Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Юров Сергей Серафимович
Должность: ректор
Дата подписания: 08.04.2025 12:49:33
Уникальный программный ключ:
3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

Автономная некоммерческая организация высшего образования
“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ

УТВЕРЖДАЮ
Ректор _____ С.С. Юров
«04» февраля 2025 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):
«Маркетинг»

Форма обучения:
очная, очно-заочная

Москва – 2025

Разработчик (и): Прокина Марина Владимировна, старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«17» января 2024 г. _____ /М.В. Прокина /
(подпись)

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

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ _____ /Н.Е. Козырева /
(подпись)

Заведующий кафедрой
разработчика РПД _____ / Е.С. Мальцева /
(подпись)

Рассмотрено и одобрено на заседания кафедры менеджмента и маркетинга

Протокол заседания кафедры № 06 от «22» января 2025 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) «Маркетинг» 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) «Маркетинг» 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) «Маркетинг».

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: Методы принятия управленческих решений, Правовое обеспечение профессиональной деятельности, Деловые коммуникации, Управление проектами, Поведение потребителей, Товарная политика, Стратегический маркетинг, Оценка эффективности программ продвижения и др.

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

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 менеджмента и маркетинга:

- осознание мотивов и ценностей в избранной профессии;
- ознакомление с процессом и приобретение навыка работы в коллективе и команде для достижения поставленной задачи;
- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений, а том числе в области управления маркетинговой и рекламной деятельностью;
- оценка эффективности управленческих решений, маркетинговых программ, рекламных проектов и их реализации;
- подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической

деятельности;

- анализ планирования деятельности организации и подразделений;
- участие в разработке и реализации конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);
- участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации
- подготавливает, обрабатывает и анализирует маркетинговую информацию для формирования отчета по производственной практике, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий

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-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	**УК-2.2.** Выбирает оптимальный способ решения задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения
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	**УК-6.1.** Адекватно оценивает временные ресурсы и ограничения и эффективно планирует собственное время

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
течение всей жизни	
УК-8 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	**УК-8.1.** Применяет теоретические и практические знания и навыки в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды
	УК-8.2. Осуществляет оперативные действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов
ПК-1 Способен осуществлять подготовку и проведение маркетинговых исследований, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий	**ПК-1.2.** Обрабатывает и анализирует маркетинговую информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий
	ПК-1.3. Исследует и анализирует маркетинговую деятельность организации, разрабатывает и обосновывает предложения по ее совершенствованию
ПК-2 Способен участвовать в разработке и продвижении товаров (услуг), управлять брендом компании	**ПК-2.2.** Осуществляет подготовку рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)
	ПК-2.3. Разрабатывает и реализует комплекс мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг)
ПК-3 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации	**ПК-3.3.** 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 маркетинговую деятельность;
- сущность, назначение и метод проведения SWOT- организации;
- методы анализа продукта и выявления его конкурентного преимущества на рынке;
- способы изучение спроса и предложения, конкурентов, исследования каналов коммуникаций и сбыта продукции;
- способы получения обратной связи с потребителем производимой продукции.
- 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- 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 производимой продукции;
- использовать методы продвижения продукта компании;
- выявлять факторы, определяющие эффективность маркетинговой деятельности;
- оформлять подученные 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 и сбыта продукции;
- навыком построения обратной связи с потребителем производимой продукции;
- навыком практического применения методов продвижения продукта 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: Методы принятия управленческих решений,

Правовое обеспечение профессиональной деятельности, Деловые коммуникации, Управление проектами, Поведение потребителей, Товарная политика, Стратегический маркетинг, Оценка эффективности программ продвижения 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) «Маркетинг» 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-2 УК-3 УК-6 УК-8 ПК-1 ПК-2 ПК-3	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.)	
	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 маркетинговую деятельность.	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 плана-задания на проведение 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 продукта и его конкурентного преимущества на рынке, изучение спроса и предложения, изучение конкурентов, исследование каналов коммуникаций и сбыта, объемов реализации продукции. Характеристика процессов изучения рынка сбыта, обратной связи с потребителем и продвижения продукции. Разработка предложений по повышению эффективности 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 на прохождение 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.

Оформление списка литературы

В списке литературы дают библиографическое описание каждого использованного в работе источника.

Библиографическое описание — это сведения об источнике, по которым можно

понять, откуда информация и как ее найти. Эти данные необходимо приводить в соответствии с требованиями соответствующих ГОСТ.

Для печатных изданий — учебников, журналов, газет и книг — применяют ГОСТ Р 7.0.100—2018 с учетом ГОСТ Р 7.0.80—2023, в котором можно найти рекомендации по оформлению заголовков, например, если источник посвящен географической области.

Для электронных ресурсов — ГОСТ Р 7.0.108—2022.

Ссылки на используемую литературу

В отчете по ученой 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 учебной 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 теста - «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 и 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. Подчеркивать заголовки не следует. Точка в конце заголовка не ставится. Таблицу рекомендуется помещать после первого упоминания о ней в тексте.

Название 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

Таблица 2. Динамика показателей рынка энергосервиса, 2017-2024 гг.

Показатель	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Суммарная стоимость контрактов, млрд руб.	8,0	17,9	44,0	19,5	19,1	57,5	17,7	53,5
Количество контрактов, ед.	652	498	808	936	824	989	571	536

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

Образец оформления графиков

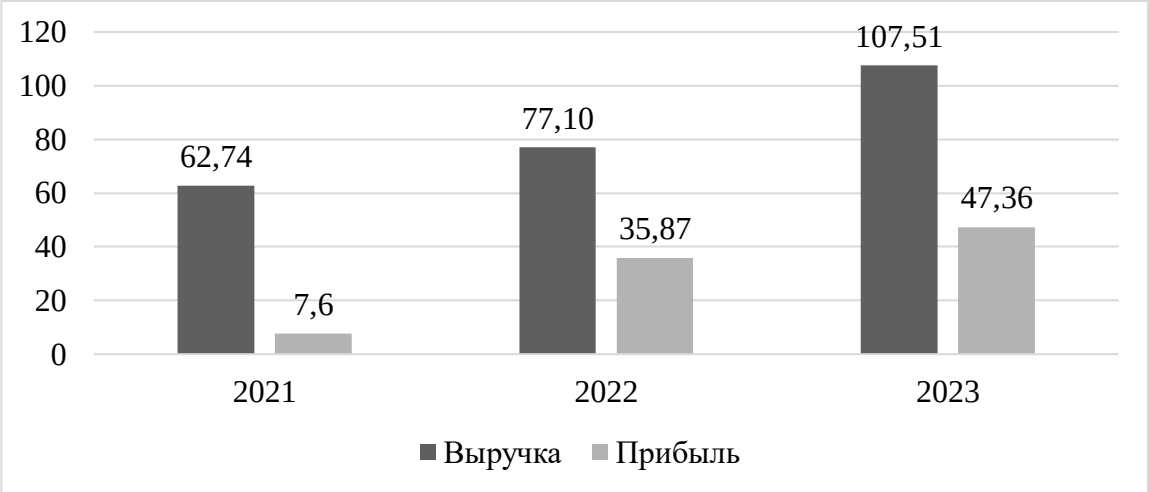

Рис. 1. Финансовые результаты ООО «ЭкоТехнологии» по годам (млн руб.)

Пример оформления схемы

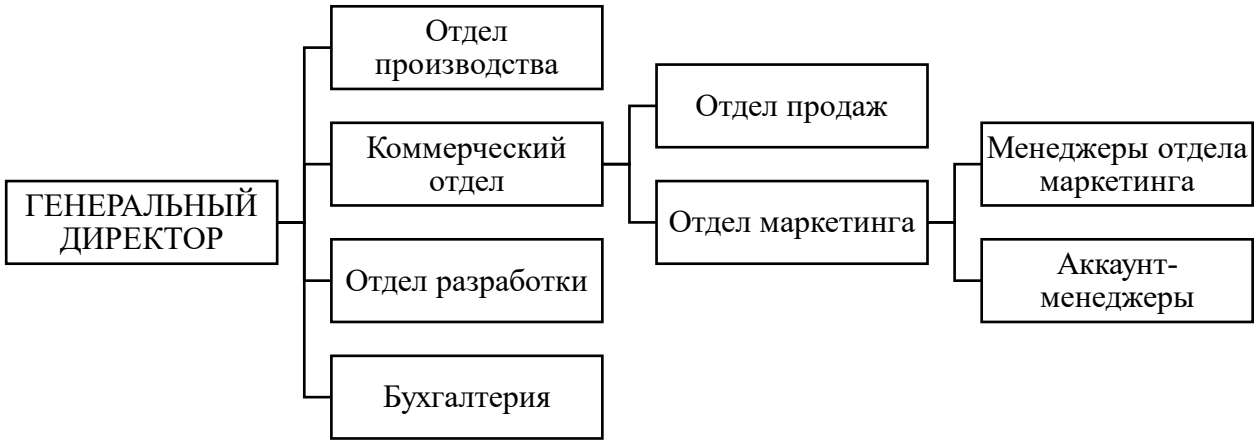

Рис. 3. Организационная структура компании ООО «ЭкоТехнологии»

Если рисунок заимствован из учебника, монографии, научной статьи, сайта и т.д. то есть не является авторским, то ссылка на источник обязательна. В данном случае в квадратных скобках указан номер из списка литературы, под которым стоит название источника и номер страницы, где приведен рисунок.

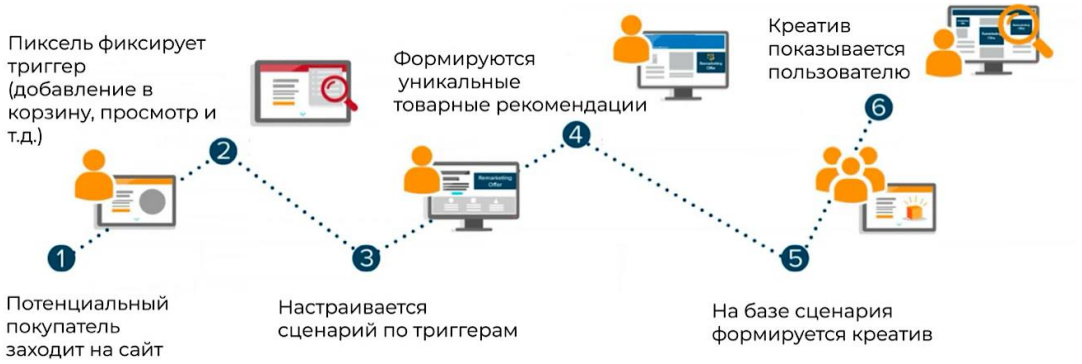

Рис. 8. Путь пользователя в динамическом ремаркетинге [8]

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 учебной 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. АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

2.1. Характеристика продукта (продукции, работы и (или) услуги)

(в данном пункте необходимо описать тип, вид, комплектность, ассортимент, конкурентные преимущества, позиция, упаковка и т.д. и т.п. продукции, работы, услуги)

2.2. Характеристика рынка, сегментов и сложившейся конъюнктуры на производимые и/или продаваемые товары (продукцию, работу и услуги)

2.3. Динамика сбыта продукции, ее состав и качество

2.4. Характеристика различных каналов реализации продукции организации, ценовой политики

2.5. SWOT-анализ организации. Рекомендуемая маркетинговая стратегия

(в данном пункте проводится анализ, включая весь цикл стратегического анализа – PEST, 5 сил Портера, КФУ и как итог - SWOT-анализ).

2.6. Распределение прав и обязанностей в системе управления маркетингом, возможность и эффективность использования инструментов коммуникаций

2.7. Методы стимулирования реализации продукции организации

(*использование промо-акций, бонусов, скидок, закупки продукции на местах производства и др.*)

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

в заключении необходимо:

а) описать умения и навыки, приобретенные обучающимся во время практики;

б) сделать основные выводы и рекомендации по совершенствованию маркетинговой стратегии и 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. Романов, А. А. Маркетинг : учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 438 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710166
2. Люханова, С. В. Маркетинг : учебное пособие : [16+] / С. В. Люханова. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 220 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=707897
3. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова, Г. А. Гадиев, Д. А. Жильцов [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой, Д. В. Тюрина. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 408 с. : табл., схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720354
4. Шевченко, Д. А. Основы современного маркетинга : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 614 с. : ил., табл., схем. – (Учебные издания для вузов). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=709871
5. Блинов, А. О. Теория менеджмента : учебник / А. О. Блинов, Н. В. Угрюмова. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2025. – 299 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720245
6. Антонова, О. И. Теория организации : учебное пособие / О. И. Антонова, В. М. Апахова, Е. В. Кузнецова. – 2-е изд. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 116 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=713564

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 - 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.marketch.ru/ - «Записки маркетолога» форум маркетинговых специалистов
13. 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
14. CMS Magazine –сайт развивает такие темы как: мобильная и веб-разработка, аналитика, менеджмент, продвижение и интернет-реклама.
15. https://www.shopolog.ru/ - сайт о современных технологиях ритейла и электронной коммерции.
16. https://www.likeni.ru/ - интернет-издание о digital, social и креативном маркетинге: кейсы, мастер-классы, интервью с признанными экспертами отрасли.
17. https://www.sostav.ru/ - портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR
18. https://leadzavod.com/ - журнал о партнерском маркетинге и арбитраже трафика.
19. https://texterra.ru/ - основные направления сайта: веб-разработка, SEO, PPC, SMM и веб-аналитика.
20. http://toolmark.ru/ - статьи по вопросам, связанным с маркетингом: настройка инструментов, аналитика, копирайтинг, конспекты книг и исследования.
21. 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

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, 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.

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, 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 - 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.

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 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.

Приложение 1

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 (П) «ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ (ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ) 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 – 2025

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

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	**УК-2.2.** Выбирает оптимальный способ решения задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения	**Знает:** методологию выбора оптимальных способов решения задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения **Умеет:** определять круг задач, планировать и выбирать пути их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений **Владеет:** способами решения конкретных задач в профессиональной деятельности, исходя из действующих норм, имеющихся ресурсов
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
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, а также 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-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности	**УК-8.1.** Применяет теоретические и практические знания и навыки в бытовой и профессиональной сфере для	**Знает:** 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	Результаты обучения
безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	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 **Владеет:** навыком применения теоретических и практических знаний и навыков в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды
	УК-8.2. Осуществляет оперативные действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов	**Знает:** основные необходимые оперативные действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов **Умеет:** осуществлять оперативные действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов **Владеет:** навыком осуществления оперативных действий по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов
ПК-1 Способен осуществлять подготовку и проведение маркетинговых исследований, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий	**ПК-1.2.** Обрабатывает и анализирует маркетинговую информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий	**Знает:** основные принципы обработки и анализа маркетинговой информации с использованием информационно-коммуникационных технологий **Умеет:** обрабатывать и анализировать маркетинговую информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий **Владеет:** способностью обрабатывать и анализировать маркетинговую информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий
	ПК-1.3. Исследует и анализирует маркетинговую деятельность организации, разрабатывает и обосновывает предложения по ее	**Знает:** методологию проведения исследований и анализа маркетинговой деятельности организации, разработки и обоснования предложений по ее совершенствованию **Умеет:** исследовать и анализировать маркетинговую деятельность

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	совершенствованию	организации, разрабатывать и обосновывать предложения по ее совершенствованию **Владеет:** навыком проведения исследований и анализа маркетинговой деятельности организации, способен разрабатывать и обосновывать предложения по ее совершенствованию
ПК-2 Способен участвовать в разработке и продвижении товаров (услуг), управлять брендом компании	**ПК-2.2.** Осуществляет подготовку рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)	**Знает:** технологию подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов) **Умеет:** подготавливать рекомендации для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов) **Владеет:** навыком подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)
	ПК-2.3. 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-3 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации	**ПК-3.3.** 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 компе-тенций	РЕЗУЛЬТАТ ОБУЧЕНИЯ (описание результатов представлено в таблице 3)	**ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ**			
		Неудовлетвори-тельно	Удовлетвори-тельно	Хорошо	Отлично
УК-2 УК-3 УК-6 УК-8 ПК-1 ПК-2 ПК-3	ЗНАНИЯ	Отсутствие знаний	Неполные знания	Полные знания с небольшими пробелами	Системные и глубокие знания
	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 маркетинга, 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 маркетинга.

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

7. Проведите SWOT анализ (включая весь цикл стратегического анализа – PEST, 5

сил Портера, КФУ и как итог - SWOT-анализ). Сделайте соответствующие выводы. Определите потенциальные возможности совершенствования маркетинговой деятельности организации

8. Примите участие в разработке и реализация комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг), определите каналы коммуникации с потенциальными потребителями.

9. Проанализируйте полученные результаты с точки зрения соответствия практической деятельности маркетинговой службы организации и теоретическим основам, полученным в результате освоения учебных дисциплин, предшествующих практике.

Формы проверки:

- устный опрос в форме собеседования с руководителем практики от профильной организации.
- защита письменного отчета о прохождении практики с руководителем практики от Института. К защите необходимо подготовить презентацию, объемом не менее 5 слайдов, которая должна содержать следующую информацию:
    - краткая информация о компании и ее бизнесе;
    - какие задачи были поставлены перед студентом в организации в период прохождения практики;
    - какие практические навыки приобретены в процессе прохождения практики;
    - выводы (чему нужно еще научиться).

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. Функциональные обязанности сотрудников отдела маркетинга.
7. Процесс разработки маркетинговых мероприятий: распределение ролей и ответственность.
8. Методы анализа рынка в организации.
9. Способы обратной связи с потребителями организации.
10. Методы определения конкурентных преимуществ организации.

11. Выявление сегментов рынка и работа организации по продвижению продукта для различных сегментов.
12. Методы анализа конкурентной среды.
13. Способы изучение спроса и предложения, конкурентов, исследования каналов коммуникаций и сбыта продукции.
14. Методы продвижения продукта компании.
15. Процессный подход к управлению маркетинговой деятельностью.
16. Стратегия сотрудничества и ее реализация в организации.
17. Процесс формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг в организации.
18. Инструменты прямого маркетинга и их использование в организации.
19. Требования, предъявляемые к оформлению подученных в результате исследования выводов в форме аналитической записки или отчета.

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 объёме выполнившие программу практики и в указанные сроки, представившие всю отчётную 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.

Приложение 2

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): 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)*

Приложение 3

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)

Приложение 4

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 целями, задачами и внутренними коммуникациями подразделения, Ознакомление с положением о службе маркетинга, маркетинговой программой организации		
	Систематизация, анализ и обработка данных, полученных в процессе прохождения производственной практики. Анализ продукта, рынка, спроса и предложения, сегментов, конкурентов, динамики реализации продукции, Характеристика различных каналов реализации продукции организации, ценовой политики		
	Распределение прав и обязанностей в системе управления маркетингом, возможность и эффективность использования рекламы. Методы стимулирования реализации продукции организации (использование скидок, закупки продукции на местах производства и др.)		
	Работа в отделе по выполнению текущих задач, участие в процессе создания медиапродуктов, мероприятиях, организуемых базой практики. Создание собственного учебного медиа продукта и его обсуждение с руководителем от базы практики		
	Разработка предложений по повышению эффективности подразделения (организации) места практики		
	Описание работы студента в период практики		
	Оформление отчета по итогам практики		

Руководитель практики от Института

_____ /_____/

(подпись) *(ФИО)*

«____» _____ 20___г.

Руководитель от _____

наименование организации (предприятия, учреждения)

_____ /_____/

(подпись) *(ФИО)*

«____» _____ 20___г.

Приложение 5

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ
на прохождение производственной практики

Студент _____
(ФИО)

курс 3, 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, прохождение инструктажа по технике безопасности, пожарной безопасности, охране труда.	**Знает:** правила внутреннего распорядка, техники безопасности, пожарной безопасности, охраны труда **Умеет:** использовать при осуществлении профессиональной деятельности правила внутреннего распорядка, техники безопасности, пожарной безопасности, охраны труда **Владеет:** понятийно-терминологическим аппаратом в сфере осуществления профессиональной деятельности и в области безопасности жизнедеятельности
2	Ознакомление с должностной инструкцией маркетолога и организационной структурой организации- места практики.	**Знает:** организационную структуру, функции отдела, должностные обязанности специалиста - места прохождения практики
3	Сбор информации об организационно-правовой форме организации; содержании основных учредительных документов организации - места практики	**Знает:** способы и методы сбора необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи **Умеет:** осуществлять анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем **Владеет:** способами решения конкретных задач в профессиональной деятельности, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов
4	Выполнение заданий руководителя практики от организации. Описание работы структурно подразделения- места прохождения производственной практики. Анализ маркетинговой программы организации Работа в отделе маркетинга по реализации текущих задач организации.	**Знает:** основы планирования и организации сбора маркетинговой информации; основы формулирования и обоснования предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности; 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 **Умеет:** планировать и организовать сбор 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 **Владеет:** способностью планировать и организовать сбор маркетинговой информации; способностью формулировать и обосновать предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности; способностью формировать каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг организации; навыком работы с 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.	**Знает**: основы поиска и оценки новых рыночных возможностей и формулирования бизнес-идеи; методы анализа и соотнесения данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп с целью выявления и оценивания новых рыночных возможностей **Умеет**: выполнять поиск и оценку новых рыночных возможностей и формулировать бизнес-идею; анализировать и соотносить данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп с целью выявления и оценивания новых рыночных возможностей **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
6	Оформление отчета по итогам практики	**Знает:** способы и методы эффективного планирования собственного времени **Умеет:** эффективно планировать собственное время **Владеет:** навыком эффективного планирования собственного времени навыками использования современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем; навыками использования современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем; способностью использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы для решения поставленных управленческих задач

Руководитель практики от Института

_____ /_____/

(подпись) *(ФИО)*

«____» _____ 20___г.

Руководитель от _____

наименование организации (предприятия, учреждения)

_____ /_____/

(подпись) *(ФИО)*

«____» _____ 20___г.

Приложение 6

ОТЗЫВ-ХАРАКТЕРИСТИКА

Студент (ка) 3 курса факультета управления бизнесом АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» _____

(ФИО студента(ки)

с «__» _____20__г. по «__» _____20__г. прошел(ла) производственную практику в_____

наименование организации (предприятия, учреждения)

В период практики выполнял (а) обязанности_____

За время прохождения практики_____

(ФИО студента(ки)

показал(а)_____

(уровень теоретической подготовки, умение применить и использовать знания)

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Программа практики выполнена полностью, компетенции УК-2, УК-3, УК-6, УК-8, ПК-1, ПК-2, ПК-3 сформированы:

☐ в полной мере

☐ частично

☐ не сформированы

В целом работа практиканта(ки) _____ выполнена на

(ФИО студента(ки)

должном профессиональном уровне и заслуживает оценки_____

(отлично, хорошо, удовлетворительно)

Руководитель практики от

_____ _____ /_____/

наименование организации (предприятия, учреждения) *(подпись)* *(ФИО)*

МП «____» _____ 20___г.

Приложение 7

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ

Кафедра: Менеджмента и маркетинга
Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль): Маркетинг
Форма обучения: _____
Курс 3 Семестр 6
Студент(ка): _____
Группа _____
Производственная практика, технологическая (проектно-технологическая) практика.
Место прохождения практики: _____
_____

ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ ПРАКТИКИ ОТ ИНСТИТУТА

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

1. ОЦЕНКА ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ

№	Критерии	**Соответствует требованиям** (соответствует/ частично соответствует/ не соответствует)
1.	Соответствие структуры отчета методическим указаниям	
2.	Точность формулировок цели и задач практики	
3.	Логичность и структурированность текста отчета, наличие всех структурных частей	
4.	Характеристика и анализ объекта исследования (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 производственной практики, технологической (проектно-технологической) практики, у обучающегося сформированы в необходимом объеме знания, умения и навыки по компетенциям УК-2, УК-3, УК-6, УК-8, ПК-1, ПК-2, ПК-3

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) «Маркетинг» 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