса: практические занятия в рамках занятий 1-17 проводятся в течение первой недели весеннего семестра, практические занятия в рамках темы 18 (контрольная работа и защита отчёта по практике) проводятся в конце учебного семестра.

В связи с особенностями временной организации учебной практики (Научно-исследовательская работа) студентам рекомендуется быть максимально собранными и выполнять все задания в отведенный срок. Стоит учитывать, что 50 баллов, т.е. 50% всего рейтинга формируется в течение интенсивной недели, из них 30 баллов (30%) – за выполнение групповой самостоятельной работы. Передачи или защиты презентаций, предоставленных за пределами контрольных точек без уважительной причины, невозможны.

После недельного «интенсива» студенты приступают к чтению рекомендованной научной литературы и написанию академического эссе. На подготовку эссе отводится 4 учебных недели. Соответственно дедлайн для опубликования эссе – пятница, 12:00 местного времени 4 недели, следующей за интенсивом. После дедлайна задания не принимаются.

Контрольная работа по теоретической части курса проводится на 4 неделе, следующей за интенсивом.

Защита индивидуальных академических проектов осуществляется на 8 неделе, следующей за интенсивом. Соответственно рекомендуется приступить к работе над индивидуальным академическим проектом сразу после окончания интенсивной недели и при необходимости воспользоваться выделенными часами консультаций преподавателя.

На неделях с 9 по 18 студенты, сдавшие все задания в срок, но не получившие максимальный или желаемый балл могут доработать свои презентации/техническое задание/дизайн исследовательского проекта и представить преподавателю повторно, но не более 1-го раза.

Описание последовательности действий обучающихся

Начиная изучение содержания учебной практики, студенту необходимо: – ознакомиться с тайм-планом практики и программой практики;

– получить доступ к электронным материалам курса (в т.ч. презентациям лекций, шаблонам для подготовки презентаций и т.п.);

– разобраться в структуре рейтинга учебной практики, в системе распределения учебного материала по видам занятий;

– скачать триал-версии программных продуктов QDA-miner и SPSS statistics;

– изучить список рекомендуемой литературы, подготовить и опубликовать обязательные академические эссе, а также индивидуальный проект и инструментарий к нему.

При подготовке к занятиям необходимо руководствоваться нормами времени на выполнение заданий.

Рекомендации по работе с литературой

При подготовке к практическим занятиям вначале прочитайте рекомендованный научно-популярный (эмпирический текст), затем – рекомендованную научную литературу.

При работе над академическим эссе выберите один из четырех вариантов, внимательно прочтите вопрос/утверждение эссе. Начните чтение с основной рекомендованной литературы (выделено *), сделайте краткий структурный конспект, сформулируйте тезис. После этого переходите к чтению дополнительной литературы.

Разъяснения по работе с электронным учебным курсом

Вся информация по учебной практике находится на электронных носителях. На них содержится информация:

- О курсе;
- Рабочая программа учебной дисциплины;
- Преподаватели курса;
- Презентации лекций;
- Материалы для практических занятий;
- Материалы для организации самостоятельной работы студентов;
- и др.

Студент может воспользоваться этим ресурсом в случае отсутствия на занятиях, для повторения пройденного материала, для закрепления материала, для самостоятельной работы, для контроля и проверки знаний, для подготовки к практическим занятиям, для подготовки к зачету, для общения с преподавателем, для передачи домашних, самостоятельных работ преподавателю.

Рекомендации по самостоятельной работе студентов

Текущая и опережающая СРС, направленная на углубление и закрепление знаний, а также развитие практических умений заключается в:

- работе студентов с лекционным материалом (презентациями), поиске и анализе учебной, научно-популярной и научной литературы и электронных источников информации по изучаемым темам дисциплины;
- выполнении домашних (самостоятельных) индивидуальных и коллективных заданий;
- подготовке презентаций и файлов с текстовым описанием каждого слайда;
- освоении технологий взаимодействия с заданными интернет-ресурсами и их использования для решения практических задач.

8. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ), включая перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе выполнения заданий по учебной практике. Научно-исследовательской работе.

№ п/п	Контролируемые разделы учебной (производственной) практики	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Индивидуальное задание на учебную (производственную) практику	ОПК-1.2 Применяет лучший российский и зарубежный опыт для решения практических и исследовательских задач в сфере управления	Знает как использовать современный теоретический и эконометрический инструментарий для выбора и обоснования адекватного метода исследования Знает как осуществить исследование и представить его результаты в виде полноценного научного текста, статьи Умеет сформулировать исследовательский вопрос (цель и задачи исследования); Умеет позиционировать собственное исследование в соответствующей научной литературе	ГЗ-1.1 ГЗ-1.2 ГЗ-2 ГЗ-3	-
		ОПК-2.1 Осуществляет поиск, анализ и оценку профессионально значимой информации, в том числе в страновом и региональном разрезе	Знает источники вторичной информации и методы организации сбора первичной информации Умеет сформировать и представить в письменной и/или устной форме отчет о своей и	ГЗ-4 ГЗ-5	-

№ п/п	Контролируемые разделы учебной (производственной) практики	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
			и/или командной работе Умеет проводить сбор анализ, синтез и интерпретацию информации в зависимости от ее типа и содержания; Умеет расставить приоритеты задач и этапов своей и/или командной деятельности, исходя из имеющихся ресурсных возможностей и ограничений		
2	Выполнение отчета по учебной (производственной) практике	ОПК-5.1 Разрабатывает планы прикладного и/или фундаментального исследования в области менеджмента, маркетинга и международного бизнеса на основе оценки и обобщения результатов научных исследований, проведенных отечественными и зарубежными авторами	Знает методы критического анализа и оценки современных научных достижений Умеет обобщать результаты исследований в менеджменте, полученные российскими и зарубежными исследователями	ГЗ-6 ИЗ-1	-
3	Защита отчета по практике	ОПК-5.1 Разрабатывает планы прикладного и/или фундаментального	Знает методы критического анализа и оценки современных научных	-	ИЗ-2

№ п/п	Контролируемые разделы учебной (производственной) практики	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
		исследования в области менеджмента, маркетинга и международного бизнеса на основе оценки и обобщения результатов научных исследований, проведенных отечественными и зарубежными авторами	достижений Умеет обобщать результаты исследований в менеджменте, полученные российскими и зарубежными исследователями		

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

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ (включая основную и дополнительную литературу)

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Базылев, В. Н. Академическое «письмо». Теоретические и прикладные аспекты: в 2 ч. Ч. 1 : монография / В. Н. Базылев. - 2-е изд., перер.- Москва : ФЛИНТА, 2016. — 160 с. - ISBN 978-5-9765-2614-3. - Текст :электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1088735>
2. Базылев, В. Н. Академическое «письмо». Теоретические и прикладные аспекты: в 2 ч. Ч. 2 : монография / В. Н. Базылев. - 2-е изд., перер.- Москва : ФЛИНТА, 2016. - 276 с. - ISBN 978-5-9765-2615-0. - Текст :электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1088737>
3. Котюрова, М.П. Культура научной речи: текст и его редактирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / М.П. Котюрова, Е.А. Баженова. – Электрон. дан. – Москва : ФЛИНТА, 2016. – 280 с. – Режим доступа:

<https://e.lanbook.com/book/84360>.

4. Письменные работы научного стиля : учеб. пособие / Л.Н. Авдони́на, Т.В. Гусева. – М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2018. – 72 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/924634>

5. Письменные работы научного стиля: Учебное пособие / Авдони́на Л.Н., Гусева Т.В. - М.:Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 72 с.: 60x88 1/16. - (Высшее образование) (Обложка. КБС) ISBN 978-5-91134-670-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/563093>

6. Цитирование как метод сопровождения и обеспечения научного исследования : монография / И.В. Понкин, А.И. Редькина. – М. : ИНФРА-М, 2019. –86 с. – (Научная мысль). – www.dx.doi.org/10.12737/10.12737/monography_5bffa313a6f0b3.99378392. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1002818>

Дополнительная литература

(печатные и электронные издания)

1. Методология научного исследования: учебник / А.О. Овчаров, Т.Н. Овчарова. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 304 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. – (Высшее образование: Магистратура). – www.dx.doi.org/10.12737/357. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/894675>

2. Методология социального исследования: учеб. пособие / А.В. Лубский. – М. : ИНФРА-М, 2018. – 154 с. – (Высшее образование: Магистратура). – www.dx.doi.org/10.12737/23471. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/925471>

3. Научная деятельность студентов: системный анализ: монография / В.В. Байлук. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 145 с. – (Научная мысль). – www.dx.doi.org/10.12737/monography_5a66e4bb1b0ef9.56606696. - Режимдоступа: <http://znanium.com/catalog/product/948030>

4. Научные исследования и разработки. Экономика фирмы. №1(2)/2013:

Научно-практический журнал / Гл. ред. А.П. Гарнов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013.
- 64 с.: 60x90 1/16. (обложка) - Режим доступа:
<http://znanium.com/catalog/product/416802>

5. Основы научных исследований (Общий курс): Учебное пособие / Космин В. В. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 227 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Магистратура) (Переплёт) ISBN 978-5-369-01464-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/518301>

6. Основы научных исследований / Кузнецов И.Н., - 4-е изд. -М.: Дашков и К, 2018. - 284 с.: ISBN 978-5-394-02952-3 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415064>

7. Подготовка и редактирование научного текста [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / сост. Перфильева Н.П.. – Электрон. дан. – Москва: ФЛИНТА, 2015. – 116 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/74632>

8. Как писать научный текст: опыт Школы молодого автора: учеб.- метод. пособие / Н.А. Дидковская, В.И. Дятлов, Н.В. Липатова, С.А. Панарин; сост. и отв. ред.: Сергей Панарин. – Иркутск: Оттиск, 2012

9. Короткина И.Б. Академическое письмо: процесс, продукт и практика. Учебное пособие для вузов. М.: Юрайт, 2015

10. Радаев В.В. Как организовать и представить исследовательский проект: 75 простых правил. М.: ГУ-ВШЭ, ИНФРА-М, 2001

11. Ярская-Смирнова Е. Создание академического текста: учеб. пособие для студентов и преподавателей вузов. М.: ООО «Вариант»: ЦСПГИ, 2013.

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/>

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ 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:

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 (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.



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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) (Дизайн исследовательского проекта)
38.04.02 Менеджмент
Программа магистратуры:
Управление бизнесом

Владивосток
2023

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Целями учебной практики (Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно- исследовательской работы) (Дизайн исследовательского проекта)) являются приобретение магистрантами практических навыков в академической/ научной и аналитической/ прикладной деятельности в сфере управления бизнесом. В ходе практики студентам предстоит освоить базовые знания и умения дизайна и проведения академических и прикладных исследований, сформировать системного представления о природе исследования, его основных типах, этапах и методах, развитие культуру исследовательской работы и подготовки научных работ и статей.

2. ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Задачами учебной практики (Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно- исследовательской работы) (Дизайн исследовательского проекта)) являются:

- формирование у магистрантов практических навыков работы с научным или аналитическим текстом, его подготовкой, редактированием, и продвижением;
- 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;
- формирование у магистрантов навыков коллективной работы, ведения научной дискуссии и презентации исследовательских результатов;
- обсуждение проектов и исследовательских работ магистрантов.

3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОП

Учебная практика (Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) (Дизайн исследовательского проекта)) является составной частью основной профессиональной образовательной программы, входит в обязательную часть «Блок 2. Практики» учебного плана (индекс Б2.О.02(У)).

Для успешного прохождения учебной практики (Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) (Дизайн исследовательского проекта)) у студентов должны быть сформированы предварительные компетенции:

- способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий;
- способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла;
- способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели;
- способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия;
- способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия;
- способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.

Учебная практика (Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) (Дизайн исследовательского проекта)) проходит во 2-м семестре 1-го курса.

Основой для успешного прохождения учебной практики (Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) (Дизайн исследовательского проекта)) являются знания, полученные при изучении таких дисциплин, как «Критическое и

проектное мышление», «Skills for Study in Economics and Management (Академические навыки в области экономики и менеджмента)», «Глобальная научная коммуникация», «Теория менеджмента».

В результате прохождения учебной практики (Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) (Дизайн исследовательского проекта)) у обучающихся будут сформированы знания и умения, необходимые для последующего освоения дисциплин: «Принятие решений», «Бизнес-исследования», «Lean StartUp/Предпринимательство», дисциплин модулей «Менеджмент и предпринимательство» и «Стратегический маркетинг».

4. ТИПЫ, СПОСОБЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Тип практики – Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) (Дизайн исследовательского проекта)

Способ проведения – стационарная.

Форма проведения практики – рассредоточенная.

В соответствии с графиком учебного процесса практика реализуется во 2-ом семестре на 1 курсе.

Местом проведения практики является Департамент социально-экономических исследований и регионального развития Школы экономики и менеджмента.

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.

5. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Результаты обучения по каждой практике должны быть соотнесены с установленными в ОПОП ВО индикаторами достижения компетенций. Совокупность запланированных результатов обучения по практике должна обеспечивать формирование у выпускника всех компетенций, установленных ОПОП ВО по практике.

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ФГОС не предусмотрены	ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (над продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления;	ОПК-1.2 Применяет лучший российский и зарубежный опыт для решения практических и исследовательских задач в сфере управления
ФГОС не предусмотрены	ОПК-2 Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач;	ОПК-2.1 Осуществляет поиск, анализ и оценку профессионально значимой информации, в том числе в страновом и региональном разрезе

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ФГОС не предусмотрены	ОПК-5 Разрабатывает планы прикладного и/или фундаментального исследования в области менеджмента, маркетинга и международного бизнеса на основе оценки и обобщения результатов научных исследований, проведенных отечественными и зарубежными авторами	ОПК-5.1 Разрабатывает планы прикладного и/или фундаментального исследования в области менеджмента, маркетинга и международного бизнеса на основе оценки и обобщения результатов научных исследований, проведенных отечественными и зарубежными авторами

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата освоения)
ОПК-1.2 Применяет лучший российский и зарубежный опыт для решения практических и исследовательских задач в сфере управления	Знает как использовать современный теоретический и эконометрический инструментарий для выбора и обоснования адекватного метода исследования
	Знает как осуществить исследование и представить его результаты в виде полноценного научного текста, статьи
	Умеет сформулировать исследовательский вопрос (цель и задачи исследования); Умеет позиционировать собственное исследование в соответствующей научной литературе
ОПК-2.1 Осуществляет поиск, анализ и оценку профессионально значимой информации, в том числе в страновом и региональном разрезе	Знает источники вторичной информации и методы организации сбора первичной информации
	Умеет сформировать и представить в письменной и/или устной форме отчет о своей и и/или командной работе
	Умеет проводить сбор анализ, синтез и интерпретацию информации в зависимости от ее типа и содержания; Умеет расставить приоритеты задач и этапов своей и/или командной деятельности, исходя из имеющихся ресурсных возможностей и ограничений
ОПК-5.1 Разрабатывает планы прикладного и/или фундаментального исследования в области менеджмента, маркетинга и международного бизнеса на основе оценки и обобщения результатов научных исследований, проведенных отечественными и зарубежными авторами	Знает методы критического анализа и оценки современных научных достижений
	Умеет обобщать результаты исследований в менеджменте, полученные российскими и зарубежными исследователями

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ, В ТОМ ЧИСЛЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

№ п/п	Этапы практики	Виды работ на практике, в том числе практическая подготовка и самостоятельная работа студентов	Трудоемкость (в часах)	Форма текущего контроля
1.	Тема 1. Исследовательский вопрос: тренинг	Ознакомления с материалами до начала практики,	2	ГЗ-1
2.	Тема 2. Типы исследовательских проектов в зависимости от вида деятельности: теоретическая часть	Подготовка презентации, раскрывающей мотивацию, проблему и исследовательский вопрос по трем типам проектов.	2	ГЗ-1 ГЗ-2
3.	Тема 3. «Мотивация/ проблема/ вопрос»: практическая часть		2	
4.	Тема 4. «Мотивация/ проблема/ вопрос»: презентация результатов		2	
5.	Тема 5. Академическое эссе	Подготовка учебного академического эссе	2	ИЗ-1
6.	Тема 6. Типы исследовательских проектов в зависимости от предмета, целей и типов данных: теоретическая часть	Подготовка презентации, раскрывающей мотивацию, проблему и исследовательский вопрос по трем типам проектов.	2	ГЗ-2
7.	Тема 7. Типы исследовательских проектов в зависимости от предмета, целей и типов данных: практическая часть		2	
8.	Тема 8. Типы исследовательских проектов: презентация результатов		2	
9.	Тема 9. Качественные методы исследования: теоретическая часть	Изучение рекомендованных текстов и научной литературы	2	ГЗ-3 ГЗ-5
10.	Тема 10. Количественные методы исследования: теоретическая часть		2	
11.	Тема 11. Смешанные методы: теоретическая часть		2	
12.	Тема 12. Качественные и количественные данные: практическая часть	Выполнение самостоятельной работы в пакетах прикладных программ QDA-miner и SPSS	4	ГЗ-3 ГЗ-4 ГЗ-5
13.	Тема 13. Дизайн исследовательского проекта: теоретическая часть		2	ГЗ-5
14.	Тема 14. Техническое задание на исследование в социальном/управленческом проекте: презентация результатов	Подготовка технического задания по прикладному (социальному или управленческому проектам), дополненная инструментарием (гайдами, анкетами или описанием вторичных источников)	4	ГЗ-4
15.	Тема 15. Дизайн академического проекта: презентация результатов	Подготовка презентации и отчета по итогам работы над дизайном индивидуального проекта. Защита идеи индивидуального проекта	4	ИЗ-1
16.	Отчёт по практике	Подготовка отчёта по практике	108	ПР-16
17.	Всего:		144	

Тема 1. Исследовательский вопрос: тренинг (2 час.)

Цель – «разогреть аудиторию», снять страхи и опасения, повысить уровень доверия и открытости в группе; сформировать практические навыки задавания исследовательских вопросов.

Последовательность:

До начала практики за неделю студентам высылаются тайм-план учебной практики и ссылки на тексты (с ресурсов типа Постнаука или Арзамас), с которыми они должны ознакомиться заранее (до 1-го занятия).

Например: Аузан А. Изменения как колея// T&P <https://theoryandpractice.ru/posts/8171-auzan>; Колозариди П. Соцсети и интернет: взгляд социолога. Арзамас <https://arzamas.academy/materials/955>; Вахштайн В. Компьютерные игры: взгляд социолога. Арзамас <https://arzamas.academy/materials/947>.

1) Дискуссия на тему «что такое интересный исследовательский вопрос»? Варианты того, как «интересный вопрос» может быть описан/охарактеризован. «Открытый» – предполагающий развернутый ответ и открывающий дискуссию; «проблемный» – спорный, интересно отвечать, «не на проверку знаний»; стилистически корректный – понятно и лаконично сформулирован; актуален – волнует, касается каждого, имеет отношение к «сегодня»; «умеренно масштабный» – должна быть перспектива, возможность развития, но при этом не слишком широкий; «оценочно нейтральный» – не содержит точку зрения или оценочных суждений.

2) Тренинг. Разбить группу на минигруппы по 4-5 чел. Каждый индивидуально формирует по 10 вопросов (о «пластиковой бутылке»). Они зачитываются в группе, и группа выбирает 3 лучших. Затем – вопросы фиксируются на флип-чарте и обсуждаются всей аудиторией. При обсуждении вопросы соотносятся с результатами дискуссии.

3) Исследовательский вопрос. Учитывая прочитанные дома тексты с ресурса Постнауки, а также результаты дискуссии, студенты индивидуально

формулируют «интересные исследовательские вопросы», ответ на которые будут давать в форме академического эссе.

Тема 2. Типы исследовательских проектов в зависимости от вида деятельности: теоретическая часть (2 час.)

Академический, социальный, предпринимательский типы проектов. Особенности исследовательского проекта в зависимости от типа проекта. Мотивация и актуальность. Постановка проблемы. Проблема в академическом, социальном и управленческом/предпринимательском исследовательском проекте.

Тема 3. «Мотивация/ проблема/ вопрос»: практическая часть (2 час.).

Цель – Сформировать практические навыки формулировки мотивации, исследовательской проблемы (противоречия), исследовательского вопроса.

Последовательность:

1) Дискуссия. Относилось ли исследование, прочитанное к практическому занятию к академическому, социальному или управленческому/предпринимательскому типу. Выявите мотивацию проведенного исследования.

2) Разбейтесь на группы по 4-5 чел.

3) Придумайте мотивацию, проблему и вопрос для академического исследования по подобной / близкой теме. Для этого используйте теоретический/обзорный научный текст, прочитанный к практическому занятию (статья В.М.Полтеровича).

4) Придумайте мотивацию, проблему и вопрос для социального проекта по близкой теме.

5) Придумайте мотивацию, проблему, вопрос для предпринимательского проекта.

Тема 4. «Мотивация/ проблема/ вопрос»: презентация результатов (2 час.).

Цель – Сформировать практические навыки формулировки мотивации, исследовательской проблемы (противоречия), исследовательского вопроса
Последовательность:

- 1) Студенты, разбитые на группы, презентуют выполненную работу.
- 2) Дискуссия. Обсудить, в чем основные различия между тремя типами проблем/вопросов.

Обсудить, каковы основные требования для того, чтобы найти «интересный исследовательский академический вопрос»?

Обсудить, когда можно начать утверждать, что научное исследование соответствует «базовому научному протоколу»? Что понимается под вкладом в научную дискуссию?

Тема 5. Академическое эссе (2 час.)

Цель – закрепить полученные знания о мотивации и проблеме исследования через подготовку связного законченного текста; сформировать практические навыки написания академических текстов, в основе которого лежит постановка исследовательского вопроса.

Последовательность работы в технике критического чтения и письма «письмо в зонах» для подготовки академического эссе:

- 1) Отправной точкой является исследовательский вопрос, сформированный на практическом занятии №2.

- 2) Для работы «письмо в зонах» используется один из текстов, который студент прочел в рамках самостоятельной работы. Студенты индивидуально заполняют «зоны». Центр (название), 1 –противоречие (несмотря на..., хотя...), 2 – фокусировка (фраза, слово, образ, сильно привлекли внимание), 3 – центральный тезис (основная мысль, с позиции «за» и «против» или «верю» и «не верю»), 4 – доказательства/аргументы (как, чем автор доказывает свой тезис), 5 – расширение контекста (как можно иначе взглянуть на проблему).

- 3) Задание на дом – написать эссе (по материалам, подготовленным в аудитории).

Тема 6. Типы исследовательских проектов в зависимости от предмета, целей и типов данных: теоретическая часть (2 час.).

По предмету – теоретическое; эмпирическое исследование. По целям – пилотажное/ разведывательное; описательное; аналитическое; интерпретативное исследование. По типам данных – количественные vs качественные; экспериментальные vs наблюдение. Целесообразность и стоимость различных видов исследований.

Тема 7. Типы исследовательских проектов в зависимости от предмета, целей и типов данных: практическая часть (2 час.).

Цель – сформировать навыки планирования академических и прикладных исследований, различая методы, актуальные для пилотажных/ разведывательных; описательных; аналитических и интерпретативных этапов/типов проектов.

Последовательность:

1) Изучите информацию по исследовательским данным/ базам/ проектам, предоставленным преподавателем.

2) Учитывая теоретическую/ обзорную статью, прочитанную к практическому занятию №5, обсудите предоставленный преподавателем материал (3 типа идей/ целей для разных исследований (пилотажное, описательное, аналитическое) в зависимости от 3 типов исследовательских проектов (научные, управленческие, предпринимательские)).

3) Разработайте собственные 3 типа идей/целей в зависимости от 3 типов исследовательских проектов.

4) Задание на дом - подготовить презентацию

Тема 8. Типы исследовательских проектов: презентация результатов (2 час.).

Цель – сформировать навыки планирования академических и прикладных исследований, различая методы, актуальные для пилотажных/ разведывательных; описательных; аналитических и интерпретативных этапов/типов проектов.

Последовательность:

- 1) Студенты, разбитые на группы презентуют выполненную работу.
- 2) Дискуссия. Обсудите, какие типы данных могли бы подойти для каждого из запланированных вами этапов/типов проектов. Как эти данные могут быть получены.

Тема 9. Качественные методы исследования: теоретическая часть (2 час.)

Методы сбора данных (включенное наблюдение, визуальная этнография, глубинные интервью, фокус-группы, кейс-стади). Методы анализа данных (дискурс-анализ, контент-анализ). Задачи и этапы исследования в качественном дизайне.

Тема 10. Количественные методы исследования: теоретическая часть (2 час.)

Виды количественных данных. Сбор первичных данных. Типы экономических данных (пространственные данные, временные ряды, панельные данные). Вторичные – почему лучше использовать базы данных. Анализ количественных данных. Задачи и этапы исследования в количественном дизайне.

Тема 11. Смешанные методы: теоретическая часть (2 час.)

Трудности и недостатки применения количественных и качественных данных. Методология и метод. Философские основания количественных и качественных методов. Дизайн исследования. Что выбрать? Количественный или качественный дизайн? Пример количественного дизайна научного проекта. Пример качественного дизайна научного проекта.

Тема 12. Качественные и количественные данные: практическая часть (4 час.)

Цель – сформировать практические первичные навыки разработки технического задания, а также сбора и анализа качественных и количественных данных.

Студентам предлагается прийти с личными ноутбуками, предварительно скачав trial версии программных продуктов QDA-miner и SPSS.

Последовательность:

1) Знакомство с техническим заданием и инструментарием исследовательских проектов «Работа вахтовым методом на российском Дальнем Востоке», «Структура потребления продуктов питания населением Амурской области».

2) Инструментарий и базы данных в качественном исследовании. План интервью. Выборка в качественном исследовании. Кодирование данных. Книга кодов. Транскрипты. Базы качественных данных.

3) Знакомство с прикладным пакетом анализа качественных данных QDA-miner. Создание базы (описание переменных, книга кодов, кодирование текста). Анализ данных (частоты, пространственная близость кодов, повторяющиеся последовательности кодов, определение или тестирование потенциальных сходств или различий между кодами и тп). Визуализация данных.

4) Инструментарий и базы данных в количественном исследовании. Анкета. Выборка в количественном исследовании. Базы количественных данных.

5) Знакомство с прикладным пакетом анализа качественных данных SPSS. Анализ данных (кросс-таблицы).

6) Задание на дом. Выполнить самостоятельные практические задания:

в программе QDA-miner («интерпретация данных» и «визуализация данных»), в SPSS (частотный анализ, анализ кросс-таблиц, корреляция).

Тема 13. Дизайн исследовательского проекта: теоретическая часть (2 час.)

Базовый научный протокол в академических проектах. Этика исследовательской деятельности. Принципы выбора качественного, количественного, смешанного дизайна. Особенности исследований в

экономических науках, управленческих науках. Особенности прикладных исследований. Техническое задание, программа исследования, заявка на грант для поддержки исследовательский и социального проекта.

Задание на дом. Разбиться на команды. Сформировать техническое задание на исследование в социальном/управленческом проекте согласно предложенному шаблону. Подготовить презентацию.

Тема 14. Техническое задание на исследование в социальном/управленческом проекте: презентация результатов (4 час.).

Цель – сформировать практические навыки планирования прикладных проектов (социальных, управленческих, предпринимательских), а также навыки устной презентации дизайна и (предварительных) результатов исследований.

Последовательность:

- 1) Студенты, разбитые на группы презентуют выполненную работу.
- 2) Дискуссия: для каждой группы назначается группа-дискуссант, в задачи которой входит критический анализ представленного проекта.

Тема 15. Дизайн академического проекта: презентация результатов (4 час.).

Цель – сформировать практические навыки планирования прикладных проектов (социальных, управленческих, предпринимательских), а также навыки устной презентации дизайна и (предварительных) результатов исследований.

Последовательность:

- 1) Контрольная работа по теоретической части учебной практики «Дизайн исследовательского проекта».
- 2) Студенты презентуют выполненную работу по дизайну академического проекта (индивидуальное задание).
- 3) Дискуссия: для каждого студента назначается группа-дискуссант, в задачи которой входит критический анализ представленного проекта.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ НА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ

Учебная практика (Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) (Дизайн исследовательского проекта)) проводится в форме тренинга (недельной интенсивной работы), то есть большая часть аудиторной учебной нагрузки приходится на первую неделю, в начале семестра. Во время учебной практики аудиторная нагрузка в рамках других дисциплин учебного плана не ставится.

В силу сопряженности учебной практики (Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) (Дизайн исследовательского проекта)) с проектной деятельностью (научно-исследовательской работой магистранта) установлен следующий график учебного процесса: практические занятия в рамках тем 1-14 проводятся в течение первой недели весеннего семестра, практические занятия в рамках темы 15 (контрольная работа и защита дизайна индивидуального исследовательского проекта) проводятся в конце учебного семестра.

В связи с особенностями временной организации учебной практики (Учебная практика. Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы) (Дизайн исследовательского проекта)) студентам рекомендуется быть максимально собранными и выполнять все задания в отведенный срок. Стоит учитывать, что 50 баллов, т.е. 50% всего рейтинга формируется в течение интенсивной недели, из них 30 баллов (30%) – за выполнение групповой самостоятельной работы. Передачи или защиты презентаций, предоставленных за пределами контрольных точек без уважительной причины, невозможны.

После недельного «интенсива» студенты приступают к чтению рекомендованной научной литературы и написанию академического эссе. На подготовку эссе отводится 4 учебных недели. Соответственно дедлайн для опубликования эссе – пятница, 12:00 местного времени 4 недели, следующей за интенсивом. После дедлайна задания не принимаются.

Контрольная работа по теоретической части курса проводится на 4 неделе, следующей за интенсивом.

Защита индивидуальных академических проектов осуществляется на 8 неделе, следующей за интенсивом. Соответственно рекомендуется приступить к работе над индивидуальным академическим проектом сразу после окончания интенсивной недели и при необходимости воспользоваться выделенными часами консультаций преподавателя.

На неделях с 9 по 18 студенты, сдавшие все задания в срок, но не получившие максимальный или желаемый балл могут доработать свои презентации/техническое задание/дизайн исследовательского проекта и представить преподавателю повторно, но не более 1-го раза.

Описание последовательности действий обучающихся

Начиная изучение содержания учебной практики, студенту необходимо:

- ознакомиться с тайм-планом практики и программой практики;
- получить доступ к электронным материалам курса (в т.ч. презентациям лекций, шаблонам для подготовки презентаций и т.п.);
- разобраться в структуре рейтинга учебной практики, в системе распределения учебного материала по видам занятий;
- скачать триал-версии программных продуктов QDA-miner и SPSS statistics;
- изучить список рекомендуемой литературы, подготовить и опубликовать обязательные академические эссе, а также индивидуальный проект и инструментарий к нему.

При подготовке к занятиям необходимо руководствоваться нормами времени на выполнение заданий.

Рекомендации по работе с литературой

При подготовке к практическим занятиям вначале прочитайте рекомендованный научно-популярный (эмпирический текст), затем – рекомендованную научную литературу.

При работе над академическим эссе выберите один из четырех вариантов, внимательно прочтите вопрос/утверждение эссе. Начните чтение с основной рекомендованной литературы (выделено *), сделайте краткий структурный конспект, сформулируйте тезис. После этого переходите к чтению дополнительной литературы.

Разъяснения по работе с электронным учебным курсом

Вся информация по учебной практике находится на электронных носителях. На них содержится информация:

- О курсе;
- Рабочая программа учебной дисциплины;
- Преподаватели курса;
- Презентации лекций;
- Материалы для практических занятий;
- Материалы для организации самостоятельной работы студентов;
- и др.

Студент может воспользоваться этим ресурсом в случае отсутствия на занятиях, для повторения пройденного материала, для закрепления материала, для самостоятельной работы, для контроля и проверки знаний, для подготовки к практическим занятиям, для подготовки к зачету, для общения с преподавателем, для передачи домашних, самостоятельных работ преподавателю.

Рекомендации по самостоятельной работе студентов

Текущая и опережающая СРС, направленная на углубление и закрепление знаний, а также развитие практических умений заключается в:

- работе студентов с лекционным материалом (презентациями), поиске и анализе учебной, научно-популярной и научной литературы и электронных источников информации по изучаемым темам дисциплины;
- выполнении домашних (самостоятельных) индивидуальных и коллективных заданий;

– подготовке презентаций и файлов с текстовым описанием каждого слайда;

– освоении технологий взаимодействия с заданными интернетресурсами и их использования для решения практических задач.

8. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ), включая перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе выполнения заданий по учебной практике. Научно-исследовательской работе (получению первичных навыков научно-исследовательской работы) (Дизайн исследовательского проекта)

№ п/п	Контролируемые разделы учебной (производственной) практики	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Индивидуальное задание на учебную (производственную) практику	ОПК-1.2 Применяет лучший российский и зарубежный опыт для решения практических и исследовательских задач в сфере управления	Знает как использовать современный теоретический и эконометрический инструментарий для выбора и обоснования адекватного метода исследования Знает как осуществить исследование и представить его результаты в виде полноценного научного текста, статьи Умеет сформулировать исследовательский вопрос (цель и задачи исследования); Умеет позиционировать собственное исследование в соответствующей научной	ГЗ-1 ГЗ-2	-

№ п/п	Контролируемые разделы учебной (производственной) практики	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
			литературе		
		ОПК-2.1 Осуществляет поиск, анализ и оценку профессиональной значимой информации, в том числе в страновом и региональном разрезе	Знает источники вторичной информации и методы организации сбора первичной информации Умеет сформировать и представить в письменной и/или устной форме отчет о своей и и/или командной работе Умеет проводить сбор анализ, синтез и интерпретацию информации в зависимости от ее типа и содержания; Умеет расставить приоритеты задач и этапов своей и/или командной деятельности, исходя из имеющихся ресурсных возможностей и ограничений	ГЗ-3 ИЗ-1	-
2	Выполнение отчета по учебной (производственной) практике	ОПК-5.1 Разрабатывает планы прикладного и/или фундаментального исследования в области менеджмента, маркетинга и	Знает методы критического анализа и оценки современных научных достижений Умеет обобщать результаты исследований в менеджменте,	ГЗ-5	-

№ п/п	Контролируемые разделы учебной (производственной) практики	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
		международного бизнеса на основе оценки и обобщения результатов научных исследований, проведенных отечественными и зарубежными авторами	полученные российскими и зарубежными исследователями		
3	Защита отчета по практике	ОПК-5.1 Разрабатывает планы прикладного и/или фундаментального исследования в области менеджмента, маркетинга и международного бизнеса на основе оценки и обобщения результатов научных исследований, проведенных отечественными и зарубежными авторами	Знает методы критического анализа и оценки современных научных достижений Умеет обобщать результаты исследований в менеджменте, полученные российскими и зарубежными исследователями	-	ИЗ-2

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

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ (включая основную и дополнительную литературу)

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Байлук, В.В. Научная деятельность студентов: системный анализ: монография / В.В. Байлук. - М.: ИНФРА-М, 2018. -145 с. - Режим доступа:

<http://znanium.com/catalog/product/948030>

2. Ковалёв А.Н. Аргументация как фактор методологической культуры [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Н. Ковалёв. – Электрон. текстовые данные. – СПб. : Санкт-Петербургский юридический институт (филиал) Академии Генеральной прокуратуры РФ, 2015. – 76 с. – 2227-8397. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/65429.html>

3. Методология научного исследования : учебник / А.О. Овчаров, Т.Н. Овчарова. – М. : ИНФРА-М, 2017. – 304 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>]. – (Высшее образование: Магистратура). – www.dx.doi.org/10.12737/357. - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/894675>

4. Методология социального исследования: учеб. пособие / А.В. Лубский. – М. : ИНФРА-М, 2018. – 154 с. – (Высшее образование: Магистратура). – www.dx.doi.org/10.12737/23471. - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/925471>

5. Научная деятельность студентов: системный анализ : монография / В.В. Байлук. – М. : ИНФРА-М, 2018. – 145 с. – (Научная мысль). – www.dx.doi.org/10.12737/monography_5a66e4bb1b0ef9.56606696. - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/948030>

6. Овчарова, О.А. Методология научного исследования: учебник / А.О. Овчаров, Т.Н. Овчарова. - М.: ИНФРА-М, 2017. - 304 с. – Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/894675>

7. Основы научных исследований (Общий курс): Учебное пособие / Космин В. В. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 227 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Магистратура) (Переплёт) ISBN 978-5-369-01464-6 - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/518301>

8. Основы научных исследований / Кузнецов И.Н., - 4-е изд. - М.: Дашков и К, 2018. - 284 с.: ISBN 978-5-394-02952-3 - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/415064>

Дополнительная литература
(печатные и электронные издания)

1. Коэн М., Нагель Э. Введение в логику и научный метод (пер. с англ. П. С. Куслия). – Челябинск: 2010. – 656 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/28706.html>
2. Халперн Дайана. Психология критического мышления. 4-е междунар изд. СПб.: Питер, 2000. – Режим доступа <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:13865&theme=FEFU>
3. Хаперн, Дайана. Психология критического мышления / Дайана Халперн, [пер. с англ. Н. Малыгиной, С. Рысева, Л. Царук]. - 4-е междунар.изд. - Санкт-Петербург: Питер, 2000. - 503с. <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:13865&theme=FEFU>
4. Джексон, Майкл С. Системное мышление: творческий холизм для менеджеров / Майкл С. Джексон ; науч. ред. и [пер. с англ.] Ф. П. Тарасенко ; Национальный исследовательский Томский государственный университет. - Томск: Изд. дом Томского университета, 2016. - 402 с. <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:843754&theme=FEFU>
5. Аузан А. Изменения как колея// Т&Р <https://theoryandpractice.ru/posts/8171-auzan>
6. Иванова А.С. «Черный рынок вокруг магазинов Березка» (отрывок из книги) <https://postnauka.ru/longreads/75423>
7. Полтерович В.М. Трансплантация экономических институтов// Журнал «Экономическая наука современной России», 2001, No. 3, сс.24 -50
8. Рыжова Н. Исследование институтов: междисциплинарный подход// Пространственная экономика, 2014. №4. С. 148-169. http://spatialeconomics.com/eng/images/spatial-econimics/4_2014/SE.2014.4.148-169.Ryzhova.pdf
9. Олейник А. Тоталитаризм рынка?// Неприкосновенный запас 2003, 2(28). <http://magazines.russ.ru/nz/2003/2/olei.html>

10. Научно-инновационные сети в России: опыт, проблемы, перспективы: Монография /Воронина Л. А., Ратнер С. В. - М.: НИЦ ИНФРАМ, 2016. - 254 с.: 60x90 1/16. - (Научная мысль) (Переплёт) ISBN 978-5-16-

011423-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/492269>

11. Научные трансакции: сети и иерархии в общественных науках : монография / А.Н. Олейник ; пер. с англ. А. Акопян ; под науч. ред. В.П.

Макаренко. – М. : ИНФРА-М, 2019. – 300 с. – (Научная мысль). – www.dx.doi.org/10.12737/monography_5bc467f9c006b8.31611531. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/995457>

12. Подготовка кандидатской диссертации по экономике / Гутгарц Р.Д. - М.:Дашков и К, 2017. - 160 с.: ISBN 978-5-394-02252-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/450837>

13. Barnet S., Bedau H. Critical thinking, reading, and writing: A brief guide to argument (7th ed.). Boston – New York, Bedford/St. Martin’s, 562 pp.

14. Salmon M. Introduction to Logic and Critical Thinking (6th ed.). Boston, 2013.

15. Moore N., Parker R. Critical Thinking (9th ed.). NY, 2009.

16. Toulmin S. The uses of argument. Updated edition. Cambridge University Press, New York, 2003.

17. Тулмин С. Человеческое понимание. – Москва: Прогресс, 1984, 327 с.

Тексты для углубленного изучения тем

1. Бююль А., Цёфель П. SPSS: Искусство обработки информации. Анализ статистических данных и восстановление скрытых закономерностей:

Пер. с нем. – СПб.: ДиаСофтЮП, 2005. – 608 с. <http://www.datuapstrade.lv/rus/spss-books/>

2. Веселкова Н.В. Полуформализованное интервью // Социологический журнал. 1994. №3. С.103-110.

3. Гирц К. «Насыщенное описание»: в поисках интерпретативной теории культуры // Интерпретация культур / К. Гирц. М. : РОССПЭН, 2004. С. 9–42.
4. Городнова, А.А. Информационные электронные ресурсы для науки и образования: учебно-методическое пособие / А.А.Городнова. – Нижний Новгород: НИУ РАНХиГС, 2014. – 290 с. – ISBN 978-5-00036-097-2. 2.
5. Готлиб А.С. Автоэтнография (разговор с самой собой в двух регистрах). Социология: 4М. 2004. № 19. С. 5-31.
6. Демин А.Н. О совмещении количественного и качественного подходов в исследовательском цикле // Социология: 4М. 1999. № 11.
7. Дим П. Качественные онлайн исследования // Онлайн исследования в России 2.0 (2010)/ Под ред. Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. – М.: РИЦ «Северо-Восток».
8. Истомина А. Г. Краткосрочное включенное наблюдение: опыт достижения ролей с высокой степенью вовлеченности // Социология: Методология, методы, математическое моделирование. 2013. № 37. С. 75-103.
9. Квале С. Исследовательское интервью. М.: Смысл, 2003.
10. Козина И.М. Особенности стратегии case study при изучении производственных отношений на промышленных предприятиях России // Социология 4М: методология, методы, математические модели. 1995. N5-6. С. 65-90.
11. Короткова Т.Л. Исследования в менеджменте ООО "КУРС", 2013
12. Малошенок Н. Г., Терентьев Е. А. Влияние дизайна анкеты на качество данных в онлайн-опросах студентов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2014. № 6(124). С. 15-27.
13. Мельникова О.Т. Фокус-группы в маркетинговом исследовании: Методология и техники качественных исследований в социальной психологии. М.: Издательский центр «Академия», 2003

14. Мхитарян В.С., Архипова М.Ю., Дуброва Т.А., Сиротин В.П. и др. Эконометрика: Учебник / под ред. д.э.н., проф. В.С.Мхитаряна. – М.: Проспект, 2010.

15. Некрасов С.И. Сравнение результатов онлайн- и оффлайн- опросов (на примере анкет разной сложности) // Социология: 4М. 2011. № 32. С. 53-74.

16. Ноэль Э. Массовые опросы. Введение в методику демоскопии. М.: Ава-Эстра, 1993

17. Олейник А. Триангуляция в контент-анализе: пример углубленных интервью с представителями российской элиты. Социс, 2009.

18. Онлайн исследования в России 3.0 / Отв. ред.: И. Ф. Девятко, А. В. Шашкин, С. Г. Давыдов; науч. ред.: И. Ф. Девятко. М. : OMI RUSSIA, 2012.

19. Радаев В.В. Как организовать и представить исследовательский проект: 75 простых правил. М.: ГУ-ВШЭ: ИНФРА-М. 2001. 203с.

20. Чуланова О.Л. Методология исследования компетенций персонала организаций: Монография /. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 120 с.: 60x90 1/16. - (Научная мысль).

21. Штейнберг И., Шанин Т., Ковалев Е., Левинсон А. Качественные методы. Полевые социологические исследования. СПб.: Алетейя, 2009. С. 160-250.

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/>

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ 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:

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 (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.



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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
Научно-исследовательская работа
для направления подготовки
38.04.02 Менеджмент
Программа магистратуры:
Управление бизнесом

Владивосток

2023

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА)

Целью производственной практики. Научно-исследовательская работа 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.

2. ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА)

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.

3. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА) В СТРУКТУРЕ ОП

Производственная практика. 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

Производственная практика предусмотрена учебным планом по программе магистратуры направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» входит в блок 2 «Практики» и является обязательным этапом обучения магистра, специализирующегося в области менеджмента. Производственной практике предшествует изучение дисциплин «Теория менеджмента», «LeanStartup/Предпринимательство», «Принятие решений» и др.

Производственная практика. Научно-исследовательская работа 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. Производственная практика реализуется на 1 курсе – 396 ч, 11 з.е.

4 ТИПЫ, СПОСОБЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА)

Тип практики: научно-исследовательская работа.

Способ проведения – стационарная.

Форма проведения практики – рассредоточено.

Место проведения практики. Практика проводится стационарно в организациях/лабораториях/ центрах и т.д. университета и партнеров. Производственная практика может проводиться также и в других государственных, муниципальных, общественных, коммерческих и некоммерческих организациях, предприятиях и учреждениях, осуществляющих научно-исследовательскую и/или иную деятельность в области управления.

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.

5. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА)

Универсальные компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по практике

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата освоения)
Разработка и реализация проектов	УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Разрабатывает методические и нормативные документы, включая план и задания реализации проекта с учётом фактора неопределённости и возможных рисков ситуации	Знает методические и нормативные документы, включая план и задания по реализации проекта с учётом фактора неопределённости и возможных рисков Умеет разрабатывать методические и нормативные документы, включая план и задания по реализации проекта с учётом фактора неопределённости и возможных рисков
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную	УК-3.1 Вырабатывает стратегию командной работы и на её основе организует отбор членов команды для	Знает принципы организации командной работы Знает методики мотивации членов команды Умеет организовать работу

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата освоения)
	стратегию для достижения поставленной цели	достижения поставленной цели УК-3.2 Организует и корректирует работу команды, в том числе на основе коллегиальных решений	команды, провести отбор членов команды в соответствии с контентом проекта Умеет мотивировать членов команды на достижение поставленных целей Владеет навыками разработки стратегии командной работы Владеет навыками разработки проектного инструментария для удержания рамки проекта
Коммуникация	УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.2 Представляет результаты исследовательской и/или проектной деятельности на различных публичных мероприятиях, организует их обсуждение на русском и/или иностранном языке, участвует в академических и профессиональных дискуссиях	Знает принципы разработки презентации проекта Умеет презентовать результаты проектной работы Владеет навыками защиты проектных результатов

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ, В ТОМ ЧИСЛЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

Содержание определяется этапами прохождения практики по семестрам.

№ п/п	Этапы практики	Виды работ на практике, в том числе практическая подготовка и самостоятельная работа студентов	Трудоемкость (в часах)	Форма текущего контроля
1	1. Ярмарка проектов	Выбор проекта. Форма заявки (Приложение 1). Инициировать проект может любой сотрудник из числа ППС и научных работников. Организатором и координатором проектной деятельности магистратуры выступает сетевая структура	30	Групповые и индивидуальные консультации, выступление на научных семинарах

		<p>школы «Центр проектной деятельности».</p> <p>Один руководитель может инициировать один проект.</p> <p>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: а) ППС и научные сотрудники на следующие позиции:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организатор, наставник; консультант в определенной области; б) внешние консультанты. <p>Базовые требования для инициации проекта:</p> <ul style="list-style-type: none"> - у проекта есть заказчик; - на этапе инициации проекта заказчик принимает участие в обсуждении проектной заявки, результатов проекта, ресурсов и инструментов его реализации; - заказчик готов коммуницировать с руководителем проекта и проектной группой на всех этапах реализации проекта; - идея проекта ранее верифицирована в экспертном сообществе (семинар лаборатории, межкафедральный семинар, конференция, форум и т.д.) 		
2	Работа в проектной команде	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.	90	Консультации, выступление на научных семинарах
3	Завершение проекта	Подготовка презентации и отчета по итогам работы проектной команды. Защита командной и индивидуальной работы магистрантов. (Фонд оценочных средств – раздел 4)	60	Консультации, выступление на научных семинарах

4	Ярмарка проектов	Выбор проекта. Магистрант имеет возможность продолжить работу над тем проектом, в котором участвовал в первом семестре или выбрать иной проект. Основной критерий для выбора проекта на данном этапе - наличие подпроекта, который дает потенциальную возможность продолжить исследование в магистерской диссертации. (Приложение 2)	18	Консультации
5	Работа в проектной команде.	Посещение обязательных занятий по НИР в соответствии с расписанием. Соблюдение графика работы над проектом. 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.	198	Групповые и индивидуальные консультации, выступления на научных семинарах, представление результатов проектных заданий
6	Итого 1 курс		396	

Руководитель проекта в рамках реализации научно-исследовательской работы магистрантов на 1 курсе:

- 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.

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

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).

Приоритетными направлениями самостоятельной работы магистрантов являются:

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

В качестве методических материалов, направляющих самостоятельную работу магистрантов при осуществлении практики, 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 темой магистерской диссертации.

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 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 индивидуальных консультаций научным руководителем при реализации индивидуального исследования по результатам участия в работе научно-практических конференций, круглых столов, дискуссионных клубов с представлением сообщений, докладов, презентаций и др.

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).

8. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ, включая перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе выполнения заданий по производственной практике «Научно-исследовательская работа»

№ п/п	Контролируемые разделы учебной	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация

	(производственной) практики				
1	Индивидуальное задание на производственную практику	УК-2.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляет её составляющие и связи между ними, определяет и критически оценивает надежность требуемой информации, необходимой для решения проблемной ситуации	Знает техники и методы анализа проблемной ситуации Умеет делать структурную декомпозицию работ (СДР) Владеет навыками критически оценивает надежность требуемой информации, необходимой для решения проблемной ситуации	ПР-9	-
		УК-3.1 Вырабатывает стратегию командной работы и на её основе организует отбор членов команды для достижения поставленной цели УК-3.2 Организует и корректирует работу команды, в том числе на основе коллегиальных решений	Знает принципы организации командной работы Знает методики мотивации членов команды Умеет организовать работу команды, провести отбор членов команды в соответствии с контентом проекта Умеет мотивировать членов команды на достижение поставленных целей Владеет навыками разработки стратегии командной работы Владеет навыками разработки проектного инструментария для удержания рамки проекта	ПР-9	-
2	Выполнение отчета по производственной практике	УК-4.2 Представляет результаты исследовательской и/или проектной деятельности на различных публичных мероприятиях, организует их обсуждение на русском и/или иностранном языке, участвует в академических и профессиональных дискуссиях	Знает принципы разработки презентации проекта Умеет презентовать результаты проектной работы Владеет навыками защиты проектных результатов	ПР-16	-
3	Защита отчета по практике			-	УО-1

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (НАУЧНО-

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА) (включая основную и дополнительную литературу)

Список основной литературы

1. Баркер Джоэл. Опережающее мышление: как увидеть новый тренд раньше других / Баркер Джоэл. – Москва: Альпина Паблишер, 2018. – 192 с. – ISBN 978-5-96141-859-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1077870>
2. Котлер Ф., Картаджайа Х., Сетиаван А. Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете / Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. – М.: Изд-во Бомбора, 2019. – 224 с.
3. Москалев С.М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе: Учебное пособие [Электронный ресурс] – Санкт-Петербург: СПбГАУ, 2018. – 101 с.
4. Сет Годин. Разрешительный маркетинг: как из незнакомца сделать друга и превратить его в покупателя / Сет Годин. – Москва: Альпина Паблишер, 2019. – 240 с.
5. -2. – Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1818849>
6. Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О. В. Китовой. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-013017-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1659834>

Дополнительные источники:

1. Родионова Н.В. Методы исследования в менеджменте. Организация исследовательской деятельности. Модуль 1 [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» / Н.В. Родионова. – Электрон. текстовые данные. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2019. – 415 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74894.html>
2. Основы научных исследований / Кузнецов И.Н., - 4-е изд. - М.: Дашков и К, 2018. - 284 с.: ISBN 978-5-394-02952-3 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415064>

Интернет-ресурсы:

1. <http://marketing.web-3.ru/research> – Портал «Маркетинг» объединяет все полезные ресурсы, касающиеся маркетинга, которые пригодятся в работе не только начинающих маркетологов, но и будут интересны специалистам по маркетингу.

2. <http://marketing.rbc.ru> – РБК. Исследования рынков – включает порядка 9 000 аналитических отчетов, среди которых: маркетинговые исследования, бизнес-планы, базы данных, периодические обзоры рынков, бесплатные шаблоны для маркетологов, аналитические статьи, анализ рынка и многое другое.
3. <http://www.gks.ru> – Федеральная служба государственной статистики (РОССТАТ) – содержит основные социально-экономические показатели России. Российская государственная статистика.
4. <http://www.wto.org/> – Всемирная торговая организация (World Trade Organization).
5. <http://www.worldbank.org/> – Всемирный банк (World Bank).
6. <https://jagajam.com/ru> – JagaJam Аналитическая платформа для построения эффективных коммуникаций брендов с аудиторией социальных сетей.
7. <http://www.nielsen.com/eu/en.html> – Отчеты компании Nielsen: News and reports of The Nielsen Company. Официальный сайт. - Режим доступа: URL:
8. <http://iabrus.ru> – Некоммерческое партнерство содействия развитию интерактивной рекламы - The Interactive Advertising Bureau (IAB)
9. <https://iabrus.ru/gnosis/> – Банк знаний Ассоциации развития интерактивной рекламы
10. <https://www.akarussia.ru/> – Ассоциация Коммуникационных Агентств России (АКАР)
11. <https://rdsa.ru/> – Ассоциация прямых продаж
12. www.russianbranding.ru – Ассоциация Брендинговых Компаний России (АБКР)
13. <http://mediascope.net/> – Сайт компании Mediascope
14. <http://marketing.rbc.ru> – РБК. Исследования рынков – включает порядка 9 000 аналитических отчетов, среди которых: маркетинговые исследования, бизнес-планы, базы данных, периодические обзоры рынков, бесплатные шаблоны для маркетологов, аналитические статьи, анализ рынка и многое другое
15. <http://www.gks.ru> – Федеральная служба государственной статистики – содержит основные социально-экономические показатели России. Российская государственная статистика.
16. www.ecsocman.edu.ru – Образовательный портал НИУ ВШЭ
17. www.hbl-russia.ru – Российская национальная библиотека (РНБ)
18. www.auditorium.ru – Образовательный портал «Социально-гуманитарное и политическое образование»
19. www.economics.edu.ru – Образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»
20. https://sbermarketing.ru/news/marketing_trends2021 – Маркетинговые тренды в 2021

21. <https://www.levina.team/trendy> – Шумахер А., Левина И. 20 трендов маркетинга в 2021 г.
22. <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-i-socsetej-na-2021-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/> – Отчёт о состоянии цифровой сферы Global Digital 2021.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА)

В период прохождения производственной практики материально-технической базой являются учебные корпуса ДВФУ, организации различных форм собственности, производственно-экономические и аналитические службы (отделы) организаций различных видов деятельности и форм собственности, их основные средства, оборудование и техническое оснащение.

Минимальные требования к материально-техническому обеспечению:

- оборудованное рабочее место с компьютером и доступом в Интернет;
- доступ к поисковым системам.

Для организации самостоятельной работы студентам доступно следующее лабораторное оборудование и/или специализированные кабинеты, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности:

Специализированные кабинеты (адрес, номер, тип кабинет)	Наименование оборудования	Программное обеспечение, количество посадочных мест
Компьютерный класс Школы экономики и менеджмента, ауд. G409, на 26 чел. 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, GigE, 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:	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

Специализированные кабинеты (адрес, номер, тип кабинет)	Наименование оборудования	Программное обеспечение, количество посадочных мест
	портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами видеоувелечителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками	др.) Microsoft Project 2010 – программа управления проектами для ОС Windows. Microsoft Visio 2010 – векторный графический редактор, редактор диаграммы 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 содноименным 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.

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.

Форма проектной заявки

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.

Этап 1*	описание продуктового результата (его элемента) по этапу 1 (не более 100 слов)
Этап 2*	описание продуктового результата (его элемента) по этапу 2 (не более 100 слов)
Этап 3*	описание продуктового результата (его элемента) по этапу 3 (не более 100 слов)

Завершение проекта	Итоговый продуктовый результат (не более 200 слов)
---------------------------	---

*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
- 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.

Форма индивидуального плана магистерской диссертации

Развернутый план-конспект работы содержит:

- тему работы
 - мотивацию, теоретическую и практическую проблему работы (кому и почему это нужно? зачем это исследовать?)
 - исследовательский вопрос работы (что нужно узнать?)
 - дизайн работы (объект, предмет, гипотеза, цель, задачи, какие данные уже есть и какие будут собираться? какими методами данные будут анализироваться?)
 - теоретическая рамка работы (какие концепции будут использоваться в анализе?) предварительный список литературы
- + структуру работы

Структура диссертационной работы

Введение

1 глава. Обзорно-теоретическая глава (Какова теоретическая дискуссия? Каковы эмпирические свидетельства?)

Зачем: чтобы обосновать постановку исследовательской проблемы / предмет 2 глава. Контекстная глава и / или методологическая (методическая)

Зачем: чтобы глубоко описать объект исследования / обосновать выбор методологии и методов 3 глава. Эмпирическая глава + обсуждение результатов

Зачем: чтобы продемонстрировать свой личный вклад в научную дискуссию и обсудить, кому и зачем это нужно

Заключение

Календарный план реализации проекта

Виды работ	Содержание работы	Сроки выполнения
1 этап		
1-я контрольная точка		

2 этап		
2-я контрольная точка		
3 этап		
3-я контрольная точка		
4 этап		
5 этап		



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

Департамент прикладной экономики

О Т Ч Е Т

Производственная практика. Научно-исследовательская работа

Выполнил студент гр. _____
_____ Ф.И.О.

Отчет защищен:
с оценкой _

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

Руководитель практики к.э.н., доцент департа-
мента прикладной экономики
_Ф.И.О.

Регистрационный № _____
«__» _____ 20__ г.

_____ И.О. Фамилия
подпись

Практика пройдена в срок
с «__» _____ 20__ г.
по «__» _____ 20__ г.
в _____

г. Владивосток

2023

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

Содержание отчета по производственной практике (научно-исследовательская работа) на 1 курсе определяется руководителем магистерской диссертации.

Блок 1. Оценка проектной деятельности группы (1 курс)

Критерий	Описание	Шкала оценивания
Проработанность идеи проекта и прототипа проекта	<p>Умение участников проектной группы <i>объяснить</i>: в чем основная идея проекта, кто будет использовать результаты проекта и зачем, как могут использоваться результаты проекта, кто и что приобретает / выигрывает от реализации проекта, каковы противоречия / разрывы, из которых вы исходите, какова исследовательская проблема; <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>: как выстраивалась работа в проектной группе, каким образом были распределены задачи / обязанности в проектной группе.</p>	
Коммуникации с заинтересованными сторонами	<p>Умение участников проектной группы <i>представить и объяснить</i>: - порядок коммуникаций с заказчиком и стейкхолдерами проекта, их влияние на проект (проектный ход, риски, результаты и др.), - что группа получила в результате коммуникаций с заказчиком и стейкхолдерами.</p>	
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>: достигнутые продуктивные и образовательные результаты, их оценку проектной группой и заказчиком, кто пользователь и держатель конечного продукта проекта, ограничения, учитываемые при использовании результатов проекта, перспективы использования результатов проекта.</p>	

Приложение 6

Блок 2. Оценка проектной деятельности группы (1 курс)

Критерий	Описание	Шкала оценивания
<p>Достижение проектной командой продуктивных результатов</p>	<p>Умение участников проектной группы объяснить:</p> <ul style="list-style-type: none"> - в чем основная идея проекта, - кто будет использовать результаты проекта и зачем, - как могут использоваться результаты проекта, - кто и что приобретает / выигрывает от реализации проекта, - каковы противоречия / разрывы, из которых вы исходите, - какова исследовательская проблема; <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"> - достигнутые продуктивные и образовательные результаты, их оценку проектной группой и заказчиком, - кто пользователь и держатель конечного продукта проекта, - ограничения, учитываемые при использовании результатов проекта, перспективы использования результатов проекта. 	<p>Каждый критерий оценивается от 1 (минимум) до 5 (максимум) баллов</p>
<p>Индивидуальный вклад в достижение продуктивных результатов</p>	<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>	
<p>Коммуникации внешние</p>	<p>Умение участников проектной группы <i>представить и объяснить</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - порядок коммуникаций с заказчиком и стейкхолдерами проекта, их влияние на проект (проектный ход, риски, результаты и др.), - что группа получила в результате коммуникаций с заказчиком и стейкхолдерами. 	

Блок 2. Индивидуальная оценка студента

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

Блок 3. Кросс-оценка внутри проектной группы

ФИО студента, выполняющего кросс-оценку			Иванов Е.А.
Название проекта			Маршруты автодорожной сети юга Приморского края
Учебный год			2022-2023 учебный год
Семестр			осенний семестр
№	ФИО студента	Группа	Оценка (1-5 баллов)
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
другим участникам проектной**

Ивановым Е. А.
ФИО

наименование проекта

2022-2023 учебный год

№	ФИО студента	Группа	Оценка (1-5 баллов)
1			
2			
3			
4			
5			
6			

Подпись студента _____

Приложение 9

Форма оценочного листа для руководителя проекта

Наименование проекта

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

*при желании

Руководитель проекта _____

Ф.И.О

Форма оценочного листа для руководителя практики

Оценка руководителя практики

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

Руководитель практики _____

ФИО

Приложение 11

Форма оценочного листа для проектного консультанта

Оценка проектного консультанта

Номер проекта: Название проекта: Руководитель проекта:

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

Проектный консультант _____

ФИО

Форма оценочного листа для эксперта комиссии

Оценочный лист эксперта комиссии

ФИО _____

Номер проекта:

Название проекта:

Руководитель проекта: _____

Балл	1-5	1-5	1-5	3-15
Критерий Проект	Достигнутый результат	Индивидуальный вклад в достижение продуктовых резуль- татов	Коммуникации с внешней средой	ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА

Пример расчета оценки студента

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

Перевод баллов в оценку	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
	60% и менее	61-75%	76-85%	86-100%	
	1,00-3,04	3,05-3,79	3,80-4,29	4,30-5,00	



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

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Технологическая (проектно-технологическая) практика

для направления подготовки

38.04.02 Менеджмент

Программа магистратуры:

Управление бизнесом

Владивосток
2023

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ. ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ (ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ) ПРАКТИКИ

Целью производственной практики является:

- закрепление и развитие сформированных на предыдущих этапах обучения профессиональных компетенций магистранта;
- сбор и обработка эмпирического материала для подготовки выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации);
- подготовка и оформление выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

2. ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ (ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ) ПРАКТИКИ

Задачами практики, в зависимости от типа и темы выпускной квалификационной работы, могут являться следующие:

в организационно-управленческой деятельности:

- разработка стратегий и проектов развития организаций и их отдельных подразделений;
- формирование предпринимательской ориентации для обеспечения развития предпринимательства и организации;

в информационно-аналитической деятельности:

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

3. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ (ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ) ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОП

Производственная практика технологическая (проектно-технологическая) практика является обязательным разделом основной профессиональной образовательной программы подготовки магистров и направлена на формирование профессиональных компетенций, а также на

приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности в области менеджмента, предусмотрена учебным планом по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, программа «Управление бизнесом», входит в блок 2 «Практики», часть, формируемую участниками образовательных отношений, является обязательным этапом обучения магистра, специализирующегося в области управления бизнесом.

Форма представления результатов практики: Отчет.

Руководство практикой: Общее руководство – руководитель образовательной программой, определяет базы практики и согласовывает с заведующим кафедрой или директором департамента.

Непосредственное – руководитель практики от университета.

Не позднее четырнадцати календарных дней до начала практики руководитель практики:

1) должен обеспечить предоставление оформленного представления на формирование приказов о направлении обучающихся к месту прохождения практики;

2) разработать для обучающихся индивидуальные задания, выполняемые в период практики.

В течение семи дней до начала практики руководитель практики проводит инструктаж.

Семестровый план реализации практики:

Количество часов, отведенных на производственную практику (в информационно-аналитической и организационно-управленческой деятельности) в соответствии с образовательным стандартом направления подготовки и учебным планом:

3 семестр – 324 (практика 36 ч., самостоятельная работа 288 ч.), 9 зачетных единиц.

Общее количество часов: 324 (9 ЗЕТ).

4. ТИПЫ, СПОСОБЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ (ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ) ПРАКТИКИ

Тип практики – технологическая (проектно-технологическая) практика.

Способ проведения – стационарная.

Форма проведения практики – рассредоточено.

Место проведения практики. Практика проводится стационарно в организациях/лабораториях/ центрах и т.д. университета и партнеров. Производственная практика может проводиться также и в других

государственных, муниципальных, общественных, коммерческих и некоммерческих организациях, предприятиях и учреждениях, осуществляющих научно-исследовательскую и/или иную деятельность в области управления.

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.

5. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ (ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ) ПРАКТИКИ

Профессиональные компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по практике

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Информационно-аналитический	ПК-1 Способен выстраивать образы будущего на основе новых тенденций в разных областях профессиональной деятельности	ПК-1.1 Применяет количественные и качественные методы исследования для обоснования управленческих решений, построения экономических, финансовых, организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления ПК-1.2 Применяет методы анализа трендов и определяет на их основе направления развития компании ПК1.3 Анализирует и оценивает факторы, влияющие на создание новых продуктов, услуг и коммуникаций ПК 1.4 Выявляет, анализирует	Знает методы количественных и качественных исследований; Умеет определять перспективы развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды; Умеет обосновывать управленческие решения, строить экономические, финансовые, организационно-управленческие модели на основе количественных и качественных исследований; Знает приемы и методы сбора информации в digital среде, в том числе при помощи сервисов маркетинговой аналитики; Умеет определять основные направления развития компании на основе анализа изменения маркетинговой среды; Умеет принимать результативные решения на основе анализа трендов на рынке; Знает методы исследования факторов внешней среды организации; Знает факторы, влияющие на поведение потребителей, особенности принятия потребительских решений, факторы и методы формирования спроса и лояльности потребителей на отраслевых, территориальных рынках; Умеет отыскивать перспективные и прибыльные сегменты / ниши на рынке; Умеет анализировать поведение потребителей экономических благ и факторы, на него влияющие; формировать спрос и лояльность потребителей на отраслевых, территориальных рынках

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
		<p>возможности для повышения эффективности управления компанией</p> <p>ПК 1.5 Формирует цифровую репутацию компании на основе цифровых следов</p>	<p>Умеет определять наиболее важные параметры ценности продукта для потребителей на основе подходов дизайн-мышления, Customer Development, JTBD;</p> <p>Умеет выявлять и анализировать возможности для повышения эффективности управления компанией в условиях турбулентной среды;</p> <p>Владеет навыками оценки эффективности каналов продвижения в сервисах веб-аналитики; методами оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды;</p> <p>Знает направления исследований в области продвижения; сущность веб-аналитики, ее современные тенденции развития, технологии и сервисы</p> <p>Умеет собирать цифровые следы компании;</p> <p>Умеет формировать репутацию компании в digital пространстве;</p> <p>Умеет описывать параметры целевой аудитории и исследовать ее медиа-поведение и медиа-предпочтения; проводить исследование коммуникационных возможностей рекламного рынка; выявлять тенденции в поведении посетителей сайта;</p> <p>Умеет формировать репутацию компании в digital пространстве;</p> <p>Владеет навыками разработки инструментария для исследования медиапредпочтений и медиаповедения целевой аудитории</p>
<p>Организационно-управленческий</p>	<p>ПК-2 Способен разрабатывать стратегии развития компании (корпоративную, бизнес, функциональные), планы и программы их реализации</p>	<p>ПК 2.1 - Разрабатывает стратегии развития компании с использованием инструментов анализа внешней и внутренней среды</p> <p>ПК 2.2 - Формирует стратегии маркетинга на корпоративном и функциональном уровнях с учетом требований внешней среды</p> <p>ПК 2.3 - Разрабатывает стратегии продвижения продукта / компании / бренда, в том числе в сети «Интернет»</p> <p>ПК 2.4 - Разрабатывает и</p>	<p>Знает основные принципы и методы разработки стратегии развития компании, плана и программы;</p> <p>Умеет анализировать внутреннюю и внешнюю среду компании;</p> <p>Умеет разрабатывать стратегии развития компании (корпоративную, бизнеса, функциональные), планы и программы их реализации;</p> <p>Умеет разрабатывать стратегию маркетинга на корпоративном уровне;</p> <p>Умеет формировать и реализовывать стратегии маркетинга (на функциональном и инструментальном уровнях);</p> <p>Умеет разрабатывать маркетинговые программы для предприятия с учетом факторов маркетинговой среды;</p> <p>Умеет оценивать результативность маркетинговой деятельности предприятия</p> <p>Знает процесс планирования маркетинговых коммуникаций; методы расчета бюджета продвижения и методы оценки эффективности продвижения; понятийный аппарат, содержание и структуру цифрового маркетинга; инновационные направления развития цифрового маркетинга, способствующие эффективным продажам;</p>

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
		<p>реализовывает проекты изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией</p> <p>ПК 2.5 - Применяет современные инструменты при реализации бизнес и организационных проектов</p>	<p>рекламные кабинеты и сервисы настройки и размещения рекламы в интернет;</p> <p>Умеет формировать аватары / портреты потребителя;</p> <p>Умеет разрабатывать совокупность стратегических решений в области продвижения организации;</p> <p>моделировать комплекс диджитал-продвижения для предприятия определенной специализации;</p> <p>разрабатывать формы цифрового маркетинга для предприятий определенной специализации, способствующие эффективным продажам;</p> <p>Умеет анализировать рекламную активность конкурентов;</p> <p>Умеет разрабатывать программу продвижения компании;</p> <p>Умеет разрабатывать стратегии позиционирования брендов, конкурентные стратегии, стратегии продвижения в долгосрочной и краткосрочной перспективе, в том числе в сети «Интернет» для вывода бренда на рынок с учетом стратегического видения компании, с расчетом целевых показателей;</p> <p>Умеет разрабатывать платформу бренда;</p> <p>Владеет методами расчета бюджета продвижения и методами оценки эффективности продвижения; технологиями планирования маркетинговых коммуникаций предприятия; навыками разработки структуры комплекса диджитал-продвижения для предприятий разной специализации и разработки landing page; навыками разработки стратегии диджитал-продвижения для предприятий определенной, способствующие эффективным продажам; навыками разработки программы формирования бренда с помощью цифрового маркетинга</p> <p>Знает подходы к разработке проектов изменения компании;</p> <p>Умеет разрабатывать и реализовывать проекты изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией;</p> <p>Знает результативные инструменты для реализации бизнес и организационных проектов;</p> <p>Умеет применять современные инструменты при реализации бизнес и организационных проектов</p> <p>Владеет навыками управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;</p>
	<p>ПК-3</p> <p>Способен к построению систем менеджмента, в том числе комплекса маркетинга,</p>	<p>ПК-3.1Применяет техники организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов (определение</p>	<p>Знает и понимает бизнес-процессы организации;</p> <p>Умеет повышать результативность бизнес-процессов на основе определения требований, ресурсов, участников, критериев оценки и взаимосвязи</p> <p>Владеет навыками проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов;</p> <p>Знает методы определения потребностей рынка;</p>

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	для администрирования и управления компаниями	<p>требований, ресурсов, участников, критериев оценки и взаимосвязи)</p> <p>ПК-3.2 Организовывает операционное управление деятельности компании, исходя из конкретных условий и потребностей рынка</p> <p>ПК-3.3 Формирует комплекс маркетинга с учетом требований внешней среды</p> <p>ПК-3.4 Принимает управленческие решения в части планирования, учета, контроля и корректировки всех элементов системы управления на основе анализа разнообразных данных с использованием современных методов и моделей</p> <p>ПК-3.5 Формирует систему маркетинговых коммуникаций в компании</p>	<p>Умеет организовывать операционное управление деятельности компании в условиях неопределённости внешней среды;</p> <p>Владеет навыками определения потребностей рынка</p> <p>Умеет анализировать маркетинговую среду и видеть («улавливать») перспективные направления развития компании;</p> <p>Умеет принимать маркетинговые решения в разрезе комплекса маркетинга с учетом ценностных установок потребителей и маркетинговой ситуации на основе анализа бизнес-среды</p> <p>Умеет формировать и продвигать ценностные предложения компании</p> <p>Знает основные составляющие управленческих решений и элементы системы управления;</p> <p>Умеет принимать результативные управленческие решения в части планирования, учета, контроля на основе анализа разнообразных данных</p> <p>Умеет корректировать все элементы системы управления</p> <p>Знает базовые понятия теории маркетинговых коммуникаций; структуру комплекса маркетинговых коммуникаций, цели, задачи и особенности основных и альтернативных видов продвижения;</p> <p>Умеет выбирать каналы продвижения товаров / компаний;</p> <p>Умеет формировать комплекс продвижения компании;</p> <p>Умеет осуществлять моделирование комплекса маркетинговых коммуникаций для предприятия;</p> <p>Владеет навыками разработки системы маркетинговых коммуникаций организации</p>
Предпринимательский	ПК-4 Способен создавать и продвигать клиентоориентированные бизнесы на основе современных концепций развития потребителей (Customer Development, дизайн-мышление,	<p>ПК-4.1 Генерирует и тестирует идеи для создания новых ценностей (продуктов процессов, бизнеса)</p> <p>ПК-4.2 Разрабатывает и развивает бизнес-модели (в том числе финансовые, инвестиционные и пр.) как новых, так и существующих компаний</p>	<p>Знает процесс и принципы предпринимательства;</p> <p>Умеет генерировать идеи на основе анализа трендов, пробелов на рынке, болей потребителей;</p> <p>Умеет применять методы дизайн-мышления для поиска и тестирования идей для создания новых ценностей</p> <p>Знает основные подходы к разработке бизнес-моделей компаний и ключевые элементы бизнес-моделей;</p> <p>Умеет применять основные подходы к разработке бизнес-моделей новых компаний;</p> <p>Умеет применять методы анализа бизнес-моделей существующих компаний и использовать результаты анализа для развития бизнес-моделей;</p>

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	сервисное мышление и т.д.)	ПК-4.3 Разрабатывает бизнес-планы компаний, новых направлений деятельности и мероприятий ПК-4.4 Разрабатывает, тестирует и внедряет новые продукты, создаёт нематериальные активы (брендов) и управляет ими ПК-4.5 Развивает потребителей на основе поиска ценных инсайтов и приёмов нейромаркетинга	<p>Умеет формировать задачи и структуру бизнес-плана компании, новых направлений деятельности и мероприятий;</p> <p>Умеет разработать финансовую модель для новой компании, новых направлений деятельности;</p> <p>Умеет составить финансовый план и провести инвестиционный анализ для новой компании, новых направлений деятельности и мероприятий;</p> <p>Умеет планировать и проводить кросс-культурные исследования;</p> <p>Умеет отыскивать перспективные товарные рынки на азиатских рынках;</p> <p>Умеет разрабатывать программу продвижения товаров на азиатские рынки;</p> <p>Знает основные подходы к созданию и развитию продуктов и услуг: Customer Development, Lean Startup и Дизайн мышления;</p> <p>Умеет применять инструменты Customer Development, Lean Startup и Дизайн мышления для разработки, тестирования новых продуктов и управления ими;</p> <p>Умеет разрабатывать MVP (минимально жизнеспособный продукт) и тестировать его, применяя подход Lean Startup</p> <p>Умеет разработать проект по созданию для компании нового продукта, (услуги), бренда с учетом потребностей рынка, выбора целевых сегментов потребителей и возможностей (ресурсов) компании, опираясь на понимание рыночной ситуации, тренды, включая все этапы разработки бренда от исследований, до плана по выводу бренда на рынок в офлайн и онлайн пространстве;</p> <p>Знает особенности проведения нейромаркетингового исследования;</p> <p>Умеет участвовать в разработке стратегий нейромаркетинга и практическом применении релевантных подходов, методов и инструментов;</p> <p>Умеет применять технологии дизайн-мышления для поиска ценных инсайтов от потенциальных потребителей (карта эмпатии, путь пользователя, кластеризация)</p> <p>Умеет проводить проблемное и решенческое интервью с потенциальными потребителями для поиска инсайтов и проверки гипотез</p> <p>Умеет формировать ценностное предложение на основе применения методов исследования целевой аудитории</p>

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ (ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ) ПРАКТИКИ, В ТОМ ЧИСЛЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

Общая трудоемкость составляет 9 зачётных единиц (324 академических часа).

№ п/п	Этапы практики	Виды работ на практике, в том числе практическая подготовка и самостоятельная работа студентов	Трудоемкость (в часах)	Форма текущего контроля
1	Получение задания от руководителя практики (приложение 1)	Консультация с руководителем	4	Собеседование
2	Анализ ситуации, постановка проблемы	<p>Описание компании (краткая характеристика организации, основные экономические показатели, оперативные и стратегические цели ее развития).</p> <p>Описание текущего состояния процесса/выбранного направления работы с точки зрения его регламентации или сложившейся практики в действующей системе управления компанией.</p> <p>Описание методов и инструментов получения данных/информации (проведен анализ финансово-экономических показателей, наблюдение за процессом, опрос сотрудников и т.п.) о существовании проблемы, т.е. о том, что в настоящее время рассматриваемый процесс не соответствует ожиданиям (руководителя, сотрудников, потребителей и т.п.).</p> <p>Описание заинтересованных сторон/стейкхолдеров, чьи интересы связаны с обозначенной проблемой (определение их власти и влияния на существование проблемы).</p> <p>Итоговая формулировка проблемы, на решение которой будет направлен проект, описание и обоснование ее следствий и причин</p>	150	Собеседование
3	Обоснование выбора проектного предложения/решения	<p>Тестирование решения, консультации с руководителем практики</p> <p>Что конкретно планируется получить в результате реализации проекта (новый процесс, услуга, система), как будет проведено достижение результата Каковы показатели и индикаторы результативности проекта? Какая ключевая ценность вашего проекта?</p>	150	Собеседование
5	Заключительный	Подготовка и защита отчета	20	Отчет

Форма обучения – очная

№	Наименование раздела дисциплины	Се мес тр	Количество часов по видам учебных занятий и работы обучающегося			Формы промежуточной аттестации
			Пр	СР	Конт роль	
1	Тема 1 Сбор информации	3	12	100	-	Собеседование
2	Тема 2 Анализ ситуации, постановка проблемы	3	12	100	-	Собеседование
3	Тема 3 Обоснование выбора проектного предложения/решения	3	12	88	-	Собеседование
	Итого:		36	288		

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ НА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ (ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ) ПРАКТИКИ

Целью самостоятельной работы студентов является овладение необходимыми компетенциями по своему направлению подготовки, опытом творческой, исследовательской и практической деятельности.

Формы самостоятельной работы студентов на производственной практике:

- работа с основной и дополнительной литературой, Интернет-ресурсами;
- самостоятельное ознакомление с материалами для проведения практики, представленным на электронных носителях, в библиотеке образовательного учреждения;
- подготовка реферативных обзоров источников периодической печати, опорных конспектов, заранее определенных руководителем практики;
- работа над проектом;
- подготовка и защита отчета по практике;
- другие виды деятельности, организуемые и осуществляемые образовательным учреждением и органами студенческого самоуправления.

Требования к отчету:

Отчет составляется на основе материалов, собранных при работе над всеми разделами программы практики.

Структурными элементами отчета являются:

- титульный лист (Приложение А);

- направление на практику (Приложение Б);
- индивидуальное задание по практике (Приложение В);
- справка-подтверждение о прохождении практики (Приложение Г);
- дневник прохождения производственной практики (Приложение

Д);

- характеристика от предприятия/руководителя (Приложение Е);
- оглавление;
- термины, определения, сокращения (при необходимости);
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости).

Текст отчета оформляется в соответствии с ГОСТ 7.32-2017 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе», пункт 6.

Отчет по практике готовится с использованием текстового редактора Microsoft Word (или его аналога) и сохраняется в виде файла в форматах .doc или docx с использованием 1,5 интервала и применением 14 размера шрифта Times New Roman.

Отчет предоставляется на листах формата А4, верхнее и нижнее поля - 20 мм, правое - 15 мм, левое - 30 мм, выравнивание текста - по ширине, абзацный отступ - 1,25 см.

Объем отчета (без учета титульного листа, отзыва руководителя практики, индивидуального задания, дневника, характеристики, справки-подтверждения и приложений) должен составлять не менее 15 страниц печатного текста.

Требования к содержательной части введения, основной части, заключения, характеристики и т.д.

Во введении студент излагает цели и задачи практики, прописывает виды планируемых работ.

В основной части работы студент проводит анализ проблемной области, определяет текущее состояние компании (1) краткая характеристика организации, основные экономические показатели, оперативные и стратегические цели ее развития; приводит описание текущего состояния процессов компании, наличие в них проблем с точки зрения стратегии развития компании (*рыночная ситуация, конкуренция, потребители*); представляет аргументацию необходимости изменений; проводит анализ заинтересованных сторон; 2) описание желаемого состояния - образа будущего процессов (или всей компании), в отношении которых планируются изменения. Определение основных характеристик цели по SMART; 3) Что конкретно планируется получить в результате реализации проекта (новый процесс, услуга, система), как будет проведено достижение результата.

В заключении студент описывает выводы по проекту, чего удалось достичь / что не получилось, какие компетенции удалось сформировать, а какие развить.

8. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ (ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ) ПРАКТИКИ))

№ п/п	Контролируемые разделы учебной (производственной) практики	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1.	Индивидуальное задание на производственную практику	<p>ПК-1.1 Применяет количественные и качественные методы исследования для обоснования управленческих решений, построения экономических, финансовых, организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления</p> <p>ПК-1.2 Применяет методы анализа трендов и определяет на их основе направления</p>	<p>Знает методы количественных и качественных исследований; Умеет определять перспективы развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды; Умеет обосновывать управленческие решения, строить экономические, финансовые, организационно-управленческие модели на основе количественных и качественных исследований; Знает приемы и методы сбора информации в digital среде, в том числе при помощи сервисов маркетинговой аналитики; Умеет определять основные направления развития компании на основе анализа изменения маркетинговой среды; Умеет принимать результативные решения на основе анализа трендов на рынке; Знает методы исследования факторов внешней среды организации; Знает факторы, влияющие на поведение потребителей, особенности принятия потребительских решений, факторы и методы формирования спроса и лояльности потребителей на отраслевых, территориальных рынках; Умеет отыскивать перспективные и прибыльные сегменты / ниши на рынке; Умеет анализировать поведение потребителей экономических благ и факторы, на него влияющие;</p>	ПР-16	-

№ п/п	Контролируемые разделы учебной (производственной) практики	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
		<p>я развития компании ПК1.3 Анализирует и оценивает факторы, влияющие на создание новых продуктов, услуг и коммуникаций</p> <p>ПК 1.4 Выявляет, анализирует возможность и для повышения эффективности управления компанией</p> <p>ПК 1.5 Формирует цифровую репутацию компании на основе цифровых следов</p>	<p>формировать спрос и лояльность потребителей на отраслевых, территориальных рынках</p> <p>Умеет определять наиболее важные параметры ценности продукта для потребителей на основе подходов дизайн-мышления, Customer Development, JTBD;</p> <p>Умеет выявлять и анализировать возможности для повышения эффективности управления компанией в условиях турбулентной среды;</p> <p>Владеет навыками оценки эффективности каналов продвижения в сервисах веб-аналитики; методами оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды;</p> <p>Знает направления исследований в области продвижения; сущность веб-аналитики, ее современные тенденции развития, технологии и сервисы</p> <p>Умеет собирать цифровые следы компании;</p> <p>Умеет формировать репутацию компании в digital пространстве;</p> <p>Умеет описывать параметры целевой аудитории и исследовать ее медиаповедение и медиапредпочтения; проводить исследование коммуникационных возможностей рекламного рынка; выявлять тенденции в поведении посетителей сайта;</p> <p>Умеет формировать репутацию компании в digital пространстве;</p> <p>Владеет навыками разработки инструментария для исследования медиапредпочтений и медиаповедения целевой аудитории</p>		
2.	Выполнение отчета по производственной практике	ПК 2.1 - Разрабатывает стратегии развития компании с использованием инструментов анализа внешней и внутренней	<p>Знает основные принципы и методы разработки стратегии развития компании, плана и программы;</p> <p>Умеет анализировать внутреннюю и внешнюю среду компании;</p> <p>Умеет разрабатывать стратегии развития компании (корпоративную, бизнеса, функциональные), планы и программы их реализации;</p> <p>Умеет разрабатывать стратегию маркетинга на корпоративном уровне;</p>	ПР-16	-

№ п/п	Контролируемые разделы учебной (производственной) практики	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
		<p>среды ПК 2.2 - Формирует стратегии маркетинга на корпоративном и функциональном уровнях с учетом требований внешней среды</p> <p>ПК 2.3 - Разрабатывает стратегии продвижения продукта / компании / бренда, в том числе в сети «Интернет»</p> <p>ПК 2.4 - Разрабатывает и реализовывает проекты изменения процессов деятельности и компании в соответствии с ее стратегией</p> <p>ПК 2.5 - Применяет современные инструменты при реализации бизнес и организационных проектов</p>	<p>Умеет формировать и реализовывать стратегии маркетинга (на функциональном и инструментальном уровнях);</p> <p>Умеет разрабатывать маркетинговые программы для предприятия с учетом факторов маркетинговой среды;</p> <p>Умеет оценивать результативность маркетинговой деятельности предприятия</p> <p>Знает процесс планирования маркетинговых коммуникаций; методы расчета бюджета продвижения и методы оценки эффективности продвижения; понятийный аппарат, содержание и структуру цифрового маркетинга; инновационные направления развития цифрового маркетинга, способствующие эффективным продажам; рекламные кабинеты и сервисы настройки и размещения рекламы в интернет;</p> <p>Умеет формировать аватары / портреты потребителя;</p> <p>Умеет разрабатывать совокупность стратегических решений в области продвижения организации;</p> <p>моделировать комплекс диджитал-продвижения для предприятия определенной специализации;</p> <p>разрабатывать формы цифрового маркетинга для предприятий определенной специализации, способствующие эффективным продажам;</p> <p>Умеет анализировать рекламную активность конкурентов;</p> <p>Умеет разрабатывать программу продвижения компании;</p> <p>Умеет разрабатывать стратегии позиционирования брендов, конкурентные стратегии, стратегии продвижения в долгосрочной и краткосрочной перспективе, в том числе в сети «Интернет» для вывода бренда на рынок с учетом стратегического видения компании, с расчетом целевых показателей;</p> <p>Умеет разрабатывать платформу бренда;</p> <p>Владеет методами расчета бюджета продвижения и методами оценки</p>		

№ п/п	Контролируемые разделы учебной (производственной) практики	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
			<p>эффективности продвижения; технологиями планирования маркетинговых коммуникаций предприятия; навыками разработки структуры комплекса диджитал-продвижения для предприятий разной специализации и разработки landing page; навыками разработки стратегии диджитал-продвижения для предприятий определенной, способствующие эффективным продажам; навыками разработки программы формирования бренда с помощью цифрового маркетинга</p> <p>Знает подходы к разработке проектов изменения компании;</p> <p>Умеет разрабатывать и реализовывать проекты изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией;</p> <p>Знает результативные инструменты для реализации бизнес и организационных проектов;</p> <p>Умеет применять современные инструменты при реализации бизнес и организационных проектов</p> <p>Владет навыками управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;</p>		
		<p>ПК-4.1 Генерирует и тестирует идеи для создания новых ценностей (продуктов процессов, бизнеса)</p> <p>ПК-4.2 Разрабатывает и развивает бизнес-модели (в том числе финансовые, инвестиционные)</p>	<p>Знает процесс и принципы предпринимательства;</p> <p>Умеет генерировать идеи на основе анализа трендов, пробелов на рынке, болей потребителей;</p> <p>Умеет применять методы дизайн-мышления для поиска и тестирования идей для создания новых ценностей</p> <p>Знает основные подходы к разработке бизнес-моделей компаний и ключевые элементы бизнес-моделей;</p> <p>Умеет применять основные подходы к разработке бизнес-моделей новых компаний;</p> <p>Умеет применять методы анализа бизнес-моделей существующих компаний и использовать результаты анализа для развития бизнес-моделей;</p> <p>Умеет формировать задачи и структуру бизнес-плана компании, новых</p>		

№ п/п	Контролируемые разделы учебной (производственной) практики	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
		<p>новые и пр.) как новых, так и существующих компаний ПК-4.3 Разрабатывает бизнес-планы компаний, новых направлений деятельности и мероприятий ПК-4.4 Разрабатывает, тестирует и внедряет новые продукты, создаёт нематериальные активы (брендов) и управляет ими ПК-4.5 Развивает потребителя на основе поиска ценных инсайтов и приёмов нейромаркетинга</p>	<p>направлений деятельности и мероприятий; Умеет разработать финансовую модель для новой компании, новых направлений деятельности; Умеет составить финансовый план и провести инвестиционный анализ для новой компании, новых направлений деятельности и мероприятий; Умеет планировать и проводить кросс-культурные исследования; Умеет отыскивать перспективные товарные рынки на азиатских рынках; Умеет разрабатывать программу продвижения товаров на азиатские рынки; Знает основные подходы к созданию и развитию продуктов и услуг: Customer Development, Lean Startup и Дизайн мышления; Умеет применять инструменты Customer Development, Lean Startup и Дизайн мышления для разработки, тестирования новых продуктов и управления ими; Умеет разрабатывать MVP (минимально жизнеспособный продукт) и тестировать его, применяя подход Lean Startup Умеет разработать проект по созданию для компании нового продукта, (услуги), бренда с учетом потребностей рынка, выбора целевых сегментов потребителей и возможностей (ресурсов) компании, опираясь на понимание рыночной ситуации, тренды, включая все этапы разработки бренда от исследований, до плана по выводу бренда на рынок в офлайн и онлайн пространстве; Знает особенности проведения нейромаркетингового исследования; Умеет участвовать в разработке стратегий нейромаркетинга и практическом применении релевантных подходов, методов и инструментов; Умеет применять технологии дизайн-мышления для поиска ценных инсайтов от потенциальных потребителей (карта эмпатии, путь пользователя, кластеризация) Умеет проводить проблемное и решенческое интервью с</p>		

№ п/п	Контролируемые разделы учебной (производственной) практики	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
			потенциальными потребителями для поиска инсайтов и проверки гипотез Умеет формировать ценностное предложение на основе применения методов исследования целевой аудитории		
3.	Защита отчета по практике	ПК-3.1 Применяет техники организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов (определение требований, ресурсов, участников, критериев оценки и взаимосвязи) ПК-3.2 Организует операционное управление деятельностью и компании, исходя из конкретных условий и потребности рынка ПК-3.3 Формирует комплекс маркетинга с учетом требований внешней среды ПК-3.4 Принимает	Знает и понимает бизнес-процессы организации; Умеет повышать результативность бизнес-процессов на основе определения требований, ресурсов, участников, критериев оценки и взаимосвязи Владеет навыками проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов; Знает методы определения потребностей рынка; Умеет организовывать операционное управление деятельности компании в условиях неопределённости внешней среды; Владеет навыками определения потребностей рынка Умеет анализировать маркетинговую среду и видеть («улавливать») перспективные направления развития компании; Умеет принимать маркетинговые решения в разрезе комплекса маркетинга с учетом ценностных установок потребителей и маркетинговой ситуации на основе анализа бизнес-среды Умеет формировать и продвигать ценностные предложения компании Знает основные составляющие управленческих решений и элементы системы управления; Умеет принимать результативные управленческие решения в части планирования, учета, контроля на основе анализа разнообразных данных Умеет корректировать все элементы системы управления Знает базовые понятия теории маркетинговых коммуникаций; структуру комплекса маркетинговых коммуникаций, цели, задачи и особенности основных и альтернативных видов продвижения;	-	УО-1

№ п/п	Контролируемые разделы учебной (производственной) практики	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
		управленческие решения в части планирования, учета, контроля и корректировки всех элементов системы управления на основе анализа разнообразных данных с использованием современных методов и моделей ПК-3.5 Формирует систему маркетинговых коммуникаций в компании	Умеет выбирать каналы продвижения товаров / компаний; Умеет формировать комплекс продвижения компании; Умеет осуществлять моделирование комплекса маркетинговых коммуникаций для предприятия; Владет навыками разработки системы маркетинговых коммуникаций организации		

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ (ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ) ПРАКТИКИ

Список основной литературы

1. Баркер Джоэл. Опережающее мышление: как увидеть новый тренд раньше других / Баркер Джоэл. – Москва: Альпина Паблишер, 2018. – 192 с. – ISBN 978-5-96141-859-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1077870>
2. Котлер Ф., Картаджайа Х., Сетиаван А. Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете / Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. – М.: Изд-во Бомбора, 2019. – 224 с.

3. Москалев С.М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе: Учебное пособие [Электронный ресурс] – Санкт-Петербург: СПбГАУ, 2018. – 101 с.
4. Сет Годин. Разрешительный маркетинг: как из незнакомца сделать друга и превратить его в покупателя / Сет Годин. – Москва: Альпина Паблишер, 2019. – 240 с. – Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1818849>
5. Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О. В. Китовой. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-013017-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1659834>

Дополнительные источники:

1. Родионова Н.В. Методы исследования в менеджменте. Организация исследовательской деятельности. Модуль 1 [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» / Н.В. Родионова. – Электрон. текстовые данные. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2019. – 415 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74894.html>
2. Основы научных исследований / Кузнецов И.Н., - 4-е изд. - М.: Дашков и К, 2018. - 284 с.: ISBN 978-5-394-02952-3 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415064>

Интернет-ресурсы:

1. <http://marketing.web-3.ru/research> – Портал «Маркетинг» объединяет все полезные ресурсы, касающиеся маркетинга, которые пригодятся в работе не только начинающих маркетологов, но и будут интересны специалистам по маркетингу.
2. <http://marketing.rbc.ru> – РБК. Исследования рынков – включает порядка 9 000 аналитических отчетов, среди которых: маркетинговые исследования, бизнес-планы, базы данных, периодические обзоры рынков, бесплатные шаблоны для маркетологов, аналитические статьи, анализ рынка и многое другое.
3. <http://www.gks.ru> – Федеральная служба государственной статистики (РОССТАТ) – содержит основные социально-экономические показатели России. Российская государственная статистика.
4. <http://www.wto.org/> – Всемирная торговая организация (World Trade Organization).
5. <http://www.worldbank.org/> – Всемирный банк (World Bank).
6. <https://jagajam.com/ru> – JagaJam Аналитическая платформа для построения

- эффективных коммуникаций брендов с аудиторией социальных сетей.
7. <http://www.nielsen.com/eu/en.html> – Отчеты компании Nielsen: News and reports of The Nielsen Company. Официальный сайт. - Режим доступа: URL:
 8. <http://iabrus.ru> – Некоммерческое партнерство содействия развитию интерактивной рекламы - The Interactive Advertising Bureau (IAB)
 9. <https://iabrus.ru/gnosis/> – Банк знаний Ассоциации развития интерактивной рекламы
 10. <https://www.akarussia.ru/> – Ассоциация Коммуникационных Агентств России (АКАР)
 11. <https://rdsa.ru/> – Ассоциация прямых продаж
 12. www.russianbranding.ru – Ассоциация Брендинговых Компаний России (АБКР)
 13. <http://mediascope.net/> – Сайт компании Mediascope
 14. <http://marketing.rbc.ru> – РБК. Исследования рынков – включает порядка 9 000 аналитических отчетов, среди которых: маркетинговые исследования, бизнес-планы, базы данных, периодические обзоры рынков, бесплатные шаблоны для маркетологов, аналитические статьи, анализ рынка и многое другое
 15. <http://www.gks.ru> – Федеральная служба государственной статистики – содержит основные социально-экономические показатели России. Российская государственная статистика.
 16. www.ecsocman.edu.ru – Образовательный портал НИУ ВШЭ
 17. www.hbl-russia.ru – Российская национальная библиотека (РНБ)
 18. www.auditorium.ru – Образовательный портал «Социально-гуманитарное и политическое образование»
 19. www.economics.edu.ru – Образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»
 20. https://sbermarketing.ru/news/marketing_trends2021 – Маркетинговые тренды в 2021
 21. <https://www.levina.team/trendy> – Шумахер А., Левина И. 20 трендов маркетинга в 2021 г.
 22. <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-i-socsetej-na-2021-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/> – Отчёт о состоянии цифровой сферы Global Digital 2021.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ (ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ) ПРАКТИКИ

В период прохождения производственной практики материально-технической базой являются учебные корпуса ДВФУ, организации различных форм собственности, производственно-экономические и аналитические службы (отделы) организаций различных видов деятельности и форм собственности, их основные средства, оборудование и техническое оснащение.

Минимальные требования к материально-техническому обеспечению:

- оборудованное рабочее место с компьютером и доступом в Интернет;
- доступ к поисковым системам.

Для организации самостоятельной работы студентам доступно следующее лабораторное оборудование и/или специализированные кабинеты, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности:

Специализированные кабинеты (адрес, номер, тип кабинет)	Наименование оборудования	Программное обеспечение, количество посадочных мест
<p>Компьютерный класс Школы экономики и менеджмента, ауд. G409, на 26 чел.</p> <p>Читальные залы Научной библиотеки ДВФУ с открытым доступом к фонду (корпус А - уровень 10)</p>	<p>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 со 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</p>	<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. 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. Microsoft Visio 2010 – векторный графический редактор, редактор диаграммы блок-схем для ОС Windows.</p> <p>Mozilla Firefox – веб-браузер 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</p>

Специализированные кабинеты (адрес, номер, тип кабинет)	Наименование оборудования	Программное обеспечение, количество посадочных мест
		<p>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 содноименным 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>

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.



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

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Департамент менеджмента и предпринимательства

О Т Ч Е Т
о прохождении производственной практики.
Технологическая (проектно-технологическая) практика

	Выполнил студент(-ка) гр. _____ _____ ФИО
Отчет защищен: с оценкой _____ _____	Руководитель практики уч. звание, должность _____ ФИО
подпись _____ И.О.Фамилия « ____ » _____ 202_ г.	
Регистрационный № _____ « ____ » _____ 202_ г.	Практика пройдена в срок с «__» _____ 202_ г. по «__» _____ 202_ г.
подпись _____ И.О.Фамилия	

г. Владивосток
202_



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

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА
Направление

Студент (ка) _____ группы _____

Обучающийся на _____ курсе по направлению подготовки/специальности _____

_____ направляется на практику в _____

По адресу _____ с _____ по _____

Согласно приказа № _____ от _____

На основании договора _____

Руководитель практики _____ должность, ФИО



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

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Индивидуальное задание по практике

Студент (-ка) _____

(*имя, отчество, фамилия*)

Школы экономики и менеджмента, _____ курса, группы _____

квалификации (степени) _____

Тема ВКР/магистерской диссертации (при необходимости): _____

Вопросы, подлежащие разработке:

1.

2.

.....

Окончательный срок сдачи отчета по практике: «___» _____ 202_ г

Преподаватель – руководитель практики _____ (дд.мм.гг.) _____ (подпись) _____ (расшифровка подписи)

Задание получил _____ (дд.мм.гг.) _____ (подпись) _____ (расшифровка подписи)



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

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Справка-подтверждение

Студент (ка) _____ прибыл _____ 202__ г в _____ для
прохождения _____ практики. Выбыл _____ 202__ г.

Руководитель организации _____ должность ФИО

МП



МИНИСТЕРСТВО 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.
 Технологической (проектно-технологическая) практики

ФИО студента _____

Период	Выполняемая работа	Выполнение
	Знакомство с целями, задачами и содержанием производственной практики.	
.....		
.....		
.....		
	Защита отчета	

Руководитель практики

ФИО

ДАТА



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

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Департамент менеджмента и предпринимательства

ХАРАКТЕРИСТИКА

Студента _ курса группы _____
Школы экономики и менеджмента
Дальневосточного федерального университета
направления подготовки _____

ФИО студента _____

ФИО студента в период с _____ 202_ года по _____ 202_ года проходила производственную практику на _____.

.....

.....

.....

Руководитель практики/предприятия

ФИО

ДАТА

Печать



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

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

*Практика в информационно-аналитической и организационно-
управленческой деятельности
для направления подготовки
38.04.02 Менеджмент
Программа магистратуры:
Управление бизнесом*

Владивосток
2023

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРАКТИКА В ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ И ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Целями практики являются:

- закрепление и развитие сформированных на предыдущих этапах обучения профессиональных компетенций магистранта;
- сбор и обработка эмпирического материала для подготовки выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации);
- подготовка и оформление выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

2. ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРАКТИКА В ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ И ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Задачи производственной практики:

Задачами практики, в зависимости от типа и темы выпускной квалификационной работы, могут являться следующие:

в организационно-управленческой деятельности:

- разработка стратегий и проектов развития организаций и их отдельных подразделений;
- формирование предпринимательской ориентации для обеспечения развития предпринимательства и организации;

в информационно-аналитической деятельности:

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

3. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРАКТИКА В ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ И ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) В СТРУКТУРЕ ОП

Производственная практика (в информационно-аналитической и организационно-управленческой деятельности) является обязательным разделом основной профессиональной образовательной программы подготовки магистров и направлена на формирование профессиональных компетенций, а также на приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности в области менеджмента, предусмотрена учебным планом по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, программа «Управление бизнесом», входит в блок 2 «Практики», часть,

формируемую участниками образовательных отношений, является обязательным этапом обучения магистра, специализирующегося в области управления бизнесом.

Форма представления результатов практики: Отчет.

Руководство практикой: Общее руководство – руководитель образовательной программой, определяет базы практики и согласовывает с заведующим кафедрой или директором департамента.

Непосредственное – руководитель практики от университета.

Не позднее четырнадцати календарных дней до начала практики руководитель практики:

1) должен обеспечить предоставление оформленного представления на формирование приказов о направлении обучающихся к месту прохождения практики;

2) разработать для обучающихся индивидуальные задания, выполняемые в период практики.

В течение семи дней до начала практики руководитель практики проводит инструктаж.

Семестровый план реализации практики:

Количество часов, отведенных на производственную практику (в информационно-аналитической и организационно-управленческой деятельности) в соответствии с образовательным стандартом направления подготовки и учебным планом:

4 семестр – 828 часов (практика 18 ч., самостоятельная работа 792 ч.), 23 зачетные единицы.

Общее количество часов: 828 (23 ЗЕТ).

4. ТИПЫ, СПОСОБЫ, МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРАКТИКА В ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ И ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Тип практики: практика в информационно-аналитической и организационно-управленческой деятельности.

Способ проведения – стационарная.

Форма проведения практики – концентрированно.

Место проведения практики. Практика проводится стационарно в организациях/лабораториях/ центрах и т.д. университета и партнеров. Производственная практика может проводиться также и в других государственных, муниципальных, общественных, коммерческих и некоммерческих организациях, предприятиях и учреждениях, осуществляющих научно-исследовательскую и/или иную деятельность в области управления.

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.

5. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРАКТИКА В ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ И ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Профессиональные компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по практике

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции и (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Информационно-аналитических	ПК-1 Способен выстраивать образы будущего на основе новых тенденций в разных областях профессиональной деятельности	ПК-1.1 Применяет количественные и качественные методы исследования для обоснования управленческих решений, построения экономических, финансовых, организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления ПК-1.2 Применяет методы анализа трендов и определяет на их основе направления развития компании ПК1.3 Анализирует и оценивает факторы, влияющие на создание новых продуктов, услуг и коммуникаций	Знает методы количественных и качественных исследований; Умеет определять перспективы развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды; Умеет обосновывать управленческие решения, строить экономические, финансовые, организационно-управленческие модели на основе количественных и качественных исследований; Знает приемы и методы сбора информации в digital среде, в том числе при помощи сервисов маркетинговой аналитики; Умеет определять основные направления развития компании на основе анализа изменения маркетинговой среды; Умеет принимать результативные решения на основе анализа трендов на рынке; Знает методы исследования факторов внешней среды организации; Знает факторы, влияющие на поведение потребителей, особенности принятия потребительских решений, факторы и методы формирования спроса и лояльности потребителей на отраслевых, территориальных рынках; Умеет отыскивать перспективные и прибыльные сегменты / ниши на рынке; Умеет анализировать поведение потребителей экономических благ и факторы, на него влияющие; формировать спрос и лояльность потребителей на отраслевых, территориальных рынках Умеет определять наиболее важные параметры

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции и (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
		<p>ПК 1.4 Выявляет, анализирует возможности для повышения эффективности управления компанией</p> <p>ПК 1.5 Формирует цифровую репутацию компании на основе цифровых следов</p>	<p>ценности продукта для потребителей на основе подходов дизайн-мышления, Customer Development, JTBD;</p> <p>Умеет выявлять и анализировать возможности для повышения эффективности управления компанией в условиях турбулентной среды;</p> <p>Владеет навыками оценки эффективности каналов продвижения в сервисах веб-аналитики; методами оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды;</p> <p>Знает направления исследований в области продвижения; сущность веб-аналитики, ее современные тенденции развития, технологии и сервисы</p> <p>Умеет собирать цифровые следы компании;</p> <p>Умеет формировать репутацию компании в digital пространстве;</p> <p>Умеет описывать параметры целевой аудитории и исследовать ее медиа-поведение и медиа-предпочтения; проводить исследование коммуникационных возможностей рекламного рынка; выявлять тенденции в поведении посетителей сайта;</p> <p>Умеет формировать репутацию компании в digital пространстве;</p> <p>Владеет навыками разработки инструментария для исследования медиапредпочтений и медиаповедения целевой аудитории</p>
Организационно-управленческий	ПК-2 Способен разрабатывать стратегии развития компании (корпоративную, бизнес, функциональные), планы и программы их реализации	<p>ПК 2.1 - Разрабатывает стратегии развития компании с использованием инструментов анализа внешней и внутренней среды</p> <p>ПК 2.2 - Формирует стратегии маркетинга на корпоративном и функциональном уровнях с учетом требований внешней среды</p>	<p>Знает основные принципы и методы разработки стратегии развития компании, плана и программы;</p> <p>Умеет анализировать внутреннюю и внешнюю среду компании;</p> <p>Умеет разрабатывать стратегии развития компании (корпоративную, бизнеса, функциональные), планы и программы их реализации;</p> <p>Умеет разрабатывать стратегию маркетинга на корпоративном уровне;</p> <p>Умеет формировать и реализовывать стратегии маркетинга (на функциональном и инструментальном уровнях);</p> <p>Умеет разрабатывать маркетинговые программы для предприятия с учетом факторов маркетинговой среды;</p> <p>Умеет оценивать результативность</p>

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции и (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
		<p>ПК 2.3 - Разрабатывает стратегии продвижения продукта / компании / бренда, в том числе в сети «Интернет»</p> <p>ПК 2.4 - Разрабатывает и реализовывает проекты изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией</p> <p>ПК 2.5 - Применяет современные инструменты при реализации бизнес и организационных проектов</p>	<p>маркетинговой деятельности предприятия</p> <p>Знает процесс планирования маркетинговых коммуникаций; методы расчета бюджета продвижения и методы оценки эффективности продвижения; понятийный аппарат, содержание и структуру цифрового маркетинга; инновационные направления развития цифрового маркетинга, способствующие эффективным продажам; рекламные кабинеты и сервисы настройки и размещения рекламы в интернет;</p> <p>Умеет формировать аватары / портреты потребителя;</p> <p>Умеет разрабатывать совокупность стратегических решений в области продвижения организации; моделировать комплекс диджитал-продвижения для предприятия определенной специализации; разрабатывать формы цифрового маркетинга для предприятий определенной специализации, способствующие эффективным продажам;</p> <p>Умеет анализировать рекламную активность конкурентов;</p> <p>Умеет разрабатывать программу продвижения компании;</p> <p>Умеет разрабатывать стратегии позиционирования брендов, конкурентные стратегии, стратегии продвижения в долгосрочной и краткосрочной перспективе, в том числе в сети «Интернет» для вывода бренда на рынок с учетом стратегического видения компании, с расчетом целевых показателей;</p> <p>Умеет разрабатывать платформу бренда;</p> <p>Владеет методами расчета бюджета продвижения и методами оценки эффективности продвижения; технологиями планирования маркетинговых коммуникаций предприятия; навыками разработки структуры комплекса диджитал-продвижения для предприятий разной специализации и разработки landing page; навыками разработки стратегии диджитал-продвижения для предприятий определенной, способствующие эффективным продажам; навыками разработки программы формирования бренда с помощью цифрового маркетинга</p> <p>Знает подходы к разработке проектов</p>

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции и (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
			<p>изменения компании; Умеет разрабатывать и реализовывать проекты изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией; Знает результативные инструменты для реализации бизнес и организационных проектов; Умеет применять современные инструменты при реализации бизнес и организационных проектов Владеет навыками управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;</p>
	<p>ПК-3 Способен к построению систем менеджмента, в том числе комплекса маркетинга, для администрирования и управления компанией</p>	<p>ПК-3.1 Применяет техники организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов (определение требований, ресурсов, участников, критериев оценки и взаимосвязи) ПК-3.2 Организовывает операционное управление деятельности компании, исходя из конкретных условий и потребностей рынка ПК-3.3 Формирует комплекс маркетинга с учетом требований внешней среды ПК-3.4 Принимает управленческие</p>	<p>Знает и понимает бизнес-процессы организации; Умеет повышать результативность бизнес-процессов на основе определения требований, ресурсов, участников, критериев оценки и взаимосвязи Владеет навыками проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов; Знает методы определения потребностей рынка; Умеет организовывать операционное управление деятельности компании в условиях неопределённости внешней среды; Владеет навыками определения потребностей рынка Умеет анализировать маркетинговую среду и видеть («улавливать») перспективные направления развития компании; Умеет принимать маркетинговые решения в разрезе комплекса маркетинга с учетом ценностных установок потребителей и маркетинговой ситуации на основе анализа бизнес-среды Умеет формировать и продвигать ценностные предложения компании Знает основные составляющие управленческих решений и элементы системы управления; Умеет принимать результативные управленческие решения в части планирования, учета, контроля на основе анализа разнообразных данных Умеет корректировать все элементы системы управления</p>

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции и (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
		<p>решения в части планирования, учета, контроля и корректировки всех элементов системы управления на основе анализа разнообразных данных с использованием современных методов и моделей ПК-3.5 Формирует систему маркетинговых коммуникаций в компании</p>	<p>Знает базовые понятия теории маркетинговых коммуникаций; структуру комплекса маркетинговых коммуникаций, цели, задачи и особенности основных и альтернативных видов продвижения; Умеет выбирать каналы продвижения товаров / компаний; Умеет формировать комплекс продвижения компании; Умеет осуществлять моделирование комплекса маркетинговых коммуникаций для предприятия; Владеет навыками разработки системы маркетинговых коммуникаций организации</p>
Предпринимательский	<p>ПК-4 Способен создавать и продвигать клиентоориентированные бизнесы на основе современных концепций развития потребителей (Customer Development, дизайн-мышление, сервисное мышление и т.д.)</p>	<p>ПК-4.1 Генерирует и тестирует идеи для создания новых ценностей (продуктов, процессов, бизнеса) ПК-4.2 Разрабатывает и развивает бизнес-модели (в том числе финансовые, инвестиционные и пр.) как новых, так и существующих компаний ПК-4.3 Разрабатывает бизнес-планы компаний, новых направлений деятельности и мероприятий ПК-4.4 Разрабатывает, тестирует и</p>	<p>Знает процесс и принципы предпринимательства; Умеет генерировать идеи на основе анализа трендов, пробелов на рынке, болей потребителей; Умеет применять методы дизайн-мышления для поиска и тестирования идей для создания новых ценностей Знает основные подходы к разработке бизнес-моделей компаний и ключевые элементы бизнес-моделей; Умеет применять основные подходы к разработке бизнес-моделей новых компаний; Умеет применять методы анализа бизнес-моделей существующих компаний и использовать результаты анализа для развития бизнес-моделей; Умеет формировать задачи и структуру бизнес-плана компании, новых направлений деятельности и мероприятий; Умеет разработать финансовую модель для новой компании, новых направлений деятельности; Умеет составить финансовый план и провести инвестиционный анализ для новой компании, новых направлений деятельности и мероприятий; Умеет планировать и проводить кросс-культурные исследования;</p>

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции и (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
		внедряет новые продукты, создаёт нематериальные активы (брендов) и управляет ими ПК-4.5 Развивает потребителей на основе поиска ценных инсайтов и приёмов нейромаркетинга	<p>Умеет отыскивать перспективные товарные рынки на азиатских рынках;</p> <p>Умеет разрабатывать программу продвижения товаров на азиатские рынки;</p> <p>Знает основные подходы к созданию и развитию продуктов и услуг: Customer Development, Lean Startup и Дизайн мышления;</p> <p>Умеет применять инструменты Customer Development, Lean Startup и Дизайн мышления для разработки, тестирования новых продуктов и управления ими;</p> <p>Умеет разрабатывать MVP (минимально жизнеспособный продукт) и тестировать его, применяя подход Lean Startup</p> <p>Умеет разработать проект по созданию для компании нового продукта, (услуги), бренда с учетом потребностей рынка, выбора целевых сегментов потребителей и возможностей (ресурсов) компании, опираясь на понимание рыночной ситуации, тренды, включая все этапы разработки бренда от исследований, до плана по выводу бренда на рынок в офлайн и онлайн пространстве;</p> <p>Знает особенности проведения нейромаркетингового исследования;</p> <p>Умеет участвовать в разработке стратегий нейромаркетинга и практическом применении релевантных подходов, методов и инструментов;</p> <p>Умеет применять технологии дизайн-мышления для поиска ценных инсайтов от потенциальных потребителей (карта эмпатии, путь пользователя, кластеризация)</p> <p>Умеет проводить проблемное и решенческое интервью с потенциальными потребителями для поиска инсайтов и проверки гипотез</p> <p>Умеет формировать ценностное предложение на основе применения методов исследования целевой аудитории</p>

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРАКТИКА В ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ И ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ), В ТОМ ЧИСЛЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

Общая трудоемкость преддипломной практики составляет 23 зачётные единицы, 828 часов (в т.ч., контактная работа – 36 часов).

Структура практики:

№ п/п	Этапы практики	Виды работ на практике, в том числе практическая подготовка и самостоятельная работа студентов	Трудоемкость (в часах)	Форма текущего контроля
1	Получение задания от руководителя практики (приложение 1)	Консультация с руководителем	4	Собеседование
2	Аналитический	<p>Сбор и обработка информации, разработка материалов согласно заданию, консультации с руководителем практики</p> <p>Описание компании (краткая характеристика организации, основные экономические показатели, оперативные и стратегические цели ее развития).</p> <p>Описание текущего состояния процессов компании, наличие в них проблем с точки зрения стратегии развития компании (<i>рыночная ситуация, конкуренция, реальные и потенциальные конфликты и кризисы</i>).</p> <p>Описание методов и инструментов получения данных/информации (проведен анализ финансово-экономических показателей, наблюдение за процессом, опрос сотрудников и т.п.) необходимость изменений.</p>	264	Собеседование
3	Управленческий (принятие решений)	<p>Принятие решение по итогам проведенного анализа данных, экономическое обоснование принятых решений, консультации с руководителем практики</p> <p>Описание желаемого состояния - образа будущего процессов (или всей компании), в отношении которых планируются изменения.</p> <p>Определение основных характеристик цели (можно по SMART), как поймем, что цель достигнута.</p> <p>Определение сильных сторон/возможностей для проведения изменений</p> <p>Сбор и анализ необходимых данных, имеющих – отношение к целям изменений, например, о рынке, конкурентах, экономической ситуации в отрасли, регионе, развитии технологий, политических или экологических ограничениях проекта (маркетинговые исследования (опросы/интервью/наблюдения) и т.д).</p> <p>Определение ограничений, которые могут сдерживать проектирование и внедрение изменений</p> <p>Сбор и анализ необходимых данных (на</p>	264	Собеседование

		основе документов, опросов, интервью, баз статистических данных), имеющих отношение к проекту, например, о персонале компании, оценочных показателях, относящихся к проблеме (финансово – экономических и др.). Обоснование проектного предложения по проведению организационных изменений Краткое описание основных идей проекта и того, как было выработано проектное предложение.		
4	Предпринимательский (тестирование решения)	Тестирование решения, консультации с руководителем практики Что конкретно планируется получить в результате реализации проекта (новый процесс, услуга, система), как будет проведено достижение результата Каковы показатели и индикаторы результативности проекта? Какая ключевая ценность вашего проекта?	264	Собеседование
5	Заключительный	Подготовка и защита отчета	32	Отчет

Форма обучения – очная

№	Наименование раздела дисциплины	Се м е с т р	Количество часов по видам учебных занятий и работы обучающегося			Формы промежуточной аттестации
			Пр	СР	Конт роль	
1	Тема 1 Сбор информации	4	12	264	-	Собеседование
2	Тема 2 Принятие управленческих решений	4	12	264	-	Собеседование
3	Тема 3 Тестирование решений	4	12	264	-	Собеседование
	Итого:		36	792		

Структура и содержание практической части курса (практические занятия)

Практическое занятие 1. Анализ проблемной области: правила и инструменты

Практическое занятие 2. Принятие управленческих решений на основе анализа проблемной области: технологии и подходы

Практическое занятие 3. Тестирование решение: подходы / лучшие практики

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ НА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ (ПРАКТИКА В ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ И ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Целью самостоятельной работы студентов является овладение необходимыми компетенциями по своему направлению подготовки, опытом творческой, исследовательской и практической деятельности.

Формы самостоятельной работы студентов на производственной

практике:

- работа с основной и дополнительной литературой, Интернет-ресурсами;
- самостоятельное ознакомление с материалами для проведения практики, представленным на электронных носителях, в библиотеке образовательного учреждения;

- подготовка реферативных обзоров источников периодической печати, опорных конспектов, заранее определенных руководителем практики;
- работа над проектом;
- подготовка и защита отчета по практике;
- другие виды деятельности, организуемые и осуществляемые образовательным учреждением и органами студенческого самоуправления.

Требования к отчету:

Отчет составляется на основе материалов, собранных при работе над всеми разделами программы практики.

Структурными элементами отчета являются:

- титульный лист (Приложение А);
- направление на практику (Приложение Б);
- индивидуальное задание по практике (Приложение В);
- справка-подтверждение о прохождении практики (Приложение Г);
- дневник прохождения производственной практики (Приложение Д);
- характеристика от предприятия/руководителя (Приложение Е);
- оглавление;
- термины, определения, сокращения (при необходимости);
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости).

Текст отчета оформляется в соответствии с ГОСТ 7.32-2017 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе», пункт 6.

Отчет по практике готовится с использованием текстового редактора Microsoft Word (или его аналога) и сохраняется в виде файла в форматах .doc или docx с использованием 1,5 интервала и применением 14 размера шрифта Times New Roman.

Отчет предоставляется на листах формата А4, верхнее и нижнее поля - 20 мм, правое - 15 мм, левое - 30 мм, выравнивание текста - по ширине, абзацный отступ - 1,25 см.

Объем отчета (без учета титульного листа, отзыва руководителя практики, индивидуального задания, дневника, характеристики, справки-подтверждения и приложений) должен составлять не менее 15 страниц печатного текста.

Требования к содержательной части введения, основной части, заключения, характеристики и т.д.

Во введении студент излагает цели и задачи практики, прописывает виды

планируемых работ.

В основной части работы студент проводит анализ проблемной области, определяет текущее состояние компании (1) краткая характеристика организации, основные экономические показатели, оперативные и стратегические цели ее развития; приводит описание текущего состояния процессов компании, наличие в них проблем с точки зрения стратегии развития компании (*рыночная ситуация, конкуренция, потребители*); представляет аргументацию необходимости изменений; проводит анализ заинтересованных сторон; 2) описание желаемого состояния - образа будущего процессов (или всей компании), в отношении которых планируются изменения. Определение основных характеристик цели по SMART; 3) Что конкретно планируется получить в результате реализации проекта(новый процесс, услуга, система), как будет проведено достижение результата.

В заключении студент описывает выводы по проекту, чего удалось достичь / что не получилось, какие компетенции удалось сформировать, а какие развить.

8. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ), включая перечень форм оценивания, применяемых на различных этапах формирования компетенций в ходе выполнения заданий по производственной практике «Практика в информационно-аналитической и организационно-управленческой деятельности»

№ п/п	Контролируемые разделы учебной (производственной) практики	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1.	Индивидуальное задание на производственную практику	<p>ПК-1.1 Применяет количественные и качественные методы исследования для обоснования управленческих решений, построения экономических, финансовых, организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления</p> <p>ПК-1.2 Применяет методы анализа трендов и определяет на их основе направления развития компании</p> <p>ПК1.3 Анализирует и оценивает факторы, влияющие на создание новых продуктов, услуг и коммуникаций</p> <p>ПК 1.4 Выявляет, анализирует возможности для повышения эффективности управления компанией</p> <p>ПК 1.5 Формирует цифровую репутацию компании на основе цифровых следов</p>	<p>Знает методы количественных и качественных исследований;</p> <p>Умеет определять перспективы развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды;</p> <p>Умеет обосновывать управленческие решения, строить экономические, финансовые, организационно-управленческие модели на основе количественных и качественных исследований;</p> <p>Знает приемы и методы сбора информации в digital среде, в том числе при помощи сервисов маркетинговой аналитики;</p> <p>Умеет определять основные направления развития компании на основе анализа изменения маркетинговой среды;</p> <p>Умеет принимать результативные решения на основе анализа трендов на рынке;</p> <p>Знает методы исследования факторов внешней среды организации;</p> <p>Знает факторы, влияющие на поведение потребителей, особенности принятия потребительских решений, факторы и методы формирования спроса и лояльности потребителей на отраслевых, территориальных рынках;</p> <p>Умеет отыскивать перспективные и прибыльные сегменты / ниши на рынке;</p> <p>Умеет анализировать поведение потребителей экономических благ и факторы, на него влияющие; формировать спрос и лояльность потребителей на отраслевых, территориальных рынках</p> <p>Умеет определять наиболее важные параметры ценности продукта для потребителей на основе подходов дизайн-мышления, Customer Development, JTBD;</p> <p>Умеет выявлять и анализировать возможности для повышения</p>	ПР-16	-

			<p>эффективности управления компанией в условиях турбулентной среды;</p> <p>Владеет навыками оценки эффективности каналов продвижения в сервисах веб-аналитики; методами оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды;</p> <p>Знает направления исследований в области продвижения; сущность веб-аналитики, ее современные тенденции развития, технологии и сервисы</p> <p>Умеет собирать цифровые следы компании;</p> <p>Умеет формировать репутацию компании в digital пространстве;</p> <p>Умеет описывать параметры целевой аудитории и исследовать ее медиа-поведение и медиа-предпочтения; проводить исследование коммуникационных возможностей рекламного рынка; выявлять тенденции в поведении посетителей сайта;</p> <p>Умеет формировать репутацию компании в digital пространстве;</p> <p>Владеет навыками разработки инструментария для исследования медиапредпочтений и медиаповедения целевой аудитории</p>		
2.	Выполнение отчета по производственной практике	<p>ПК 2.1 - Разрабатывает стратегии развития компании с использованием инструментов анализа внешней и внутренней среды</p> <p>ПК 2.2 - Формирует стратегии маркетинга на корпоративном и функциональном уровнях с учетом требований внешней среды</p> <p>ПК 2.3 - Разрабатывает стратегии продвижения продукта / компании / бренда, в том числе в сети «Интернет»</p> <p>ПК 2.4 - Разрабатывает и реализовывает проекты изменения процессов</p>	<p>Знает основные принципы и методы разработки стратегии развития компании, плана и программы;</p> <p>Умеет анализировать внутреннюю и внешнюю среду компании;</p> <p>Умеет разрабатывать стратегии развития компании (корпоративную, бизнеса, функциональные), планы и программы их реализации;</p> <p>Умеет разрабатывать стратегию маркетинга на корпоративном уровне;</p> <p>Умеет формировать и реализовывать стратегии маркетинга (на функциональном и инструментальном уровнях);</p> <p>Умеет разрабатывать маркетинговые программы для предприятия с учетом факторов маркетинговой среды;</p> <p>Умеет оценивать результативность маркетинговой деятельности предприятия</p> <p>Знает процесс планирования маркетинговых коммуникаций; методы расчета бюджета продвижения и методы оценки эффективности продвижения; понятийный аппарат, содержание</p>	ПР-16	-

		<p>деятельности компании в соответствии с ее стратегией</p> <p>ПК 2.5 - Применяет современные инструменты при реализации бизнес и организационных проектов</p>	<p>и структуру цифрового маркетинга; инновационные направления развития цифрового маркетинга, способствующие эффективным продажам; рекламные кабинеты и сервисы настройки и размещения рекламы в интернет;</p> <p>Умеет формировать аватары / портреты потребителя;</p> <p>Умеет разрабатывать совокупность стратегических решений в области продвижения организации; моделировать комплекс диджитал-продвижения для предприятия определенной специализации; разрабатывать формы цифрового маркетинга для предприятий определенной специализации, способствующие эффективным продажам;</p> <p>Умеет анализировать рекламную активность конкурентов;</p> <p>Умеет разрабатывать программу продвижения компании;</p> <p>Умеет разрабатывать стратегии позиционирования брендов, конкурентные стратегии, стратегии продвижения в долгосрочной и краткосрочной перспективе, в том числе в сети «Интернет» для вывода бренда на рынок с учетом стратегического видения компании, с расчетом целевых показателей;</p> <p>Умеет разрабатывать платформу бренда;</p> <p>Владеет методами расчета бюджета продвижения и методами оценки эффективности продвижения; технологиями планирования маркетинговых коммуникаций предприятия; навыками разработки структуры комплекса диджитал-продвижения для предприятий разной специализации и разработки landing page; навыками разработки стратегии диджитал-продвижения для предприятий определенной, способствующие эффективным продажам; навыками разработки программы формирования бренда с помощью цифрового маркетинга</p> <p>Знает подходы к разработке проектов изменения компании;</p> <p>Умеет разрабатывать и реализовывать проекты изменения процессов деятельности компании в соответствии с ее стратегией;</p> <p>Знает результативные инструменты для реализации бизнес и организационных проектов;</p>		
--	--	---	---	--	--

			<p>Умеет применять современные инструменты при реализации бизнес и организационных проектов</p> <p>Владеет навыками управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;</p>		
		<p>ПК-4.1 Генерирует и тестирует идеи для создания новых ценностей (продуктов процессов, бизнеса)</p> <p>ПК-4.2 Разрабатывает и развивает бизнес-модели (в том числе финансовые, инвестиционные и пр.) как новых, так и существующих компаний</p> <p>ПК-4.3 Разрабатывает бизнес-планы компаний, новых направлений деятельности и мероприятий</p> <p>ПК-4.4 Разрабатывает, тестирует и внедряет новые продукты, создаёт нематериальные активы (брендов) и управляет ими</p> <p>ПК-4.5 Развивает потребителей на основе поиска ценных инсайтов и приёмов нейромаркетинга</p>	<p>Знает процесс и принципы предпринимательства;</p> <p>Умеет генерировать идеи на основе анализа трендов, пробелов на рынке, болей потребителей;</p> <p>Умеет применять методы дизайн-мышления для поиска и тестирования идей для создания новых ценностей</p> <p>Знает основные подходы к разработке бизнес-моделей компаний и ключевые элементы бизнес-моделей;</p> <p>Умеет применять основные подходы к разработке бизнес-моделей новых компаний;</p> <p>Умеет применять методы анализа бизнес-моделей существующих компаний и использовать результаты анализа для развития бизнес-моделей;</p> <p>Умеет формировать задачи и структуру бизнес-плана компании, новых направлений деятельности и мероприятий;</p> <p>Умеет разработать финансовую модель для новой компании, новых направлений деятельности;</p> <p>Умеет составить финансовый план и провести инвестиционный анализ для новой компании, новых направлений деятельности и мероприятий;</p> <p>Умеет планировать и проводить кросс-культурные исследования;</p> <p>Умеет отыскивать перспективные товарные рынки на азиатских рынках;</p> <p>Умеет разрабатывать программу продвижения товаров на азиатские рынки;</p> <p>Знает основные подходы к созданию и развитию продуктов и услуг: Customer Development, Lean Startup и Дизайн мышления;</p> <p>Умеет применять инструменты Customer Development, Lean Startup и Дизайн мышления для разработки, тестирования новых продуктов и управления ими;</p>		

			<p>Умеет разрабатывать MVP (минимально жизнеспособный продукт) и тестировать его, применяя подход Lean Startup</p> <p>Умеет разработать проект по созданию для компании нового продукта, (услуги), бренда с учетом потребностей рынка, выбора целевых сегментов потребителей и возможностей (ресурсов) компании, опираясь на понимание рыночной ситуации, тренды, включая все этапы разработки бренда от исследований, до плана по выводу бренда на рынок в офлайн и онлайн пространстве;</p> <p>Знает особенности проведения нейромаркетингового исследования;</p> <p>Умеет участвовать в разработке стратегий нейромаркетинга и практическом применении релевантных подходов, методов и инструментов;</p> <p>Умеет применять технологии дизайн-мышления для поиска ценных инсайтов от потенциальных потребителей (карта эмпатии, путь пользователя, кластеризация)</p> <p>Умеет проводить проблемное и решенческое интервью с потенциальными потребителями для поиска инсайтов и проверки гипотез</p> <p>Умеет формировать ценностное предложение на основе применения методов исследования целевой аудитории</p>		
3.	Защита отчета по практике	<p>ПК-3.1 Применяет техники организационного проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов (определение требований, ресурсов, участников, критериев оценки и взаимосвязи)</p> <p>ПК-3.2 Организовывает операционное управление деятельности компании, исходя из конкретных условий и потребностей рынка</p> <p>ПК-3.3 Формирует комплекс маркетинга с учетом требований внешней среды</p>	<p>Знает и понимает бизнес-процессы организации;</p> <p>Умеет повышать результативность бизнес-процессов на основе определения требований, ресурсов, участников, критериев оценки и взаимосвязи</p> <p>Владеет навыками проектирования, построения и улучшения бизнес-процессов;</p> <p>Знает методы определения потребностей рынка;</p> <p>Умеет организовывать операционное управление деятельности компании в условиях неопределённости внешней среды;</p> <p>Владеет навыками определения потребностей рынка</p> <p>Умеет анализировать маркетинговую среду и видеть («улавливать») перспективные направления развития компании;</p> <p>Умеет принимать маркетинговые решения в разрезе комплекса маркетинга с учетом ценностных установок потребителей и маркетинговой ситуации на основе анализа бизнес-среды</p>	-	УО-1

		<p>ПК-3.4 Принимает управленческие решения в части планирования, учета, контроля и корректировки всех элементов системы управления на основе анализа разнообразных данных с использованием современных методов и моделей</p> <p>ПК-3.5 Формирует систему маркетинговых коммуникаций в компании</p>	<p>Умеет формировать и продвигать ценностные предложения компании</p> <p>Знает основные составляющие управленческих решений и элементы системы управления;</p> <p>Умеет принимать результативные управленческие решения в части планирования, учета, контроля на основе анализа разнообразных данных</p> <p>Умеет корректировать все элементы системы управления</p> <p>Знает базовые понятия теории маркетинговых коммуникаций; структуру комплекса маркетинговых коммуникаций, цели, задачи и особенности основных и альтернативных видов продвижения;</p> <p>Умеет выбирать каналы продвижения товаров / компаний;</p> <p>Умеет формировать комплекс продвижения компании;</p> <p>Умеет осуществлять моделирование комплекса маркетинговых коммуникаций для предприятия;</p> <p>Владеет навыками разработки системы маркетинговых коммуникаций организации</p>		
--	--	--	--	--	--

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРАКТИКА В ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ И ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Список основной литературы

1. Баркер Джоэл. Опережающее мышление: как увидеть новый тренд раньше других / Баркер Джоэл. – Москва: Альпина Паблишер, 2018. – 192 с. – ISBN 978-5-96141-859-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1077870>
2. Васильев, Г.А. Электронный бизнес и реклама в Интернете: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)» / Г.А. Васильев, Д.А. Забегалин. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 183 с. - ISBN 978-5-238-01346-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028903>
3. Клифтон Б. Google Analytics для профессионалов. Москва: Вильямс, 2017. – 608 с.
4. Котлер Ф., Картаджайа Х., Сетиаван А. Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете / Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. – М.: Изд-во Бомбора, 2019. – 224 с.
5. Москалев С.М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе: Учебное пособие [Электронный ресурс] – Санкт-Петербург: СПбГАУ, 2018. – 101 с.
6. Сет Годин. Разрешительный маркетинг: как из незнакомца сделать друга и превратить его в покупателя / Сет Годин. – Москва: Альпина Паблишер, 2019. – 240 с.
7. -2. – Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1818849>
8. Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О. В. Китовой. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-013017-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1659834>

Дополнительные источники:

1. Родионова Н.В. Методы исследования в менеджменте. Организация исследовательской деятельности. Модуль 1 [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» / Н.В. Родионова. – Электрон. текстовые данные. – М.:

- ЮНИТИ-ДАНА, 2019. – 415 с. – Режим доступа:
<http://www.iprbookshop.ru/74894.html>
2. Основы научных исследований / Кузнецов И.Н., - 4-е изд. - М.: Дашков и К, 2018. - 284 с.: ISBN 978-5-394-02952-3 - Режим доступа:
<http://znanium.com/catalog/product/415064>

Интернет-ресурсы:

1. <http://marketing.web-3.ru/research> – Портал «Маркетинг» объединяет все полезные ресурсы, касающиеся маркетинга, которые пригодятся в работе не только начинающих маркетологов, но и будут интересны специалистам по маркетингу.
2. <http://marketing.rbc.ru> – РБК. Исследования рынков – включает порядка 9 000 аналитических отчетов, среди которых: маркетинговые исследования, бизнес-планы, базы данных, периодические обзоры рынков, бесплатные шаблоны для маркетологов, аналитические статьи, анализ рынка и многое другое.
3. <http://www.gks.ru> – Федеральная служба государственной статистики (РОССТАТ) – содержит основные социально-экономические показатели России. Российская государственная статистика.
4. <http://www.wto.org/> – Всемирная торговая организация (World Trade Organization).
5. <http://www.worldbank.org/> – Всемирный банк (World Bank).
6. <https://jagajam.com/ru> – JagaJam Аналитическая платформа для построения эффективных коммуникаций брендов с аудиторией социальных сетей.
7. <http://www.nielsen.com/eu/en.html> – Отчеты компании Nielsen: News and reports of The Nielsen Company. Официальный сайт. - Режим доступа: URL:
8. <http://iabrus.ru> – Некоммерческое партнерство содействия развитию интерактивной рекламы - The Interactive Advertising Bureau (IAB)
9. <https://iabrus.ru/gnosis/> – Банк знаний Ассоциации развития интерактивной рекламы
10. <https://www.akarussia.ru/> – Ассоциация Коммуникационных Агентств России (АКАР)
11. <https://rdsa.ru/> – Ассоциация прямых продаж
12. www.russianbranding.ru – Ассоциация Брендинговых Компаний России (АБКР)
13. <http://mediascope.net/> – Сайт компании Mediascope
14. <http://marketing.rbc.ru> – РБК. Исследования рынков – включает порядка 9 000 аналитических отчетов, среди которых: маркетинговые исследования, бизнес-планы, базы данных, периодические обзоры рынков, бесплатные шаблоны для маркетологов, аналитические статьи, анализ рынка и многое

другое

15. <http://www.gks.ru> – Федеральная служба государственной статистики – содержит основные социально-экономические показатели России. Российская государственная статистика.
16. www.ecsocman.edu.ru – Образовательный портал НИУ ВШЭ
17. www.hbl-russia.ru – Российская национальная библиотека (РНБ)
18. www.auditorium.ru – Образовательный портал «Социально-гуманитарное и политическое образование»
19. www.economics.edu.ru – Образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»
20. https://sbermarketing.ru/news/marketing_trends2021 – Маркетинговые тренды в 2021
21. <https://www.levina.team/trendy> – Шумахер А., Левина И. 20 трендов маркетинга в 2021 г.
22. <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-i-socsetej-na-2021-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/> – Отчёт о состоянии цифровой сферы Global Digital 2021.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (В ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ И ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

В период прохождения производственной практики материально-технической базой являются учебные корпуса ДВФУ, организации различных форм собственности, производственно-экономические и аналитические службы (отделы) организаций различных видов деятельности и форм собственности, их основные средства, оборудование и техническое оснащение.

Минимальные требования к материально-техническому обеспечению:

- оборудованное рабочее место с компьютером и доступом в Интернет;
- доступ к поисковым системам.

Для организации самостоятельной работы студентам доступно следующее лабораторное оборудование и/или специализированные кабинеты, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности:

Специализированные кабинеты (адрес, номер, тип кабинет)	Наименование оборудования	Программное обеспечение, количество посадочных мест
Компьютерный класс Школы экономики и менеджмента,	Моноблок HP PгоОпе 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-	7Zip 16.04 – свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных;

Специализированные кабинеты (адрес, номер, тип кабинет)	Наименование оборудования	Программное обеспечение, количество посадочных мест
<p>ауд. G409, на 26 чел.</p> <p>Читальные залы Научной библиотеки ДВФУ с открытым доступом к фонду (корпус А - уровень 10)</p>	<p>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 цветowych спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками</p>	<p>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 диаграммы 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), твердотельных 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>

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.



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

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Департамент менеджмента и предпринимательства

О Т Ч Е Т

о прохождении производственной практики (в информационно-аналитической и организационно-управленческой деятельности)

Выполнил студент(-ка)
гр. _____

_____ ФИО

Отчет защищен:
с оценкой _____

_____ И.О.Фамилия
подпись
« ____ » _____ 202_ г.

Руководитель практики
уч.звание, должность

_____ ФИО

Регистрационный № _____
« ____ » _____ 202_ г.

_____ И.О.Фамилия
подпись

Практика пройдена в срок

с «__» _____ 202_ г.

по «__» _____ 202_ г.

г. Владивосток
202_



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

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА
Направление

Студент (ка) _____ группы _____

Обучающийся на _____ курсе по направлению подготовки/специальности _____

_____ направляется на практику в _____

По адресу _____ с _____ по _____

Согласно приказа № _____ от _____

На основании договора _____

Руководитель практики _____ должность, ФИО



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

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Индивидуальное задание по практике

Студент (-ка) _____

(*имя, отчество, фамилия*)

Школы экономики и менеджмента, _____ курса, группы _____

квалификации (степени) _____

Тема ВКР/магистерской диссертации (при необходимости): _____

Вопросы, подлежащие разработке:

1.

2.

.....

Окончательный срок сдачи отчета по практике: «___» _____ 202_ г.

Преподаватель – руководитель практики _____ (дд.мм.гг.) _____ (подпись) _____ (расшифровка подписи)

Задание получил _____ (дд.мм.гг.) _____ (подпись) _____ (расшифровка подписи)



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

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Справка-подтверждение

Студент (ка) _____ прибыл _____ 202__ г в _____ для прохождения
_____ практики. Выбыл _____ 202__ г.

Руководитель организации _____ должность ФИО

МП



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

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ДНЕВНИК

прохождения производственной практики

ФИО студента _____

Период	Выполняемая работа	Выполнение
	Знакомство с целями, задачами и содержанием производственной практики.	
.....		
.....		
.....		
	Защита отчета	

Руководитель практики

ФИО

ДАТА



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

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Департамент/базовая кафедра _____

ХАРАКТЕРИСТИКА

Студента _ курса группы _____
Школы экономики и менеджмента
Дальневосточного федерального университета
направления подготовки _____

ФИО студента _____

ФИО студента в период с _____ 202_ года по _____ 202_ года
проходила производственную практику на _____.

.....

.....

.....

Руководитель практики/предприятия

ФИО

ДАТА

Печать