

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 26.02.2024 17:26:14

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fad578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

**“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”**

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

«22» февраля 2024 г.

 С.С. Юров

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ  
Б2.О.02 (ПД) «ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА»**

**Для направления подготовки:**

38.03.02 Менеджмент

(уровень бакалавриата)

**Типы задач профессиональной деятельности:**

организационно-управленческий; информационно-аналитический

**Направленность (профиль):**

«Маркетинг»

**Форма обучения:**

очная, очно-заочная

**Москва – 2024**

Разработчик (и): Толкачев Андрей Николаевич, кандидат юридических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«19» февраля 2024 г.

  
\_\_\_\_\_ (подпись)

/А.Н. Толкачев /

Программа практики разработана в соответствии с ФГОС ВО 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ №970 от 12.08.2020г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ

  
\_\_\_\_\_ (подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой  
разработчика РПД

  
\_\_\_\_\_ (подпись)

/ Е.С. Мальцева /

Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры менеджмента и маркетинга

Протокол заседания кафедры № 07 от «20» февраля 2024 г.

## Аннотация программы практики

Производственная преддипломная практика (далее преддипломная практика) включена в состав ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень высшего образования Бакалавриат) в соответствии и на основании п. 2.6. Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень высшего образования Бакалавриат), утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 970 от 12.08.2020 г.

Преддипломная практика ориентирована на профессионально-практическую подготовку обучающихся, является частью Блока 2 «Практика» программы бакалавриата 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг» относится к обязательной части программы.

В объем преддипломной практики включены часы по практической подготовке - форма организации образовательной деятельности при освоении образовательной программы в условиях выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг».

Местом прохождения преддипломной практики являются организации различной организационно-правовой формы (коммерческие, некоммерческие) осуществляющие деятельность по данному профилю подготовки, либо в профильном структурном подразделении организации.

**Целью** преддипломной практики является систематизация, расширение, углубление и систематизация знаний, приобретение опыта практической работы, навыков и компетенций в сфере профессиональной деятельности; сбор и обобщение информации для написания выпускной квалификационной работы.

В ходе практики обучающиеся приобретают практические навыки для решения следующих типов задач профессиональной деятельности: организационно-управленческой; информационно-аналитической.

Практика базируется на знании дисциплин основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг».

Практика направлена на формирование следующих компетенций выпускника: УК-1; УК-3; УК-6; УК-8; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5.

**Задачей** преддипломной практики является приобретение навыков решения следующих задач в области менеджмента и маркетинга:

- формирование организационной и управленческой структуры организаций;
- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений, а том числе в области управления маркетинговой деятельностью;
- оценка эффективности управленческих решений, маркетинговых программ и их реализации;
- подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности;
- планирование деятельности организации и подразделений;
- участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);
- участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации
- определение направлений совершенствования деятельности организации

- определение мер, направленных на достижение плановых показателей
- сбор материалов для написания ВКР.

В ходе прохождения преддипломной практики студент выполняет индивидуальные задания, осуществляет сбор и анализ информации для выполнения выпускной квалификационной работы.

Общая трудоемкость преддипломной практики составляет 21 зачетную единицу, 756 часов. Практика проводится в течение 14 недель в последнем учебном семестре (в 8 семестре – для обучающихся по очной форме; в 9 семестре – для обучающихся по очно-заочной форме обучения).

Рабочей программой преддипломной практики предусмотрены следующие виды контроля: промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой, включающая защиту отчета по практике.

Навыки и умения, полученные в ходе прохождения преддипломной практики, используются в процессе итоговой аттестации.

## **1. Вид, форма и способ проведения практики.**

**Вид практики:** производственная практика

**Тип практики:** преддипломная практика.

**Способы проведения практик:** стационарная или выездная.

**Форма проведения практики:** *дискретно*: по видам практик — путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики.

## **2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

**Целью** преддипломной практики является:

- развитие и закрепление компетенций, сформированных при освоении дисциплин рабочего учебного плана направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг»;
- подготовка обучающегося к решению следующих типов задач профессиональной деятельности: организационно-управленческой; информационно-аналитической;
- накопление и развитие практических знаний, умений и навыков по анализу и совершенствованию систем управления организации, в том числе маркетинговой деятельности организации;
- формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в сфере организационного управления и маркетинга.

**Задачи** преддипломной практики включают:

- развитие способностей обучающегося к самостоятельной деятельности в сфере управления и маркетинга;
- изучение и участие в разработке организационно-методических и нормативно-правовых документов для решения отдельных задач в организации по месту прохождения практик;
- разработка предложений по совершенствованию направлений деятельности в области менеджмента и маркетинга различных уровней;
- формирование и развитие у обучающихся профессионально значимых качеств, устойчивого интереса к профессиональной деятельности, потребности в самообразовании;
- сбор необходимых материалов и документов для выполнения выпускной

квалификационной работы в соответствии с выбранной темой.

Программа преддипломной практики обеспечивает формирование и развитие следующих компетенций по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг»:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
<b>УК-1</b> Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<b>УК-1.1.</b> Выполняет поиск необходимой информации, её критический анализ и обобщает результаты анализа для решения поставленной задачи
<b>УК-3</b> Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<b>УК-3.1.</b> Определяет стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели
<b>УК-6</b> Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	<b>УК-6.1.</b> Адекватно оценивает временные ресурсы и ограничения и эффективно планирует собственное время
<b>УК-8</b> Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	<b>УК-8.1.</b> Применяет теоретические и практические знания и навыки в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды
	<b>УК-8.2.</b> Осуществляет оперативные действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов
<b>ОПК-2</b> Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	<b>ОПК-2.1.</b> Демонстрирует навыки сбора, обработки и анализа данных с использованием современного инструментария информационных технологий
<b>ОПК-3</b> Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	<b>ОПК-3.1.</b> Определяет основные этапы планирования, прогнозирования и внедрения управленческого решения
	<b>ОПК-3.3.</b> Выполняет расчет эффективности и обоснованности организационно-управленческих решений при неопределенности параметров планирования
<b>ОПК-4</b> Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	<b>ОПК-4.2.</b> Демонстрирует умение выполнять сбор, анализ и расчет экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов
	<b>ОПК-4.4.</b> Использует различные подходы к обоснованию оперативных и стратегических финансовых решений
<b>ПК-1</b> Способен осуществлять подготовку и проведение маркетинговых исследований с использованием информационно-коммуникационных технологий	<b>ПК-1.3.</b> Готовит отчеты по результатам маркетинговых исследований
	<b>ПК-1.4.</b> Разрабатывает и оформляет визуальную концепцию и (или) презентацию по итогам маркетингового исследования с использованием информационно-коммуникационных технологий
<b>ПК-2</b> Способен анализировать маркетинговую деятельность организации и готовить предложения по ее совершенствованию	<b>ПК-2.1.</b> Формулирует и обосновывает предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности
<b>ПК-3</b> Способен участвовать в разработке и продвижении товаров (услуг), управлять брендом компании	<b>ПК-3.3.</b> Осуществляет подготовку рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)
<b>ПК-4</b> Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых	<b>ПК-4.5.</b> Осуществляет подготовку рекомендаций по

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
коммуникаций в организации	совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций
ПК-5 Способность осуществлять руководство маркетинговой деятельностью и бизнес-процессами организации	ПК-5.1. Использует методы мотивации, лидерства, разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания и развития маркетинговой службы и совершенствования бизнес- процессов организации

В процессе освоения компетенций, обучающийся должен:

*Знать:*

- требования охраны труда и техники безопасности;
- основные элементы проектирования организационных структур;
- основы разработки стратегии управления маркетингом, ценовой политики, стратегии управления человеческими ресурсами организаций;
- виды стратегий организаций, направленных на обеспечение конкурентоспособности предприятия и его продукта в условиях конкурентной среды;
- факторы макроэкономической среды, влияющие на функционирование организаций, и потребительское поведение;
- экономические основы деятельности организаций;
- методы сбора информации для количественного и качественного анализа маркетинговой деятельности организации;
- экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности.

*Уметь:*

- соблюдать требования охраны труда и техники безопасности;
- проектировать организационные структуры, разрабатывать стратегии управления маркетингом, ценовой политики, стратегии управления человеческими ресурсами организаций;
- планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия;
- разрабатывать и осуществлять стратегии организации, направленные на обеспечение конкурентоспособности организации и ее продукта;
- оценивать воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и поведение потребителей;
- анализировать поведение потребителей экономических благ.
- проектировать экономические, финансовые и организационно-управленческие модели путем их адаптации к конкретным задачам профессиональной деятельности;
- выявлять новые рыночные возможности и формулировать предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности.

*Владеть:*

- способностью соблюдать требования охраны труда и техники безопасности
- способностью проектировать организационные структуры;
- навыками стратегического анализа, стратегии управления маркетингом, ценовой политики, стратегии управления человеческими ресурсами организаций;
- способностью оценивать воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и потребительское поведение;

- способностью выявлять и анализировать рыночные и специфические риски;
- навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений.

### 3. Место практики в структуре ОПОП:

Преддипломная практика (преддипломная практика) включена в состав ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг», в соответствии и на основании п. 2.6. Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень высшего образования Бакалавриат), утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 970 от 12.08.2020 г.

Преддипломная практика входит в Блок 2 «Практика» и относится к обязательной части образовательной программы.

Преддипломная практика тесно связана с предшествующей учебной и производственной практиками, опирается на практические знания и умения, приобретенные в результате освоения образовательной программы.

### 4. Трудоемкость практики

Таблица 1. Трудоемкость практики

Форма обучения	Номер курса	Номер семестра	Объем в зачетных единицах	Продолжительность практики	
				В неделях	В академических часах
очная	4	8	21	14	756
очно-заочная	5	9	21	14	756

### 5. Содержание и формы отчетности по практике

#### 5.1. Содержание практики

Таблица 2. Содержание преддипломной практики

Код формируемых компетенций	Содержание практики	Кол-во час. (СРС/практ. подготовка)	Формы контроля
УК-1 УК-3 УК-6 УК-8	Проведение организационного собрания с целью ознакомления студентов с целями и задачами практики, программой практики, с методическими рекомендациями по ее прохождению, оформлению и процедуре защиты. Консультация с руководителем практики от кафедры. Проведение первичного инструктажа по технике безопасности	2 (ауд.)	
ОПК-2 ОПК-3	Подбор необходимой литературы, работа с электронными базами данных. Прибытие на место проведения преддипломной практики. Оформление пропусков, прохождение инструктажа по технике безопасности и охране труда. Знакомство с правилами внутреннего	14/4	Собеседование с руководителем практики от организации (места)

Код формируемых компетенций	Содержание практики	Кол-во час. (СРС/практ. подготовка)	Формы контроля
ОПК-4	трудового распорядка на предприятии		прохождения практики)
ПК-1	Организация работы по месту практики. Изучение нормативно-правовых документов. Ознакомление с целями, задачами и внутренними коммуникациями подразделения, в котором студент проходит практику. Ознакомление с системой маркетинга подразделения - места практики	301/50	Подготовка первого и второго раздела отчета
ПК-2			
ПК-3			
ПК-4			
ПК-5	Систематизация, анализ и обработка данных, полученных в процессе прохождения преддипломной практики. Разработка предложений по повышению эффективности подразделения (организации) места практики Обработка информации, полученной для выполнения выпускной квалификационной работы	290/50	Подготовка третьего раздела отчета
	Оформление и защита отчета по результатам прохождения преддипломной практики и получение зачета с оценкой	45 (СРС)	Оформление отчета по практике для последующей его защиты
	<b>ИТОГО:</b>	<b>756 час.</b>	
	Защита отчета по результатам прохождения преддипломной практики и получение зачета с оценкой	0,25 ч.** на 1 студента	

\*\* - в соответствии с нормами времени принятыми в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

## 5.2. Формы отчетности по практике

По итогам преддипломной практики студент должен подготовить отчет, соответствующий приведенным ниже требованиям.

**Окончательный вариант отчетности по практике** должен соответствовать следующей структуре:

1. Титульный лист (Приложение 1).
2. Лист-оформление студента на практику (Приложение 2)
3. Рабочий график прохождения практики (Приложение 3).
4. Индивидуальное задание нахождение преддипломной практики (Приложение 4).
5. Отзыв-характеристика руководителя практики от предприятия, заверенный печатью организации. (Приложение 6).



6. Отзыв руководителя практики от Института (Приложение 7) – оформляется руководителем практики от Института, вкладывается в отчет и не сшивается
7. Содержание (лист имеет нумерацию «2»)
8. Текст отчета по практике.
9. Приложения (при их наличии).

### 5.3. Требования к оформлению отчета по практике

Отчет о практике составляется индивидуально каждым студентом и должен содержать характеристику организации-базы практики, а также отражать деятельность студента в период практики.

Отчет по практике оформляется в форме реферата (минимальный объем - 20 страниц), который состоит из нескольких разделов:

- *Введение.* Во Введении определяются общие цели и задачи преддипломной практики.
- *Основная часть* отчета представляет собой аналитическую записку по разделам содержания программы практики, разделенным на параграфы.

#### Пример нумерации разделов и параграфов.

РАЗДЕЛ 1. \_\_\_\_\_

1.1.

1.2.

РАЗДЕЛ 2. \_\_\_\_\_

2.1.

2.2.

- В *Заключении* приводятся общие выводы и предложения, а также краткое описание проделанной работы, даются практические рекомендации.
- *Список литературы* – включает в себя учебники, учебные пособия, нормативно-правовые акты, интернет-ресурсы и т.п. Используемые источники располагаются в следующем порядке **с использованием сквозной нумерации**:
  - нормативные правовые акты (в порядке значимости),
  - научная и учебная литература (в алфавитном порядке по фамилии первых авторов или заглавий изданий (если автор не указан);
  - источники на иностранных языках (указывается в латинском алфавите и размещается после перечня литературы на русском языке);
  - ресурсы Интернет.

### Примеры оформления списка литературы

#### Оформление нормативно-правовых актов

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть первая) Федеральный закон принят 30.11.1994 года № 51 - ФЗ (с изм. и доп.) // Российская газета. - №2 от 12.01.2022.

## Оформление книг

### одного, двух или трех авторов:

1. Синяева И.М. Маркетинг торговли: учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев; под ред. Л.П. Дашкова. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2019. – 750с.
2. Чернопятов А.М. Маркетинг: учебник: / А.М. Чернопятов. – 2-е изд., стер. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 439 с.

### более трех, авторов:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / В.Т. Гришина, Л.А. Дробышева, Т.Л. Дашкова [и др.]; под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. – 9-е изд. – Москва: Дашков и К, 2018. – 446 с.

При оформлении **электронной книги**, пользуются теми же правилами что и для оформления книг, но с указанием **режима доступа, ссылкой на источник и датой обращения**.

1. Фомичев, А. Н. Стратегический менеджмент : учебник / А. Н. Фомичев. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 468 с. : ил., табл., схем., граф. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621638> (дата обращения: 16.01.2022). –Текст: электронный.

## **Оформление статей из журналов / газет**

1. Варламова Т.П. Ипотечное кредитование в России: история и современное состояние / Т.П. Варламова // Поволжский торгово-экономический журнал. - 2014. - № 5 (39). - С. 42-50.

## **Оформление электронных источников (ресурсов).**

1. Федеральная служба государственной статистики: Официальный сайт [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики. - 1995-2024. - URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 16.01.2024).

## **Ссылки на используемую литературу**

В отчете по практике, при необходимости, делаются ссылки на использованную литературу и источники. При написании текста отчета используется затекстовая ссылка. Она размещается в конце цитируемого или излагаемого материала другого автора, оформляется в квадратных скобках. Первая цифра указывает на порядковый номер издания в списке литературы, вторая цифра на номер страницы (или их диапазон), например: [23, с.50], [23, с.50-53].

## **Общие правила цитирования**

Текст цитаты заключается в кавычки и приводится в той грамматической форме, в какой он дан в источнике, с сохранением особенностей авторского написания. Цитирование должно быть полным, без произвольного сокращения цитируемого фрагмента и без искажения смысла. Пропуск второстепенных слов, не влияющих на

смысл, обозначается многоточием. Не следует злоупотреблять цитатами. Оптимальное количество цитат в тексте – не более двух на странице. Каждая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник, откуда она была позаимствована.

Отчет по преддипломной практике должен быть набран на компьютере в соответствии со следующими требованиями:

- шрифт Times New Roman;
- размер шрифта - 14 pt;
- межстрочный интервал - 1,5;
- поля: слева - 3 см, справа – не более 1,5 см, сверху и снизу - 2 см;
- абзацный отступ – 1,25 см
- выравнивание текста - «по ширине».

Текст каждого раздела начинается с новой страницы. Это же правило относится и к другим основным структурным частям работы: введению, заключению, списку литературы, приложениям.

Внутри одного раздела параграфы следуют один за другим, не переносятся на новую страницу.

Нумерация страниц текста должна быть сквозной, первой страницей является титульный лист (см. Приложение 1), номер на котором не ставится. На последующих страницах номер проставляется арабскими цифрами **внизу, справа**. Второй лист - Содержание. Формат нумерации страниц - шрифт Times New Roman, размер шрифта – 11.

Все рисунки: диаграммы, схемы, гистограммы, фотографии и т.п. обозначаются «Рис.», таблицы – словом «Таблица», с указанием номера. Нумерация рисунков и таблиц осуществляется последовательно по всему тексту отчета. Диаграммы, схемы, гистограммы, графики и т.п. выполняются непосредственно в работе, с применением инструментов Microsoft Office.

**Заголовок таблицы** помещается после слова «Таблица» над соответствующей таблицей с выравниванием «по левому краю» без абзацного отступа, начинается с прописной буквы и выделяется курсивом. Подчеркивать заголовки не следует. Точка в конце заголовка не ставится. Таблицу рекомендуется помещать после первого упоминания о ней в тексте.

Названия верхней строки таблицы должны находиться на одной странице с таблицей. При переносе части таблицы на следующую страницу необходимо указать «Продолжение Таблицы (номер таблицы)» с выравниванием по правой стороне. Шрифт текста в таблице - Times New Roman, размер - 12 pt, межстрочный интервал - 1,15.

Таблицы размером более 1 страницы переносят в приложения.

### Образец оформления таблицы:

Таблица 1. Основные цели коммуникационных стратегий

Цель	Содержание
Конвенциональная	Четкое позиционирование товара, формирование восприятия бренда целевой аудиторией, разработка коммерческого предложения в соответствии с профилем и потребностями целевой аудитории.
Конфликтная	Содействие устранению разногласий между товаром, брендом и целевой аудиторией, нейтрализация негатива
Манипуляционная	Управление сознанием потребителей с целью повышения приверженности и лояльности клиентов товарам определенного бренда.
Информационная	повышение узнаваемости бренда, информированности целевой аудитории о товаре, донесение сообщений до определенных групп потребителей

**Заголовок рисунка** помещается сразу после слова «Рис.» под соответствующим рисунком с выравниванием «по левому краю» без абзацного отступа, начинается с прописной буквы и выделяется курсивом. Шрифт текста в рисунке (диаграммы, схемы, графика) - Times New Roman, размер - 12 pt, межстрочный интервал-1, или 1,15.

### Образец оформления рисунка:

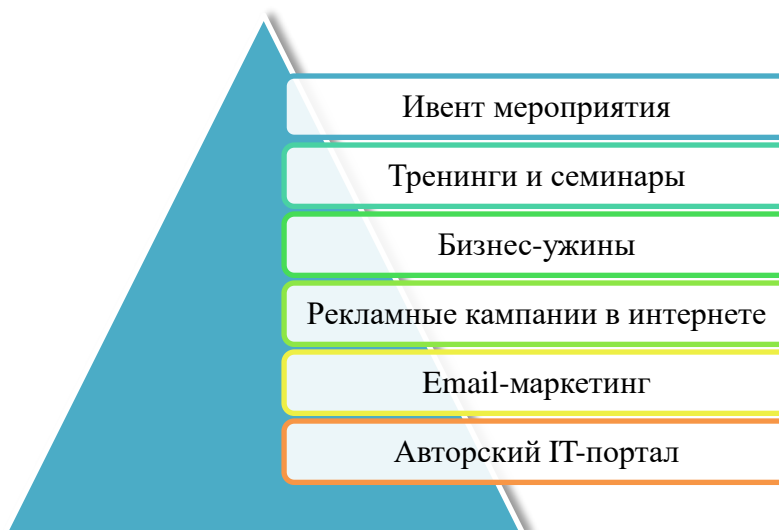


Рис. 1. Маркетинговая работа OCS

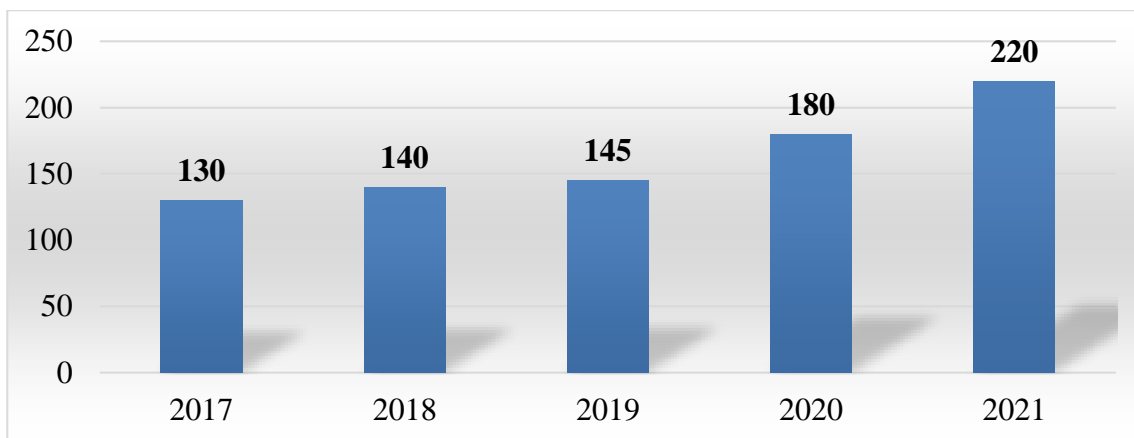


Рис. 2. Показатели выручки OCS за 2017-2021 гг., млрд. руб.

Рисунок не должен занимать более 1/3 страницы. В исключительных случаях разрешается его объем увеличивать до 1/2 страницы. Если размер рисунка превышает данные требования, либо при его уменьшении информация, размещенная в нем, становится «не читаемой», то такой рисунок (схему, диаграмму, график) переносят в приложение и увеличивают до необходимого для его прочтения размера.

Рисунки и таблицы необходимо размещать в рамках полей основного текста.

По окончании прохождения практики, в срок **не позднее 5-и календарных дней**, студенты должны предоставить руководителю практики сформированный отчет о прохождении преддипломной практики.

Руководитель практики составляет «Отзыв руководителя практики от Института» (Приложение 7) и вкладывает его готовый отчет.

**Отчет, в тексте которого содержится большая доля цитирования учебников, учебных пособий, различных нормативно-правовых актов, инструкций и т.п., оформленных не в соответствии с предъявляемыми требованиями - не допускается к защите и возвращается студенту на доработку.**

Обучающиеся, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие отрицательную оценку и не пересдавшие ее в установленные сроки, отчисляются из Института как имеющие академическую задолженность в порядке, предусмотренном Уставом АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

#### 5.4. Содержание отчета по преддипломной практике

Отчет о прохождении преддипломной практики должен включать следующие основные разделы\*\*.

##### Введение

##### РАЗДЕЛ 1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ПРЕДПРИЯТИИ

- 1.1. Наименование, юридический и фактический адрес
- 1.2. Организационно-правовая форма
- 1.3. Основные направления и финансовые показатели деятельности
- 1.4. Организационная структура

### 1.5. История создания организации

## **РАЗДЕЛ 2. ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СЛУЖБЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

2.1. Место маркетинговой службы в организационной структуре организации

2.2. Распределение полномочий и взаимодействие сотрудников маркетинговой службы.

2.3. Взаимодействие маркетинговой службы с другими структурными подразделениями организации.

2.4. Маркетинговый план и ценовая политика организации.

2.5. Аналитическая деятельность по изучению конкурентов и удовлетворенности потребителей.

2.6. Анализ внутренней и внешней среды организации.

## **РАЗДЕЛ 3. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ. АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ВЫЯВЛЕНИЕ ПУТЕЙ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МАРКЕТИНГА В ОРГАНИЗАЦИИ**

3.1. Анализ маркетинга как процесса.

3.2. Выявление проблем процессного управления, мотивации и степени эффективности использования ресурсного потенциала организации, формулирование предложений по совершенствованию деятельности.

3.3. Другие направления, определяемые проблематикой выпускной квалификационной работы

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ.** Выводы. Рекомендации по решению проблем и использованию возможностей

## **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

### **ПРИЛОЖЕНИЯ**

*Примечание\*\* - обучающий может дополнить отчет разделами и параграфами по своему усмотрению, либо по согласованию с руководителем практик от Института и (или) организации – места прохождения практики. Приведенная выше структура – является минимальным требованием к его содержанию.*

**6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по преддипломной практике (Приложение 1).**

## **7. Перечень рекомендуемой учебной литературы и современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

### **7.1. Перечень учебной литературы**

1. Годин А.М. Маркетинг: учебник для бакалавров / А.М. Годин.- 12-е изд. М.: Изд.-торговая корпорация «Дашков и К», 2016 - 656с.

Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=453262](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=453262)

2. Игрунова О.М. Методика и практика проведения маркетинговых исследований различных рынков товаров и услуг. Изд.2-е стер./ О.М. Игрунова.- М.-Берлин: Директ-Медиа,2016. – 102с.

Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=436772](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=436772)

3. Котляревская, И.В. Организация и проведение практик: учебно-методическое пособие / И.В. Котляревская, М.А. Илышева, Н.Ф. Одинцова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. - 93 с. [Электронный ресурс].  
Режим доступа: [biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276361](https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276361).
4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник : [16+] / В.Т. Гришина, Л.А. Дробышева, Т.Л. Дашкова и др. ; под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. – 9-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 446 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495786>  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=418086](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=418086)
5. Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 294 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112211>
6. Сбоева, И.А. Стратегический маркетинг инновационного продукта : учебное пособие / И.А. Сбоева ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2019. – 204 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=560559>
7. Синяева И.М. Маркетинг в коммерции: Учебник/ И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев – 4-е изд. – М.: Изд.-торговая корпорация «Дашков и К», 2015-548с.  
Режим доступа:[https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=453933](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=453933)
8. Синяева И.М. Маркетинг услуг: Учебник/ И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев – 2-е изд. – М.: Изд.-торговая корпорация «Дашков и К», 2016-252с.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=454142](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=454142)
9. Ткаченко Н.В. Креативная реклама. Технологии проектирования: учеб. пособие для студентов вузов / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко; под.ред. Л.М. Дмитриевой. – М.:ЮНИТИ-ДАНА,2015. – 335с.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=114422](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114422)
10. Цахаев, Р.К. Маркетинг : учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 550 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573172>
11. Яськов, Е.Ф. Теория организации: учебное пособие / Е.Ф. Яськов. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 271 с. [Электронный ресурс].  
Режим доступа: [biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436866](https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436866).

## **7.2. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

1. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия

4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me
7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям
8. <https://www.tandfonline.com/> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний
9. <http://www.popairussia.com/analytics/research> - база исследовательских данных ассоциации POPAI GLOBAL - международной ассоциации маркетинга в ритейле, объединение экспертов в области маркетинговых коммуникаций, специализирующихся по стимулированию сбыта и оформлению мест продаж (*интернет-ресурс на английском языке*)
10. [www.market-agency.ru](http://www.market-agency.ru) - база данных маркетингового агентства рыночных исследований и консалтинга «Маркет»
11. <https://www.minfin.ru/ru/statistics/> - база данных о финансово-экономических показателях Российской Федерации сформированная на основе данных Минфина России, Федерального казначейства, Федеральной таможенной службы, Федеральной службы государственной статистики, Федеральной налоговой службы и Центрального Банка Российской Федерации Информация официального сайта Министерства финансов Российской Федерации
12. <http://www.sostav.ru/> - сайт Sostav.ru: Статьи о рекламе, маркетинге, PR
13. <http://www.marketch.ru/> - «Записки маркетолога» форум маркетинговых специалистов
14. <https://www.emc.be/> - Европейская маркетинговая конфедерация (EMC) - крупнейшая в Европе организация членства в маркетинге, которая помогает расширять профессиональные маркетинговые сети по всей Европе и за ее пределами  
<https://www.esomar.org/knowledge-center/reports-publications> - база данных European Society of Marketing Research Professionals одной из самых крупных исследовательской ассоциации в области маркетинга
15. <https://wfdsa.org/> - сайт WFDSA Всемирной федерации ассоциаций прямых продаж. Является ведущей международной неправительственной организацией, представляющей промышленность прямых продаж во всем мире как федерация национальных ассоциаций прямых продаж
16. <https://www.esomar.org/knowledge-center/reports-publications> - база данных European Society of Marketing Research Professionals одной из самых крупных исследовательской ассоциации в области маркетинга
17. <https://www.ama.org/> - официальный сайт American Marketing Association

### **7.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по практике, включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения**

При осуществлении образовательного процесса по данной практике предполагается использование:



### **Лицензионное программное обеспечение:**

1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);
2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

### **Свободно распространяемое программное обеспечение:**

1. Браузер Google Chrome;
2. Браузер Yandex;
3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF.

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

Материально-технической базой проведения преддипломной практики является материально-техническая база сторонних организаций, в том числе:

- организаций любой организационно-правовой формы (коммерческих, некоммерческих, государственных, муниципальных), в которых обучающиеся работают в качестве исполнителей в различных службах аппарата управления;
- органов государственного и муниципального управления;

а также кафедр и подразделений Института, на базе которых обеспечивается проведение практики

### **Материально-техническая база Института**

1. Оборудованные учебные аудитории, в том числе с использованием видеопроектора и подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

2. Аудитории для самостоятельной работы с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

3. Компьютерный класс с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

### **Кабинет № 424 -учебное помещение № I-65** для проведения учебных занятий

Учебное помещение оборудовано набором демонстрационного оборудования и набором учебно-наглядных пособий в цифровом виде, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины

Учебное помещение оснащено оборудованием и техническими средствами обучения:

1. стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41
2. проекционный экран;
3. доска маркерная учебная;
4. столы - 36 шт.;
5. стулья – 71 шт.;
6. акустическая система;
7. блок управления проекционным оборудованием;
8. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт.

Компьютер подключен к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

Установлено программное обеспечение:

**Лицензионное программное обеспечение:**

1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726).

**Свободно распространяемое программное обеспечение:**

1. Браузер Google Chrome;
2. Браузер Yandex;
3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF.

**Кабинет № 409-учебное помещение № I-24** для проведения учебных занятий

Учебное помещение оборудовано набором демонстрационного оборудования и набором учебно-наглядных пособий в цифровом виде, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины

Учебное помещение оснащено оборудованием и техническими средствами обучения:

1. стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41
2. проекционный экран;
3. доска маркерная учебная;
4. столы - 14 шт.;
5. стулья –28 шт.;
6. акустическая система;
7. блок управления проекционным оборудованием;
8. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт.
9. персональные компьютеры - 26шт.

Все компьютеры подключены к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

Установлено программное обеспечение:

**Лицензионное программное обеспечение:**

1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726).

**Свободно распространяемое программное обеспечение:**

1. Браузер Google Chrome;
2. Браузер Yandex;
3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF.

**Кабинет № 402- помещение № I-11**, для самостоятельной работы.

Помещение оснащено оборудованием и техническими средствами обучения:

1. стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41
2. проекционный экран;
3. доска маркерная учебная;

4. столы – 14 шт.;
5. стулья – 28 шт.;
6. акустическая система;
7. блок управления проекционным оборудованием;
8. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт.
9. персональные компьютеры - 26 шт.

Все компьютеры подключены к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

Установлено программное обеспечение:

**Лицензионное программное обеспечение:**

1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726).

**Свободно распространяемое программное обеспечение:**

1. Браузер Google Chrome;
2. Браузер Yandex;
3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF.

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья необходимы специальные условия для получения образования. В целях доступности получения высшего образования по образовательным программам инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Институтом обеспечивается:

- наличие альтернативной версии официального сайта Института в сети Интернет для слабовидящих;
- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху — дублирование вслух справочной информации о расписании учебных занятий; обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, созданы материально-технические условия обеспечивающие возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные и другие помещения Института, а также пребывания в указанных помещениях (наличие расширенных дверных проемов, поручней и других приспособлений).

Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов производственная (преддипломная) практика проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья, а также с учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы и индивидуальной программы реабилитации. Выбор мест прохождения практики для обучающихся с ОВЗ осуществляется с учетом состояния здоровья и требований по доступности для данной категории обучающихся.

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»**

Факультет управления бизнесом  
Кафедра менеджмента и маркетинга

**Фонд оценочных средств**

Текущего контроля и промежуточной аттестации  
по производственной практике

**Б2.О.02 (ПД) «ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА»**

**Для направления подготовки:**

38.03.02 Менеджмент  
(уровень бакалавриата)

**Типы задач профессиональной деятельности:**

организационно-управленческий; информационно-аналитический

**Направленность (профиль):**

«Маркетинг»

**Форма обучения:**

очная, очно-заочная

## 6.1. Перечень компетенций с указанием планируемых результатов обучения в процессе освоения преддипломной практики

Таблица 3. Перечень компетенций с указанием планируемых результатов обучения в процессе освоения преддипломной практики

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
<p><b>УК-1</b> Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p><b>УК-1.1.</b> Выполняет поиск необходимой информации, её критический анализ и обобщает результаты анализа для решения поставленной задачи</p>	<p><b>Знает:</b> способы и методы поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи  <b>Умеет:</b> выполнять поиск необходимой информации, критически ее анализировать и обобщать результаты анализа для решения поставленной задачи  <b>Владеет:</b> навыком поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи</p>
<p><b>УК-3</b> Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p><b>УК-3.1.</b> Определяет стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели</p>	<p><b>Знает:</b> формы, виды и функции стратегий сотрудничества для достижения поставленной цели  <b>Умеет:</b> определять и устанавливать разные виды коммуникации, используя стратегии сотрудничества  <b>Владеет:</b> навыком социального взаимодействия и стратегиями взаимного сотрудничества для достижения поставленной цели</p>
<p><b>УК-6</b> Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p><b>УК-6.1.</b> Адекватно оценивает временные ресурсы и ограничения и эффективно планирует собственное время</p>	<p><b>Знает:</b> способы и методы адекватного оценивания временных ресурсов и ограничений и эффективного планирования собственного времени  <b>Умеет:</b> адекватно оценивать временные ресурсы и ограничения и эффективно планировать собственное время  <b>Владеет:</b> навыком адекватного оценивания временных ресурсов и ограничений и эффективного планирования собственного времени</p>
<p><b>УК-8</b> Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов</p>	<p><b>УК-8.1.</b> Применяет теоретические и практические знания и навыки в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды</p>	<p><b>Знает:</b> теоретические и практические знания и навыки в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды  <b>Умеет:</b> применять теоретические и практические знания и навыки в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды  <b>Владеет:</b> навыком применения теоретических и практических знаний и навыков в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды</p>
	<p><b>УК-8.2.</b> Осуществляет оперативные действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и</p>	<p><b>Знает:</b> основные необходимые оперативные действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов  <b>Умеет:</b> осуществлять оперативные действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	возникновении военных конфликтов	их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов <b>Владеет:</b> навыком осуществления оперативных действий по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов
<b>ОПК-2</b> Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	<b>ОПК-2.1.</b> Демонстрирует навыки сбора, обработки и анализа данных с использованием современного инструментария информационных технологий	<b>Знает:</b> методологию сбора, обработки и анализа данных с использованием современного инструментария информационных технологий <b>Умеет:</b> собирать, обрабатывать и анализировать данные с использованием современного инструментария информационных технологий <b>Владеет:</b> навыком сбора, обработки и анализа данных с использованием современного инструментария информационных технологий
<b>ОПК-3</b> Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	<b>ОПК-3.1.</b> Определяет основные этапы планирования, прогнозирования и внедрения управленческого решения	<b>Знает:</b> основные этапы планирования, прогнозирования и внедрения управленческого решения <b>Умеет:</b> определять основные этапы планирования, прогнозирования и внедрения управленческого решения <b>Владеет:</b> навыком определять основные этапы планирования, прогнозирования и внедрения управленческого решения
	<b>ОПК-3.3.</b> Выполняет расчет эффективности и обоснованности организационно-управленческих решений при неопределенности параметров планирования	<b>Знает:</b> способы и методы расчетов эффективности и обоснованности организационно-управленческих решений при неопределенности параметров планирования <b>Умеет:</b> выполнять расчеты эффективности и обоснованности организационно-управленческих решений при неопределенности параметров планирования <b>Владеет:</b> навыком выполнять расчеты эффективности и обоснованности организационно-управленческих решений при неопределенности параметров планирования
<b>ОПК-4</b> Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	<b>ОПК-4.2.</b> Демонстрирует умение выполнять сбор, анализ и расчет экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	<b>Знает:</b> способы и методы сбора, анализа и расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов <b>Умеет:</b> применять способы и методы сбора, анализа и расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов <b>Владеет:</b> навыком применения способов и методов сбора, анализа и расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов
	<b>ОПК-4.4.</b> Использует различные подходы к обоснованию оперативных и стратегических финансовых	<b>Знает:</b> различные подходы к обоснованию оперативных и стратегических финансовых решений <b>Умеет:</b> использовать в профессиональной

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	решений	<p>деятельности различные подходы к обоснованию оперативных и стратегических финансовых решений</p> <p><b>Владеет:</b> навыком использования различных подходов к обоснованию оперативных и стратегических финансовых решений</p>
<p><b>ПК-1</b> Способен осуществлять подготовку и проведение маркетинговых исследований с использованием информационно-коммуникационных технологий</p>	<p><b>ПК-1.3.</b> Готовит отчеты по результатам маркетинговых исследований</p>	<p><b>Знает:</b> методологию написания и оформления отчетов по результатам маркетинговых исследований</p> <p><b>Умеет:</b> писать и оформлять отчет по результатам маркетинговых исследований</p> <p><b>Владеет:</b> способностью писать и оформлять отчет по результатам маркетинговых исследований</p>
	<p><b>ПК-1.4.</b> Разрабатывает и оформляет визуальную концепцию и (или) презентацию по итогам маркетингового исследования с использованием информационно-коммуникационных технологий</p>	<p><b>Знает:</b> технологию разработки и подготовки визуальной концепции и (или) эффективной презентации по итогам маркетингового исследования с использованием информационно-коммуникационных технологий</p> <p><b>Умеет:</b> разрабатывать и подготавливать визуальную концепцию и (или) эффективную презентацию по итогам маркетингового исследования с использованием информационно-коммуникационных технологий</p> <p><b>Владеет:</b> навыком разработки и подготовки визуальной концепции и (или) эффективной презентации по итогам маркетингового исследования с использованием информационно-коммуникационных технологий</p>
<p><b>ПК-2</b> Способен анализировать маркетинговую деятельность организации и готовить предложения по ее совершенствованию</p>	<p><b>ПК-2.1.</b> Формулирует и обосновывает предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности</p>	<p><b>Знает:</b> концепцию формулировки и обоснования предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности</p> <p><b>Умеет:</b> формулировать и обосновывать предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности</p> <p><b>Владеет:</b> навыком формулировки и обоснования предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности</p>
<p><b>ПК-3</b> Способен участвовать в разработке и продвижении товаров (услуг), управлять брендом компании</p>	<p><b>ПК-3.3.</b> Осуществляет подготовку рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)</p>	<p><b>Знает:</b> технологию подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)</p> <p><b>Умеет:</b> подготавливать рекомендации для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)</p> <p><b>Владеет:</b> навыком подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)</p>
<p><b>ПК-4</b> Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации</p>	<p><b>ПК-4.5.</b> Осуществляет подготовку рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций</p>	<p><b>Знает:</b> теоретические и практические аспекты подготовки рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений</p> <p><b>Умеет:</b> подготавливать рекомендации по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		коммуникаций для принятия управленческих решений <b>Владеет:</b> навыком подготовки рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений
<b>ПК-5</b> Способность осуществлять руководство маркетинговой деятельностью и бизнес- процессами организации	<b>ПК-5.1.</b> Использует методы мотивации, лидерства, разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания и развития маркетинговой службы и совершенствования бизнес-процессов организации	<b>Знает:</b> теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания, оптимизации и руководства маркетинговой службой и бизнес- процессами организации <b>Умеет:</b> применять теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания, оптимизации и руководства маркетинговой службой и бизнес- процессами организации <b>Владеет:</b> способностью использовать теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания, оптимизации и руководства маркетинговой службой и бизнес- процессами организации

## 6.2. Описание показателей и критериев оценивания результатов прохождения преддипломной практики.

Описание показателей и критериев оценивания результатов прохождения практики представлены в таблице 4.

Таблица 4. Показатели и критерии оценивания результатов прохождения практики

Код компетенций	РЕЗУЛЬТАТ ОБУЧЕНИЯ (описание результатов представлено в таблице 3)	ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ			
		Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
УК-1 УК-3 УК-6 УК-8	ЗНАНИЯ	Отсутствие знаний	Неполные знания	Полные знания с небольшими пробелами	Системные и глубокие знания
ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ПК-1 ПК-2	УМЕНИЯ	Отсутствие умений	Частичные умения	Умения с частичными пробелами	Полностью сформированные умения
ПК-3 ПК-4 ПК-5	НАВЫКИ	Отсутствие навыков	Частичные навыки	Отдельные пробелы в навыках	Полностью сформированные навыки

Прохождение преддипломной практики, заканчивается промежуточной аттестацией, проводимой в форме зачета с оценкой (защита отчета по практике).



### **6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) полученного опыта в процессе прохождения производственной (преддипломной) практики**

1. Изучите правила техники безопасности, разработанные организацией (предприятием) базы практики, пройдите собеседование с инженером по технике безопасности или иным должностным лицом по проверке знаний.

2. Ознакомление с правилами внутреннего трудового распорядка организации.

3. В результате общения с коллективом структурного подразделения, места прохождения производственной (преддипломной) практики, определите приоритетные способы коммуникации во внутренней и внешней среде. Сделайте соответствующие выводы.

4. Подберите перечень локальных нормативных актов организации (базы практики), регламентирующих деятельность структурного подразделения, описание рекламного процесса и (или) процесса связей с общественностью, ответственных за осуществление рекламного процесса и его участников.

5. В результате общения с сотрудниками подразделения выявите место организации (базы практики) на рынке, основные категории потребителей, основных конкурентов организации (базы практики).

6. Проанализируйте организационную структуру организации, определите место и функции структурного подразделения, в котором вы проходите практику.

**Форма проверки:** устный опрос в форме собеседования с руководителем практики от профильной организации.

#### **Примерные индивидуальные задания для преддипломной практики**

1. Проанализировать систему требований по охране труда и техники безопасности, разработанные и применяемые предприятием базой практики.
2. Проанализировать современное состояние сложившихся организационную структуру и структуру управления маркетингом в организации
3. Дать оценку современного состояния управления экономической эффективностью использования ресурсов организации
4. Проанализировать современное состояние формирования кадрового потенциала организации, в т.ч. службы маркетинга.
5. Оценить современную систему оплаты труда в организации и принцип стимулирования деятельности маркетологов.
6. Охарактеризовать технологию мотивации и стимулирования персонала организации.
7. Проанализировать современное состояние системы управления человеческими ресурсами в организации.
8. Проанализировать эффективность системы мотивации и материального стимулирования персонала в организации.
9. Проанализировать современное состояние организации маркетинга на основе управления инновационными процессами.
10. Проанализировать эффективность маркетинговой службы на основе инновационных управленческих решений.

11. Провести анализ современного состояния организации управления процессом маркетинга и его экономической эффективности.
12. Провести анализ современной стратегии развития организации и ее функциональных стратегий.
13. Провести анализ современного состояния планирования маркетинговой деятельности организации и подразделений.
14. Проанализировать современное состояние управления экономической эффективностью маркетинга.
15. Дать оценку организации управления брендом организации
16. Провести оценку современного состояния управления конкурентоспособностью организации (продукта)
17. Дать оценку конкурентоспособности продукта организации
18. Охарактеризовать формирование маркетинговой стратегии
19. Охарактеризовать методы изучения конкурентов
20. Охарактеризовать работу маркетинговой службы с потребителями

### **6.3.1. Пример контрольного задания, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности для проведения промежуточной аттестации**

Промежуточная аттестация по преддипломной практике проводится в форме защиты отчета по практике.

#### **Примерные теоретические вопросы для подготовки к зачету с оценкой**

Изучите нормативно-правовые документы организации, организационную структуру, взаимосвязи, цели и задачи маркетинговой службы, определенные положением о структурном подразделении и подготовьтесь к собеседованию по первой части отчета по практике по вопросам:

1. Организационная структура предприятия
2. Локально-нормативные акты предприятия - базы практики
3. Характеристика миссии, политики и стратегии развития организации (если имеется)
4. Маркетинговая стратегия организации (документальное оформление)
5. Ценовая политика организации (документальное оформление)
6. Критерии эффективности работы маркетинговой службы

Подготовьте теоретические и аналитические материалы, необходимые для написания ВКР, оформите письменный отчет по практике по установленной форме с обязательным включением следующих вопросов:

1. Анализ организации маркетинговой службы на предприятии
2. Анализ маркетинговой стратегии предприятия
3. Анализ существующих проблем и возможностей для развития
4. Предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия

### **6.3.2. Пример контрольного задания, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности для проведения промежуточной аттестации**

Промежуточная аттестация по преддипломной практике проводится в форме защиты отчета по практике. Структура отчета должна соответствовать требованиям, изложенным в п. 5.4. настоящей программы по преддипломной практике.

#### **Примерные теоретические вопросы для собеседования по итогам преддипломной практики**

1. Организация как социально-экономическая система управления.
2. Система требований по охране труда и техники безопасности, разработанные и применяемые предприятием - базой практики.
3. Способы поиска и обработки маркетинговой информации
4. Значение сотрудничества для деятельности организации
5. Формы, виды и функции стратегий сотрудничества для достижения поставленной цели
6. Способы и методы адекватного оценивания временных ресурсов и ограничений и эффективного планирования собственного времени
7. Теоретические основы практической и профессиональной деятельности для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды
8. Действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов
9. Методы сбора, обработки и анализа данных с использованием современного инструментария информационных технологий
10. Этапы планирования, прогнозирования и внедрения управленческого решения
11. Способы и методы сбора, анализа и расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов
12. Способы и методы расчетов эффективности и обоснованности организационно-управленческих решений при неопределенности параметров планирования
13. Теоретические основы и современные подходы к обоснованию оперативных и стратегических финансовых решений
14. Методология написания и оформления отчетов по результатам маркетинговых исследований
15. Технология разработки и подготовки визуальной концепции и (или) эффективной презентации по итогам маркетингового исследования с использованием информационно-коммуникационных технологий
16. Методические основы разработки концепции предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности
17. Теоретические основы и технология подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)
18. Теоретические основы разработки предложений по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений
19. Современные теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания, оптимизации и руководства маркетинговой

службой и бизнес- процессами организации

20. Управление маркетинговой деятельностью организации с позиций процессного подхода

Критерии оценки:

Оценка **«отлично»** выставляется в том случае, если обучающийся:

- своевременно, качественно выполнил весь объем работы, требуемый рабочей программой преддипломной практики;
- показал глубокую теоретическую, методическую, профессионально-прикладную подготовку;
- умело применил полученные знания во время прохождения преддипломной практики;
- ответственно и с интересом относился к своей работе
- полно и глубоко ответил на теоретические вопросы, заданные во время защиты отчета.

Оценка **«хорошо»** выставляется в том случае, если обучающийся:

- демонстрирует достаточно полные знания всех профессионально-прикладных и методических вопросов в объеме предусмотренных рабочей программы преддипломной практики;
- полностью выполнил программу преддипломной практики, с незначительными отклонениями от качественных параметров;
- проявил себя как ответственный исполнитель, заинтересованный в будущей профессиональной деятельности
- ответил на теоретические вопросы, заданные во время защиты отчета.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется в том случае, если обучающийся:

- выполнил программу преддипломной практики, однако часть заданий вызвала затруднения;
- не проявил глубоких знаний теории и умения применять ее на практике, допускал ошибки в планировании и решении задач;
- в процессе работы не проявил достаточной самостоятельности, инициативы и заинтересованности
- испытывал затруднения при ответе на некоторые теоретические вопросы

Оценка **«неудовлетворительно»** предполагает, что обучающийся:

- владеет фрагментарными знаниями и не умеет применить их на практике, не способен самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий;
- не выполнил программу преддипломной практики в полном объеме;
- не может ответить на теоретические вопросы, заданные при проведении защиты отчета.

#### **6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности**

Оценка знаний, умений, навыков по преддипломной практике, проводится в форме текущей и промежуточной аттестации.

К контролю текущей успеваемости относятся проверка знаний, умений и навыков, сформированных компетенций обучающихся при собеседовании и по результатам выполнения заданий отчета обучающихся в ходе индивидуальной консультации преподавателя.

Промежуточная аттестация проводится с целью выявления соответствия уровня теоретических знаний, практических умений и навыков по преддипломной практике требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент в форме зачета с оценкой.

Оценка преддипломной практики осуществляется по результатам открытой защиты обучающимся в Институте отчета о прохождении практики перед преподавателем, являющимся руководителем практики от Института.

При этом оцениваются:

- полнота и качество выполнения индивидуального задания и рабочего графика прохождения практики;
- степень практического выполнения обязанностей в ходе практики;
- содержание и качество оформления отчетных документов;
- трудовая дисциплина обучающегося в ходе прохождения практики.

При выставлении итоговой оценки учитывается отзыв-характеристика руководителя практики от профильной организации.

Итоги преддипломной практики обучающихся ежегодно обсуждаются на заседании соответствующей кафедры и ученого совета Института.

К защите преддипломной практики допускаются обучающиеся, своевременно и в полном объеме выполнившие программу практики и в указанные сроки, представившие всю отчетную документацию.

**Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«Институт бизнеса и дизайна»  
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ**

**Отчет по практике**

Вид практики: преддипломная практика

Выполнил студент(ка): \_\_\_\_\_

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Маркетинг

№ группы \_\_\_\_\_

Место прохождения практики \_\_\_\_\_  
*полное название предприятия, адрес*

Период прохождения практики с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Руководитель практики от Института \_\_\_\_\_

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

Руководитель практики от \_\_\_\_\_  
*наименование организации (предприятия, учреждения)*

*(фамилия, имя, отчество, должность руководителя практики от организации)*

Подпись студента(ки): \_\_\_\_\_

Дата сдачи отчета: «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Отчет принят: «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Оценка: \_\_\_\_\_  
*(подпись)* \_\_\_\_\_ *(ФИО руководителя практики кафедры)*

**ОФОРМЛЕНИЕ СТУДЕНТА НА ПРАКТИКУ**

Студент \_\_\_\_\_

Приказ о направлении на практику

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

Срок практики

с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Место прохождения практики \_\_\_\_\_

*(юридический адрес и полное наименование организации/предприятия)*

Руководитель практики от Института

Инструктаж по технике безопасности:

- вводный \_\_\_\_\_ инженер по охране труда Юрова Н.В.

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

- первичный в организации (предприятии, учреждении)

*(должность, ФИО ответственного лица, подпись)*

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

- повторный, связанный с переменной рабочего места

*(должность, ФИО ответственного лица, подпись)*

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Прибыл в организацию (предприятие) «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Выбыл из организации (предприятия) «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель практики от организации (предприятия, учреждения)

*(должность, ФИО ответственного лица, подпись)*

## РАБОЧИЙ ГРАФИК ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Дата	Задание	Отметка о выполнении	Подпись
	Ознакомление с программой практики. Утверждение индивидуального плана студента на период практики. Изучение инструкции по охране труда и техники безопасности		
	Представление направления на практику в отдел кадров организации. Ознакомление с правилами внутреннего распорядка, прохождение инструктажа по технике безопасности, пожарной безопасности, охране труда. Ознакомление с должностной инструкцией маркетолога и организационной структурой предприятия.		
	Ознакомление с целями, задачами и внутренними коммуникациями подразделения, в котором студент проходит практику.		
	Ознакомление с системой маркетинга подразделения - места практики. Анализ маркетинговой стратегии предприятия, характеристика потребители, рынка и конкурентов, продуктов и услуг, марок, внешних коммуникации.		
	Работа в отделе маркетинга по выполнению текущих задач, сбор и анализ данных и материалов для ВКР, с учетом цели и задач исследования.		
	Разработка предложений по повышению эффективности подразделения (организации) места практики.		
	Оформление отчета по итогам практики		

Руководитель практики от Института

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /  
(подпись) (ФИО)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Руководитель от \_\_\_\_\_  
наименование организации (предприятия, учреждения)

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /  
(подпись) (ФИО)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

*Примечание: Рабочий график является одним из основных документов, в котором студент кратко записывают все, что им проделано за время прохождения практики. Запись в рабочем графике заверяется подписью руководителя практики от предприятия (организации).*



**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ (пример\*)  
на прохождение преддипломной практики**

Студент \_\_\_\_\_  
(ФИО)

курс \_\_\_\_, направление подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг»

Период прохождения практики с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г

№ п/п	Содержание индивидуального задания	Планируемые результаты*
1.	Ознакомление с правилами внутреннего распорядка, прохождении инструктажа по технике безопасности, пожарной безопасности, правилам оказания первой помощи, охране труда. Ознакомление с должностной инструкцией менеджера (маркетолога) и организационной структурой предприятия – места практики	Отметка в журнале организации о прохождении инструктажа, по технике безопасности, пожарной безопасности, охране труда, правилам оказания первой помощи Собранный материал для формирования первой части отчета по практике и прохождения собеседования Сформированные компетенции, на уровне, предусмотренном программой преддипломной практики
2.	Ознакомление с целями, задачами и внутренними коммуникациями подразделения, в котором студент проходит практику.	Оформленная первая часть отчета по практике Сформированные компетенции, на уровне, предусмотренном программой преддипломной практики
3.	Ознакомление с системой маркетинга подразделения - места практики. Анализ маркетинговой стратегии предприятия, характеристика потребители, рынка и конкурентов, продуктов и услуг, марок, внешних коммуникации.	Первая глава ВКР. (Обоснование актуальности темы исследования, определение цели, задач исследования, письменное изложение теоретической части) Сформированные компетенции, на уровне, предусмотренном программой преддипломной практики
4.	Разработка предложений по повышению эффективности подразделения (организации) места практики	Вторая часть отчета по практике (Перечень обоснованных мероприятий с механизмом реализации и оценкой планируемых затрат и результатов для последующей работы над ВКР) Сформированные компетенции, на уровне, предусмотренном программой преддипломной практики
5.	Оформление отчета по итогам практики (систематизация, обработка и анализ полученной информации, подготовка к зачету; подготовка и защита отчета по практике)	Письменный отчет по преддипломной практике, согласованный с руководителем практики Презентация и доклад. Сформированные компетенции, на уровне, предусмотренном программой преддипломной практики

\* Раздел заполняется руководителем практики совместно со студентами с учетом темы выпускной квалификационной работы

Руководитель практики от Института

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
(подпись) (ФИО)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Руководитель от \_\_\_\_\_  
наименование организации (предприятия, учреждения)

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
(подпись) (ФИО)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.





	(предприятия, организации, учреждения - места практики)	
5.	Качество анализа и решения поставленных задач	
6.	Качество выбора методов решения, адекватность применяемых подходов (в том числе использование расчетных элементов)	
7.	Полнота и системность вносимых предложений по рассматриваемой проблеме	
8.	Актуальность использования источников и литературы (по теме и году издания)	
9.	Выполнение требований оформления отчета по практике (титульный лист, разметка страницы, размер шрифта, междустрочный интервал, ссылки на литературные источники, список литературы, приложения)	

## 2. ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

В результате прохождения преддипломной практики, у обучающегося сформированы в необходимом объеме знания, умения и навыки по компетенциям УК-1, УК-3, УК-6, УК-8, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5.

Уровень сформированности \_\_\_\_\_  
(низкий, средний, высокий)

## 3. ЗАКЛЮЧЕНИЕ РУКОВОДИТЕЛЯ ПО ПРАКТИКЕ ОТ ИНСТИТУТА

Отчет по преддипломной практике студента (студентки) \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ допускается к защите.

Руководитель практики от Института \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /  
подпись (Ф.И.О.)

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» просит организовать прохождение в \_\_\_\_\_  
(наименование организации)

с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. производственной, преддипломной практики по направлению подготовки 38.03.02. Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг» студента(ки) \_\_\_\_ курса факультета управления бизнесом

\_\_\_\_\_  
(ФИО студента)

По результатам практики просим выдать ему(ей) на руки отзыв-характеристику, заверенную печатью и подписью руководителя организации.

Декан факультета  
управления бизнесом

\_\_\_\_\_ Н.Е. Козырева  
(подпись)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

МП