

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 22.05.2023 12:09:18

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

 С.С. Юров

«14» апреля 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
Б2.В.01 (П) «ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ (ПРОЕКТНО-
ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ) ПРАКТИКА»**

Для направления подготовки:

38.03.02 Менеджмент

(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

организационно-управленческий; информационно-аналитический

Направленность (профиль):

«Бренд-менеджмент»

Форма обучения:

очная, очно-заочная

Москва – 2022

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

«01» марта 2022 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 № 8 от «04» марта 2022 г.

Аннотация программы практики

Программа производственной практики, технологической (проектно-технологической) практики (далее производственная практика), составлена с учетом требований 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 (от 12.08.2020 №970).

Производственная практика является неотъемлемой частью ОПОП ВО по направлению 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Бренд-менеджмент» и ориентирована на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Производственная практика направлена на приобретение бакалаврами практических навыков профессиональной деятельности, является частью Блока 2 программы бакалавриата 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Бренд-менеджмент» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений программы.

В объем производственной 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) «Бренд-менеджмент».

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

Производственная практика направлена на закрепление, расширение, углубление и систематизация знаний, приобретение опыта практической работы, навыков и компетенций в сфере профессиональной деятельности.

Для прохождения производственной практики обучающийся должен обладать знаниями, необходимыми для осуществления анализа деятельности предприятия, владеть навыками работы с информационными ресурсами, расположенными в сети Интернет. Производственная практика базируется на знаниях, приобретенных в ходе изучения следующих дисциплин ОПОП: Визуальная идентификация бренда, Digital-маркетинг, Личный брендинг, Психология рекламы, Методы принятия управленческих решений, Маркетинговые исследования, Маркетинг B2B, Подготовка рекламных кампаний для разных каналов коммуникации и др.

Производственная практика направлена на формирование следующих компетенций выпускника: УК-3, УК-6, УК-8, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4.

Целью производственной практики является закрепление, расширение, углубление и систематизация знаний, приобретение опыта практической работы, навыков и компетенций в сфере профессиональной деятельности.

Задачей производственной практики является приобретение навыков решения следующих задач в области бренд-менеджмента:

- сбор, обработка и анализ информации о структуре и функциях подразделений (служб) организации (предприятия), занимающихся организацией и управлением брендом организации (предприятия);
- ознакомиться с функциональными обязанностями сотрудников служб, занимающихся организацией и управлением брендом организации (предприятия);
- получить практические навыки по всем составляющим системы управления брендом на предприятии;
- подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности;

- изучить и проанализировать основные показатели по хозяйственной деятельности организации (предприятия) и данные аудита бренда организации (предприятия);
- приобрести и усвоить практические навыки самостоятельной работы в реальных условиях производственно-хозяйственной деятельности службы бренд-менеджеров организаций.

В ходе прохождения практики студент выполняет индивидуальные задания.

Общая трудоемкость производственной практики составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.

Производственная практика проводится на 3 курсе в 6 семестре. Продолжительность производственной практики - 4 недели.

Программой производственной практики предусмотрены следующие виды контроля: промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой в 6 семестре, включающего защиту отчета по практике.

Основные навыки и умения, полученные в ходе прохождения производственной практики, используются в дальнейшем при прохождении производственной (преддипломной) практики и изучении учебных дисциплин.

1. Вид, форма и способ проведения практики.

Вид практики: производственная практика.

Тип практики: технологическая (проектно-технологическая) практика.

Способы проведения практики: 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

Обучающиеся в результате прохождения производственной практики, технологической (проектно-технологической) практики, в соответствии с задачами профессиональной деятельности и целями основной профессиональной образовательной программы, должны овладеть следующими компетенциями:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Определяет стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Адекватно оценивает временные ресурсы и ограничения и эффективно планирует собственное время
	УК-6.2. Планирует траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации
УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной	УК-8.1. Применяет теоретические и практические знания и навыки в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	
ПК-1 Способен осуществлять подготовку и проведение маркетинговых исследований с использованием информационно-коммуникационных технологий	ПК-1.1. Планирует и организует сбор маркетинговой информации
	ПК-1.2. Готовит отчеты по результатам маркетинговых исследований
ПК-2 Способен анализировать маркетинговую деятельность организации и готовить предложения по ее совершенствованию	ПК-2.1. Формулирует и обосновывает предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности
	ПК-2.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
ПК-3 Способен участвовать в разработке и продвижении товаров (услуг), управлять брендом компании	ПК-3.1. Участвует в разработке мер по внедрению и продвижению на рынок инновационных товаров (услуг)
	ПК-3.2. Разрабатывает и реализует комплекс мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг)
ПК-4 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации	ПК-4.1. Разрабатывает систему маркетинговых коммуникаций в организации
	ПК-4.2. Определяет каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг
	ПК-4.4. Использует в работе инструменты прямого маркетинга

В результате прохождения производственной практики, технологической (проектно-технологической) практики, обучающийся должен закрепить теоретический материал и приобрести практические навыки, чтобы соответствовать предъявляемым к выпускнику программы бакалавриата требованиям по категориям «знать», «уметь», «владеть».

Знать:

- требования охраны труда и техники безопасности;
- методы сбора, обработки и систематизации информации;
- методы работы с нормативной документацией, регулирующих деятельность организации в целом и локальными нормативными актами организации, регламентирующих профильную деятельность;
- сущность, назначение и метод проведения SWOT- организации;
- методы анализа конкурентного преимущества бренда на рынке;
- способы изучения спроса и предложения, конкурентов, исследования каналов коммуникаций и сбыта продукции;
- способы получения обратной связи с потребителем.
- методы продвижения продукта компании;
- факторы, определяющие эффективность маркетинговой деятельности;
- требования, предъявляемые к оформлению полученных результатов в форме аналитической записки или отчета.

Уметь:

- соблюдать требования охраны труда и техники безопасности
- собирать, обрабатывать и систематизировать информацию;

- работать с нормативной документацией, регулирующих деятельность организации в целом и локальными нормативными актами организации, регламентирующих маркетинговую деятельность;
- проводить SWOT- анализ организации для выявления сильных и слабых сторон организации, ее возможностей и угроз;
- анализировать свойства продукта и выявлять его конкурентные преимущества на рынке;
- осуществлять изучение спроса и предложения, конкурентов, исследовать каналы коммуникаций и сбыта продукции;
- получать обратную связь с потребителем;
- использовать методы продвижения бренда компании;
- выявлять факторы, определяющие эффективность маркетинговой деятельности;
- оформлять полученные результаты в форме аналитической записки или отчета.

Владеть:

- способностью соблюдать требования охраны труда и техники безопасности
- навыком сбора, обработки и систематизации информации;
- навыком работы с нормативной документацией, регулирующих деятельность организации в целом и локальными нормативными актами организации, регламентирующих маркетинговую деятельность;
- навыком проведения SWOT- анализ организации для выявления сильных и слабых сторон организации, ее возможностей и угроз;
- навыком анализа свойств продукта и выявления его конкурентных преимуществ на рынке;
- навыком осуществления изучения спроса и предложения, конкурентов, исследования каналов коммуникаций;
- навыком построения обратной связи с потребителем;
- навыком практического применения методов продвижения бренда компании;
- навыком выявления факторов, определяющих эффективность маркетинговой деятельности;
- навыком оформления полученных результатов в форме аналитической записки или отчета.

3. Место практики в структуре ОПОП:

Производственная практика, технологическая (проектно-технологическая) практика, является обязательным видом учебной работы бакалавра, непосредственно ориентированной на профессионально-практическую подготовку обучающихся, входит в Блок 2 «Практики» ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент и относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Производственная практика является необходимым этапом в процессе формирования у обучающихся требуемых компетенций. Ее ценность заключается в приобретении новых и закреплении уже полученных знаний в условиях реального производства (бизнеса).

Производственная практика бакалавра в соответствии с ОПОП проходит после изучения таких учебных дисциплин как: Визуальная идентификация бренда, Digital-

маркетинг, Личный брендинг, Психология рекламы, Методы принятия управленческих решений, Маркетинговые исследования, Маркетинг В2В, Подготовка рекламных кампаний для разных каналов коммуникации и др.

Прохождение производственной практики имеет большое значение для подготовки к будущей преддипломной практике, а также к государственной итоговой аттестации, в которую входит защита выпускной квалификационной работы.

4. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях либо в академических или астрономических часах

В соответствии с основной профессиональной образовательной программой и учебным планом подготовки обучающихся по направлению 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Бренд-менеджмент» общая трудоемкость производственной практики составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов). Сроки проведения производственной практики, технологической (проектно-технологической) практики, определены действующим учебным планом.

Таблица 1. Трудоемкость практики

Номер курса	Номер семестра	Объем в зачетных единицах	Продолжительность практики	
			В неделях	В академических часах
3	6	6	4	216

5. Содержание и формы отчетности по практике

5.1. Содержание практики

Таблица 2. Содержание производственной практики

Код формируемых компетенций	Содержание практики	Кол-во час. (СРС/практ. подготовка)	Формы контроля
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.)	
ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4	Подбор необходимой литературы, работа с электронными базами данных. Прибытие на место проведения производственной практики. Оформление пропусков, прохождение инструктажа по технике безопасности и охране труда. Знакомство с правилами внутреннего трудового распорядка на организации и документами, регламентирующими деятельность бренд-менеджера.	14/4	Собеседование с руководителем практики от организации (места прохождения практики)

Код формируемых компетенций	Содержание практики	Кол-во час. (СРС/практ. подготовка)	Формы контроля
	Организация работы по месту практики. Оформление индивидуального задания на период прохождения практики; выполнение производственных заданий; мероприятия по сбору, обработке и систематизации собранного материала; другие виды работ в соответствии с поставленными задачами практики (изучение организационной структуры организации и полномочий ее структурных подразделений); нормативно-правовые акты и локальная документация и т.п.	70/20	
	Систематизация, анализ и обработка данных, полученных в процессе прохождения производственной практики. SWOT-анализ организации, анализ маркетингового потенциала организации и аудита бренда. Анализ продвигаемой компании/ продукта/ бренда и его конкурентного преимущества на рынке. Изучение спроса и предложения, изучение конкурентов, исследование каналов коммуникаций и сбыта. Характеристика процессов изучения соответствующего сегмента рынка, обратной связи с потребителем и продвижения компании/ продукта/ бренда. Разработка предложений по повышению эффективности работы подразделения (организации) места практики.	70/20	Подготовка основных разделов отчета и согласование их с руководителем практики от организации (места прохождения практики)
	Оформление отчета по результатам прохождения производственной практики	16 (СРС)	Представление отчета по практике на проверку руководителю практики от Института
	ИТОГО:	216 час.	
	Защита отчета по результатам прохождения производственной практики и получение зачета с оценкой	0,25 ч.** на 1 студента	Защита отчета

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

5.2. Формы отчетности по практике

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

Окончательный вариант отчетности по практике должен соответствовать следующей структуре:

1. Титульный лист (Приложение 2).

2. Лист-оформление студента на практику (Приложение 3)
3. Рабочий график прохождения практики (Приложение 4).
4. Индивидуальное задание нахождение производственной практики (Приложение 5).
5. Отзыв - характеристика руководителя практики от организации, заверенный печатью организации. (Приложение 6).
6. Текст отчета по практике
7. Отзыв руководителя практики от института (Приложение 7) – оформляется руководителем практики от Института, вкладывается в отчет и не сшивается.

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 производственной 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. Чернопяттов А.М. Маркетинг: учебник: / А.М. Чернопяттов. – 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. - 1995-2022. - URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 16.02.2022).

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 производственной 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 каждой главы начинается с новой страницы. Это же правило относится и к другим основным структурным частям работы: введению, заключению, списку литературы, приложениям.

Внутри одной главы параграфы следуют один за другим, не переносятся на новую страницу.

Нумерация страниц текста должна быть сквозной, первой страницей является титульный лист (см. Приложение 2), 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 должен быть Times New Roman - 12 pt, 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, его допускается уменьшать до - 12 pt, интервал-1, или 1,15.

Образец оформления рисунка:

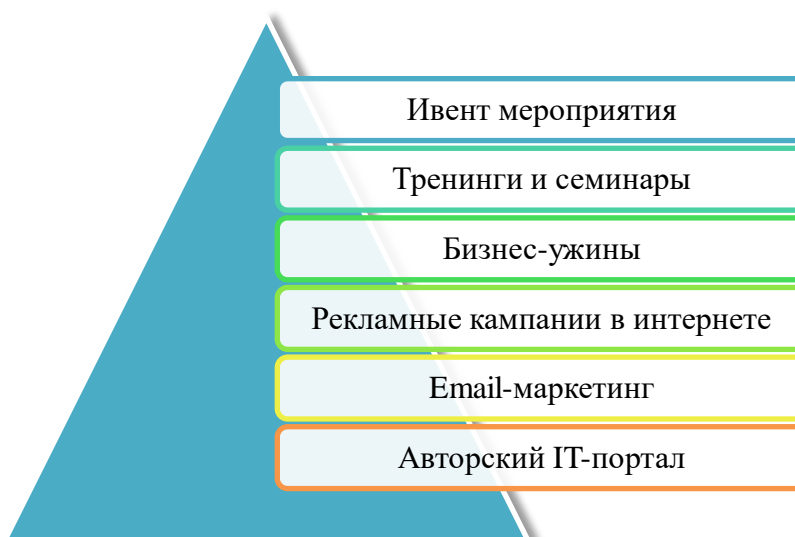


Рис. 1. Маркетинговая работа OCS

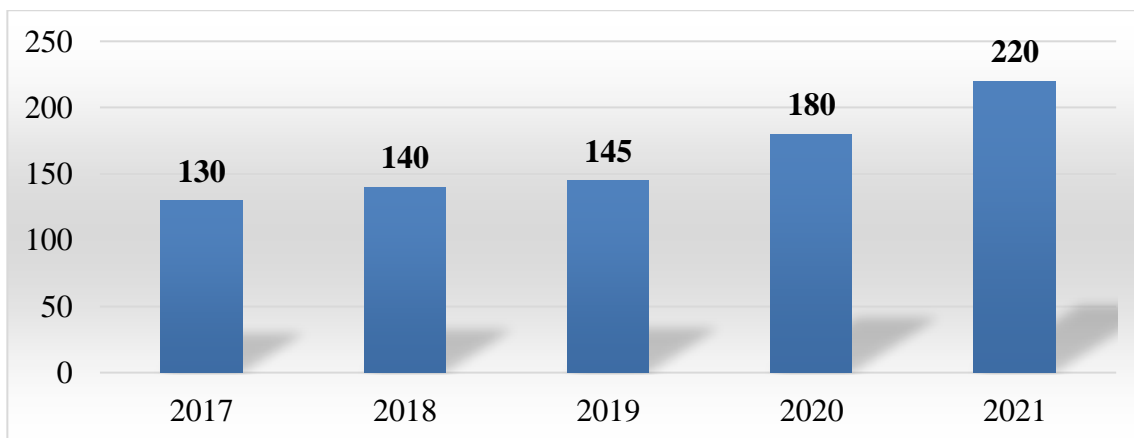


Рис. 2. Показатели выручки OCS за 2017-2021 гг., млрд. руб.

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 производственной 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 в установленные сроки, не пересдавшие ее, отчисляются из Института как имеющие академическую задолженность в порядке, предусмотренном Уставом АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

5.4. Содержание отчета по производственной практике

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

ВВЕДЕНИЕ

во введении необходимо указать:

- а) место и время прохождения практики (даты начала и окончания практики).
- б) цели практики (соответствуют целям в индивидуальном плане прохождения практики).
- в) перечень работ, выполненных студентом в процессе практики.

РАЗДЕЛ 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА (далее указывают название организации, в которой студент проходил практику)

- 1.1. Полное и сокращенное наименование организации
- 1.2. Организационно-правовой статус (ООО, ОАО,...)
- 1.3. Год создания, краткая история возникновения и развития компании
- 1.4. Сфера деятельности компании

РАЗДЕЛ 2. ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ И АНАЛИЗ МЕРОПРИЯТИЙ В ОБЛАСТИ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТА В ... (наименование организации- места практики)

- 2.1. Место маркетинговой службы и бренд-менеджера в организационной структуре организации
- 2.2. Распределение полномочий и взаимодействие маркетинговой службы (бренд-менеджера) с другими структурными подразделениями организации.
- 2.3. Анализа маркетингового потенциала организации и аудита бренда.
- 2.4. Анализ продвигаемой компании/продукта/бренда, анализ требований потребителей к продукту/бренду на основе результатов маркетинговых исследований.
- 2.5. Положение бренда и его динамика относительно аналогичных или схожих продуктов конкурентов
- 2.6. Аналитическая деятельность по изучению конкурентов и удовлетворенности потребителей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

в заключении необходимо:

- а) описать умения и навыки, приобретенные обучающимся во время практики;
- б) сделать основные выводы и рекомендации по совершенствованию стратегии/тактики продвижения компании/продукта/бренда и соответствующих организационных процессов, подготовленные обучающимся в процессе прохождения производственной практики.

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 производственной практике: (Приложение 1)

7. Информационно-коммуникационное обеспечение проведения практики

7.1. Перечень учебной литературы и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Синявец, Т. Д. Бренд-менеджмент : учебник для бакалавров по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» : [16+] / Т. Д. Синявец ; Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского. – Омск : Омский государственный университет

им. Ф.М. Достоевского (ОмГУ), 2022. – 207 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698866>

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
3. Юров, С. С. Бренд-менеджмент : [16+] / С. С. Юров, С. С. Дымова ; Институт бизнеса и дизайна. – Москва : Институт Бизнеса и Дизайна, 2020. – 205 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=695011>
4. Шевченко, Д. А. Управление брендом : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 344 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694021>.

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://xn--90agcbacgim.xn--p1ai/standart-iso-10668/> - международный стандарт ISO 10668 «Оценка бренда»
10. <http://www.brandz.com/> - база данных о мировых брендах
11. <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
12. <http://russianbranding.ru/> - АБКР (RBCA) - общественная организация, представляющая интересы брендинговых агентств России
13. <http://xn--90agcbacgim.xn--p1ai/> - сайт «Корпорация оценки бренда»
14. <http://www.akarussia.ru/> - Ассоциация коммуникационных агентств России- ведущее и крупнейшее профессиональное объединение коммуникационных услуг России
15. <https://realybiz.ru/> - сборник креативных идей для малого бизнеса
16. <https://www.interbrand.com/> - сайт консалтингового агентства Interbrand - одного из мировых лидеров в области брендинга (ребрендинга, нейминга)

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.

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

Материально-технической базой проведения производственной 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 № 404 -учебное помещение № I-14 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.
7. 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, 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).
3. Windows 7 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);
4. Microsoft Office Professional Plus 2010 (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.

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 - 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, 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

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, 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

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 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 производственной 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.В.01 (II) «ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ (ПРОЕКТНО-
ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ) ПРАКТИКА»**

Для направления подготовки:

38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

организационно-управленческий; информационно-аналитический

Направленность (профиль):

«Бренд-менеджмент»

Форма обучения:

очная, очно-заочная

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

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

Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Определяет стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели	Знает: формы, виды и функции стратегий сотрудничества для достижения поставленной цели Умеет: определять и устанавливать разные виды коммуникации, используя стратегии сотрудничества Владеет: навыком социального взаимодействия и стратегиями взаимного сотрудничества для достижения поставленной цели
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6 - Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Адекватно оценивает временные ресурсы и ограничения и эффективно планирует собственное время	Знает: способы и методы адекватного оценивания временных ресурсов и ограничений и эффективного планирования собственного времени Умеет: адекватно оценивать временные ресурсы и ограничения и эффективно планировать собственное время Владеет: навыком адекватного оценивания временных ресурсов и ограничений и эффективного планирования собственного времени
		УК-6.2. Планирует траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации	Знает: способы и методы планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации Умеет: планировать траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации Владеет: навыком планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации
Безопасность жизнедеятельности	УК-8 - Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения	УК-8.1. Применяет теоретические и практические знания и навыки в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды	Знает: теоретические и практические знания и навыки в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды Умеет: применять теоретические и практические знания и навыки в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды

Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов		Владеет: навыком применения теоретических и практических знаний и навыков в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды
	ПК-1 Способен осуществлять подготовку и проведение маркетинговых исследований с использованием информационно-коммуникационных технологий	ПК-1.1. Планирует и организует сбор маркетинговой информации	Знает: инструментарий планирования и организации сбора маркетинговой информации Умеет: осуществлять планирование и организацию сбора маркетинговой информации Владеет: навыком планирования и организации сбора маркетинговой информации
		ПК-1.2. Готовит отчеты по результатам маркетинговых исследований	Знает: методологию написания и оформления отчетов по результатам маркетинговых исследований Умеет: писать и оформлять отчет по результатам маркетинговых исследований Владеет: способностью писать и оформлять отчет по результатам маркетинговых исследований
	ПК-2 Способен анализировать маркетинговую деятельность организации и готовить предложения по ее совершенствованию	ПК-2.1. Формулирует и обосновывает предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности	Знает: концепцию формулировки и обоснования предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности Умеет: формулировать и обосновывать предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности Владеет: навыком формулировки и обоснования предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности
		ПК-2.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Знает: технологию осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами Умеет: осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами Владеет: навыком осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами
	ПК-3 Способен участвовать в разработке и продвижении товаров (услуг), управлять брендом компании	ПК-3.1. Участвует в разработке мер по внедрению и продвижению на рынок инновационных товаров (услуг)	Знает: инструментарий разработки мер по внедрению и продвижению на рынок инновационных товаров (услуг) Умеет: разрабатывать меры по внедрению и продвижению на рынок инновационных товаров (услуг) Владеет: навыком разрабатывать меры по внедрению и продвижению на рынок инновационных товаров (услуг)

Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		ПК-3.2. Разрабатывает и реализует комплекс мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг)	Знает: методологию разработки и реализации комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг) Умеет: разрабатывать и реализовывать комплекс мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг) Владеет: способностью разрабатывать и реализовывать комплекс мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг)
	ПК-4 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации	ПК-4.1. Разрабатывает систему маркетинговых коммуникаций в организации	Знает: инструментарий разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации Умеет: разрабатывать систему маркетинговых коммуникаций в организации Владеет: навыком разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации
ПК-4.2. Определяет каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг		Знает: технологию формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг Умеет: формировать каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг Владеет: способностью формировать каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг	
ПК-4.4. Использует в работе инструменты прямого маркетинга		Знает: инструменты прямого маркетинга Умеет: работать с инструментами прямого маркетинга Владеет: способностью использовать в работе инструменты прямого маркетинга	

6.2. Описание показателей и критериев оценивания результатов прохождения производственной 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-3 УК-6 УК-8	ЗНАНИЯ	Отсутствие знаний	Неполные знания	Полные знания с небольшими пробелами	Системные и глубокие знания
ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4	УМЕНИЯ	Отсутствие умений	Частичные умения	Умения с частичными пробелами	Полностью сформированные умения
	НАВЫКИ	Отсутствие навыков	Частичные навыки	Отдельные пробелы в навыках	Полностью сформированные навыки

Прохождение производственной практики, технологической (проектно-технологической) 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 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 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 процесса бренд-менеджмента в организации, ответственных за его осуществление, участников процесса.

5. Опишите цель деятельности и перечень выполняемых работ данным структурным подразделением организации, результаты деятельности. Сделайте выводы о возможности достижения стратегических целей деятельности организации в области бренд-менеджмента.

6. Проанализируйте материалы, содержащие маркетинговую информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.

7. Примите участие в разработке и реализации комплекса мероприятий по определению форм и способов продвижения бренда и установления эффективной бренд-коммуникации с потребителями. Определите каналы коммуникации с потенциальными потребителями. Проанализируйте полученные результаты.

8. Проведите анализ показателей осуществляемых организацией мероприятий в области бренд-менеджмента. Сделайте соответствующие выводы. Определите потенциальные возможности совершенствования данного вида деятельности в организации

Формы проверки:

- устный опрос в форме собеседования с руководителем практики от профильной организации.
- защита письменного отчета о прохождении практики с руководителем практики от Института.

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

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

Примерные теоретические вопросы для подготовки к зачету с оценкой

1. Организационная структура предприятия
2. Локально-нормативные акты предприятия - базы практики, регламентирующие деятельность организации
3. Нормативные акты и локально-нормативные акты предприятия - базы практики, регламентирующие требования охраны труда
4. Правила проведения инструктажа по технике безопасности, оказания первой помощи и защиты от ЧС.
5. Локальные нормативные акты (порядки, инструкции), регламентирующие маркетинговую деятельность предприятия
6. Процесс разработки мероприятий по продвижению бренда: распределение ролей и ответственность
7. Современные методы исследований в брендинге
8. Методы анализа рынка в организации
9. Способы обратной связи с потребителями
10. Методы определения конкурентных преимуществ организации
11. Выявление сегментов рынка и работа организации по продвижению бренда для различных сегментов
12. Методы анализа конкурентной среды
13. Способы изучения спроса и предложения, конкурентов, исследования каналов коммуникаций
14. Основные элементы процесса стратегического управления и возможные альтернативы стратегий развития брендов.
15. Основные подходы к разработке брендов.
16. Основной инструментарий бренд-менеджмента.
17. Опишите методы стратегического выбора альтернатив развития брендов организации.
18. Основные модели поведения потребителей.
19. Основные методы исследования и анализа поведения потребителей.
20. Выявление потребительских предпочтений бренду.
21. Корпоративные стратегии брендов.
22. Продуктовые стратегии брендов.
23. Факторы, влияющие на изменение запросов и потребительских предпочтений бренду и их поведение на рынке в целом.

24. Методы и инструменты бренд-коммуникаций.
25. Программы продвижения брендов.
26. Этапы разработки программы продвижения бренда.
27. Основные подходы к формированию бюджета программы продвижения бренда.
28. Показатели оценки эффективности программы продвижения брендов
29. Структура и особенности функционирования рекламного рынка.
30. Основные тренды бренд-коммуникаций.

Критерии оценки:

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

- своевременно, качественно выполнил весь объем работы, требуемый рабочей программой производственной практики;
- показал глубокую теоретическую, методическую, профессионально-прикладную подготовку;
- умело применил полученные знания во время прохождения производственной 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 программы производственной практики;
- полностью выполнил рабочую программу производственной 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 производственной 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 производственной 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, полученного в процессе прохождения производственной практики

Оценка знаний, умений, навыков по производственной 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 производственной практике требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент в форме зачета с оценкой.

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

Оценка производственной практики осуществляется по результатам открытой защиты в Институте обучающимся 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;
- полнота ответа на теоретические вопросы

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

Итоги практики обучающихся ежегодно обсуждаются на заседании соответствующей кафедры и могут выноситься на заседание ученого совета Института.

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

Отчет по практике

Вид практики: производственная

Тип практики: технологическая (проектно-технологическая) практика

Выполнил студент(ка): _____

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Бренд-менеджмент

№ 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 переменой 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 руководителя практики от организации
	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.		
	Организация работы по месту практики. Изучение нормативно-правовых документов. Ознакомление с организацией (миссией, организационно-правовой формой, формой собственности, целями, основными направлениями деятельности, производственной и организационной структурой, портфелем брендов). Ознакомление с целями, задачами и внутренними коммуникациями подразделения-места практики.		
	Изучение особенностей продвигаемой компании/ продукта/ бренда. Анализ требований потребителей к продукту/бренду на основе результатов маркетинговых исследований. Анализ продукта, рынка, спроса и предложения, сегментов, конкурентов, динамики реализации продукции. Участие в разработке и реализации комплекса мероприятий по определению форм и способов продвижения бренда и установления эффективной бренд-коммуникации с потребителями.		
	Систематизация, анализ и обработка данных, полученных в процессе прохождения производственной практики.		
	Подготовка основных выводов и рекомендаций по совершенствованию стратегии/ тактики продвижения компании/ продукта/ бренда и соответствующих организационных процессов.		
	Оформление отчета по итогам практики		

Руководитель практики от Института

_____ / _____ /
(подпись) (ФИО)

« ____ » _____ 20__ г.

Руководитель от _____
наименование организации (предприятия, учреждения)

_____ / _____ /
(подпись) (ФИО)

« ____ » _____ 20__ г.

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ на прохождение производственной практики

Студент _____
(ФИО)

курс 3, направление подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Бренд-менеджмент»

Период прохождения практики с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г

№ п/п	Содержание индивидуального задания	Планируемые результаты
1	Ознакомление с правилами внутреннего распорядка, прохождение инструктажа по технике безопасности, пожарной безопасности, охране труда.	<p>Знает: правила внутреннего распорядка, техники безопасности, пожарной безопасности, охраны труда</p> <p>Умеет: использовать при осуществлении профессиональной деятельности правила внутреннего распорядка, техники безопасности, пожарной безопасности, охраны труда</p> <p>Владеет: понятийно-терминологическим аппаратом в сфере осуществления профессиональной деятельности и в области безопасности жизнедеятельности</p>
2	Ознакомление с должностной инструкцией бренд-менеджера и организационной структурой организации- места практики.	<p>Знает: организационную структуру, функции отдела, должностные обязанности специалиста - места прохождения практики</p>
3	Сбор информации об организационно-правовой форме организации; содержании основных учредительных документов организации - места практики; основных направлениях деятельности, производственной и организационной структурах; портфеле брендов	<p>Знает: способы и методы сбора необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи; способы и методы планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации</p> <p>Умеет: осуществлять анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем</p> <p>Владеет: способами решения конкретных задач в профессиональной деятельности, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов; навыком социального взаимодействия и стратегиями взаимного сотрудничества для достижения поставленной цели</p>
4	Выполнение заданий руководителя практики от организации. Описание работы структурно подразделения- места прохождения производственной практики. Анализ комплекса мероприятий по определению форм и способов продвижения бренда. Работа в профильном отделе по реализации текущих задач организации в сфере бренд-менеджмента. Анализ продукта, рынка, спроса и предложения, сегментов, конкурентов, динамики реализации продукции	<p>Знает: основы планирования и организации сбора маркетинговой информации; современные методы исследований в брендинге; основы формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации; основы работы с инструментами прямого маркетинга; основы подготовки рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений</p> <p>Умеет: осуществлять планирование и организацию сбора маркетинговой информации; формулировать и дать обоснование предложениям по совершенствованию маркетинговой деятельности; формировать каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг организации; работать с инструментами прямого маркетинга; подготовить рекомендации по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений</p> <p>Владеет: способностью планировать и организовать сбор маркетинговой информации; способностью формулировать и обосновывать предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности; способностью формировать каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг организации; навыком работы с</p>

		инструментами прямого маркетинга; навыком подготовки рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений; навыком определения стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели
5	Систематизация, анализ и обработка данных, полученных в процессе прохождения производственной практики.	<p>Знает: инструментарий разработки мер по внедрению и продвижению на рынок инновационных товаров (услуг); методы анализа и соотнесения данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп с целью выявления и оценивания новых рыночных возможностей</p> <p>Умеет: разрабатывать меры по внедрению и продвижению на рынок инновационных товаров (услуг); анализировать и соотносить данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп с целью выявления и оценивания новых рыночных возможностей; проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой исследования брендов</p> <p>Владеет: способностью выполнять поиск и оценку новых рыночных возможностей и формулировать бизнес-идею; способностью анализа и соотнесения данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп с целью выявления и оценивания новых рыночных возможностей; способностью разрабатывать и реализовывать комплекс мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг)</p>
6	Оформление отчета по итогам практики	<p>Знает: способы и методы адекватного оценивания временных ресурсов и ограничений и эффективного планирования собственного времени;</p> <p>Умеет: адекватно оценивать временные ресурсы и ограничения и эффективно планировать собственное время</p> <p>Владеет: навыком адекватного оценивания временных ресурсов и ограничений и эффективного планирования собственного времени</p>

Руководитель практики от Института

_____ / _____ /
 (подпись) (ФИО)

« ____ » _____ 20__ г.

Руководитель от _____
 наименование организации (предприятия, учреждения)

_____ / _____ /
 (подпись) (ФИО)

« ____ » _____ 20__ г.

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 производственной практики, технологической (проектно-технологической) практики, у обучающегося сформированы в необходимом объеме знания, умения и навыки по компетенциям УК-3, УК-6, УК-8, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4.

Уровень сформированности _____
(низкий, средний, высокий)

3. ЗАКЛЮЧЕНИЕ РУКОВОДИТЕЛЯ ПО ПРАКТИКЕ ОТ ИНСТИТУТА

Отчет по производственной практике, технологической (проектно-технологической) 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 технологической (проектно-технологической) практики по направлению подготовки 38.03.02. Менеджмент, направленность (профиль) «Бренд-менеджмент» студента(ки) 3 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