

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет управления

Кафедра коммерции и маркетинга

ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ:

**практика по получению первичных профессиональных умений и
навыков**

Образовательная программа

38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки

Маркетинг

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения

очная, заочная

Махачкала, 2020 год

Программа учебной практики: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности составлена в 2020 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02.Менеджмент (уровень бакалавриата) от «12» января 2016 г., №7

Разработчик: кафедра «Коммерция и маркетинг», Амирова М.М., к.э.н., доцент, Камалова Т.А., к.т.н., профессор.

Программа практики одобрена:

На заседании кафедры коммерции и маркетинга от «10» 03 2020 г., протокол № 8

Зав. кафедрой Умавов Ю.Д.

(подпись)

На заседании Методической комиссии факультета управления от «13» 03 2020 г., протокол № 7

Председатель Гашимова Л.Г.

(подпись)

Программа производственной практики согласована с учебно-методическим управлением

«10» 03 2020 г.

Гасангаджиева А.Г.

(подпись)

Представители работодателей:

АНО Межрегиональный Маркетинговый центр «Дагестан-Москва»

Генеральный директор Абдурашидова А.М.

Торговый Дом «Беларусь»

Директор Галимов Н.М.



Аннотация программы учебной практики

Учебная практика входит в обязательный раздел основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.02 - Менеджмент и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Учебная практика реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга.

Общее руководство практикой осуществляет руководитель практики от факультета, отвечающий за общую подготовку и организацию практики. Непосредственное руководство и контроль выполнения плана практики осуществляет руководитель практики из числа профессорско-преподавательского состава кафедры.

Учебная практика реализуется стационарным способом на кафедре и в других подразделениях вуза.

Учебная практика также реализуется посредством организации самостоятельной работы обучающихся с библиотечными ресурсами, ресурсами сети Интернет, а также с иной доступной научной и аналитической информацией.

Основным содержанием учебной практики является приобретение практических навыков: организации самостоятельного профессионального трудового процесса, работы в профессиональных коллективах и обеспечения работы данных коллективов с соответствующими материалами; принятия организационных решений в стандартных ситуациях; а также выполнение индивидуального задания для более глубокого изучения какого-либо вопроса профессиональной деятельности.

Учебная практика нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК- 1,ПК -2, ПК-3,ПК-4,ПК-5,ПК-6,ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК -15,ПК-16, ПК-17, ПК-18, ПК-19, ПК-20.

Объем учебной практики 3 зачетных единиц, 108 академических часов.

Промежуточный контроль в форме дифференцированного зачета.

1. Цели учебной практики

Целями учебной практики являются соединить результаты теоретического обучения с практической деятельностью, получить первое представление о своей будущей профессии маркетолога, закрепить на основе собственного практического опыта основные теоретические положения и навыки, полученные за период обучения.

2. Задачи учебной практики

Задачами учебной практики являются:

- формирование умений применять теоретические знания и профессиональных компетенций;
- развитие и накопление профессиональных умений и навыков;
- изучение и участие в разработке организационно-методических и нормативных документов для решения отдельных задач по месту прохождения практики (при необходимости);
- ознакомление с организационной структурой предприятия и действующей в нем системы управления;
- ознакомление с содержанием основных работ и исследований в области маркетинга, выполняемых в организации по месту прохождения практики;
- изучение особенностей конкретных процессов необходимых для осуществления маркетинговой деятельности в организации;
- освоение приемов и методов выявления, наблюдения, измерения и контроля параметров маркетинговых процессов в соответствии с профилем Маркетинг;
- принятие участия в конкретном процессе или исследованиях;
- усвоение приемов, методов обработки, представления и интерпретации результатов проведенных практических исследований.

3. Тип, способ и форма проведения учебной практики

Тип учебной практики - практика по получению первичных профессиональных умений и навыков в организационно-управленческой, информационно-аналитической и предпринимательской деятельности.

Способы проведения учебной практики – стационарный.

Учебная практика проводится в дискретной форме путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения практики.

Учебная практика проводится на кафедре и в других подразделениях вуза. Учебная практика также реализуется посредством организации самостоятельной работы обучающихся с библиотечными ресурсами, ресурсами сети Интернет, а также с иной доступной научной и аналитической информацией.

4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате прохождения учебной практики у обучающегося формируются компетенции и по итогам практики он должен продемонстрировать следующие результаты:

Код компетенции из ФГОС ВО	Наименование компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
ПК- 1	владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	Знает: основные теории мотивации Умеет: использовать теоретические знания для решения стратегических и оперативных управленческих задач Владеет: методами диагностики организационной культуры
ПК- 2	владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде	Знает: способы разрешения конфликтных ситуаций Умеет: использовать способы разрешения конфликтных ситуаций Владеет: способами разрешения конфликтных ситуаций
ПК- 3	Владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Знает: основы стратегического анализа Умеет: использовать теоретические знания для анализа, разработки и осуществления стратегии организации Владеет: методами проведения стратегического анализа

ПК- 4	умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации	Знает: основы финансового менеджмента Умеет: использовать знания финансового менеджмента при принятии решений, связанных с финансовыми операциями Владеет: методами финансового менеджмента
ПК- 5	способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	Знает: сущность и содержание функциональных стратегий компании Умеет: анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний Владеет: методами анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний
ПК- 6	способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	Знает: основы теории управления проектом Умеет: использовать теоретические знания для внедрения технологических и продуктовых инноваций Владеет: навыками управления проектом
ПК- 7	Владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области	Знает: теоретические основы заключения соглашений и договоров Умеет: координировать деятельность исполнителей для достижения высокой согласованности при выполнении работ Владеет: навыками

	функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ	контроля за исполнением бизнес-планов
ПК- 8	владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	Знает: правила документального оформления решений в деятельности предприятий Владеет: навыками документального оформления решений в деятельности предприятий
ПК- 9	способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	Знает: о влиянии макроэкономической среды на функционирование предприятий Умеет: анализировать поведение потребителей Владеет: навыками выявления и анализа коммерческих рисков
ПК- 10	владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	Знает: о значении информации для принятия управленческих решений Умеет: анализировать различные источники информации Владеет: навыками количественного и качественного анализа информации
ПК- 11	владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации,	Знает: о значении вторичной информации для принятия управленческих решений

	ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов	Умеет: вести базы данных по различным показателям Владеет: навыками анализа информации по системе внутреннего документооборота
ПК-12	умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	Знает: о роли системы сбора информации о деловых партнерах Умеет: поддерживать связи с деловыми партнерами Владеет: навыками общения с деловыми партнерами
ПК-13	умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций	Знает: моделирование бизнес-процессов Умеет: моделировать бизнес-процессы Владеет: методами реорганизации бизнес-процессов
ПК-14	Умение применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета	Знает: основные принципы и стандарты финансового учета Умеет: применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации Владеет: навыками управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета
ПК-15	умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том	Знает: основные рыночные риски Умеет: проводить анализ рыночных рисков для

	числе при принятии решений об инвестировании и финансировании	принятия управленческих решений Владеет: методами анализа рыночных рисков
ПК-16	владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов	Знает: о роли финансовых рынков и институтов Умеет: проводить оценку инвестиционных проектов, Владеет: навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования
ПК-17	способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	Знает: экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности Умеет: оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности Владеет: методами анализа экономических и социальных условий
ПК-18	владение навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)	Знает: основы бизнес-планирования Владеет: навыками создания и развития новых организаций, направлений деятельности, продуктов
ПК-19	владение навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками	Знает: основы осуществления предпринимательской деятельности Владеет: навыками координации предпринимательской деятельности

ПК-20	владение навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур	Знает: основные организационные и распорядительные документы для создания новых предпринимательских структур Владеет: навыками подготовки организационных и распорядительных документов
-------	---	--

5. Место практики в структуре образовательной программы.

Учебная практика входит в Блок 2 "Практики", относится к вариативной части основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Учебной практике предшествует изучение дисциплин: «Экономическая теория», «Статистика», «Информационные технологии в менеджменте», «Метрология, стандартизация и сертификация», «Теория менеджмента», «Маркетинг», «Финансовый менеджмент», «Управление продуктом», «Организация продаж», «Логистика», предполагающий проведение лекционных и семинарских занятий.

В указанных дисциплинах рассматриваются теоретические основы организации маркетинговой деятельности и взаимодействующих с ней других видов деятельности. Соответствующие дисциплины и учебная практика позволяют профессионально овладеть знаниями, умениями, навыками в организации маркетинговой деятельности и корректно интерпретировать полученные результаты.

Требования к входным компетенциям, приобретенным в результате освоения предшествующих частей ОПОП:

- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, свободно владеть литературной и деловой письменной и устной речью на русском языке, навыками публичной и научной речи; создавать и редактировать тексты профессионального назначения, анализировать логику рассуждений и высказываний;

- способность осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности, способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы;

- осознание сущности и значения информации в развитии современного общества; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации; навыками работы с компьютером как средством управления информацией;

-способность применять основные законы естественно-научных дисциплин в профессиональной деятельности, а также методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владение математическим аппаратом при решении профессиональных проблем;

- способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение;

- готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности и проверять правильность ее оформления.

Прохождение учебной практики необходимо в качестве предшествующей формы учебной работы для усвоения учебных дисциплин. Результаты прохождения учебной практики являются необходимыми и предшествующими для изучения таких дисциплин, как «Разработка управленческих решений», «Управление изменениями», «Маркетинговые исследования», «Управления маркетингом», прохождения производственной (в том числе преддипломной) практики и выполнения выпускной квалификационной работы.

6. Объем практики и ее продолжительность.

Объем учебной практики 3 зачетных единиц, 108 академических часов.

Промежуточный контроль в форме дифференцированного зачета.

Учебная практика проводится на 3 курсе в 6 семестре.

7. Содержание практики.

№ п/ п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы, на практике включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость в часах)			Формы текущего контроля
		всего	аудиторных	СРС	
1	Подготовительный этап: ознакомление с календарно-тематическим планом практики, правилами работы с ресурсным материалом (текстовые, онлайн, мультимедийные источники), правилами оформления отчетной документации по прохождении практики; инструктаж по технике безопасности.	8	6	2	Фиксация посещения
2	Аналитический этап: изучение форм и направлений деятельности кафедры; ознакомление с научно-методическими материалами, научно-методическими разработками, тематикой научных направлений кафедры, научно-методической литературой;	84	60	24	Проверка заполнения дневника, соответствующий раздел в

	посещение занятий преподавателей кафедры по различным учебным дисциплинам, активно участие в научно-практических конференциях семинарах и заседаниях методических комиссий; выполнение отдельных поручений в рамках программы практики. Выполнение контрольных заданий.				отчете
	Подготовка и защита отчета по практике	16	6	10	Письменный отчет, электронная презентация
	Итого	108	72	36	

8. Формы отчетности по практике.

В качестве основной формы и вида отчетности по практике устанавливается письменный отчет обучающегося и отзыв руководителя. По завершении практики обучающийся готовит и защищает отчет по практике. Отчет состоит из выполненных студентом работ на каждом этапе практики. Отчет студента проверяет и подписывает руководитель. Он готовит письменный отзыв о работе студента на практике.

Аттестация по итогам практики проводится в форме дифференцированного зачета по итогам защиты отчета по практике, с учетом отзыва руководителя, на выпускающей кафедре комиссией, в составе которой присутствуют руководитель практики факультета, непосредственные руководители практики и представители кафедры, а также представители работодателей и (или) их объединений.

9. Фонды оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике.

9.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования приведен в описании образовательной программы.

Код и наименование компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения
ПК-1 «владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а	Знает: основные теории мотивации Умеет: использовать теоретические знания для решения стратегических и оперативных управленческих задач	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания

также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры»	Владеет: методами диагностики организационной культуры	
ПК-2 «владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде»	Знает: способы разрешения конфликтных ситуаций Умеет: использовать способы разрешения конфликтных ситуаций Владеет: способами разрешения конфликтных ситуаций	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания
ПК-3 «Владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности»	Знает: основы стратегического анализа Умеет: использовать теоретические знания для анализа, разработки и осуществления стратегии организации Владеет: методами проведения стратегического анализа	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания
ПК-4 «умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и	Знает: основы финансового менеджмента Умеет: использовать знания финансового менеджмента при принятии решений, связанных с финансовыми операциями Владеет: методами финансового менеджмента	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания

структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации»		
ПК-5 «способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений»	Знает: сущность и содержание функциональных стратегий компании Умеет: анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний Владеет: методами анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания
ПК-6 «способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений»	Знает: основы теории управления проектом Умеет: использовать теоретические знания для внедрения технологических и продуктовых инноваций Владеет: навыками управления проектом	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания
ПК-7 «Владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ»	Знает: теоретические основы заключения соглашений и договоров Умеет: координировать деятельность исполнителей для достижения высокой согласованности при выполнении работ Владеет: навыками контроля за исполнением бизнес-планов	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания
ПК-8 «владение навыками	Знает: правила	Защита отчета.

документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений»	документального оформления решений в деятельности предприятий Владеет: навыками документального оформления решений в деятельности предприятий	Контроль выполнения индивидуального задания
ПК-9 «способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли»	Знает: о влиянии макроэкономической среды на функционирование предприятий Умеет: анализировать поведение потребителей Владеет: навыками выявления и анализа коммерческих рисков	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания
ПК-10 «владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления»	Знает: о значении информации для принятия управленческих решений Умеет: анализировать различные источники информации Владеет: навыками количественного и качественного анализа информации	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания
ПК-11 «владение навыками анализа информации о	Знает: о значении вторичной информации для	Защита отчета. Контроль выполнения

функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов»	принятия управленческих решений Умеет: вести базы данных по различным показателям Владеет: навыками анализа информации по системе внутреннего документооборота	индивидуального задания
ПК-12 «умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)»	Знает: о роли системы сбора информации о деловых партнерах Умеет: поддерживать связи с деловыми партнерами Владеет: навыками общения с деловыми партнерами	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания
ПК-13 «умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций»	Знает: моделирование бизнес-процессов Умеет: моделировать бизнес-процессы Владеет: методами реорганизации бизнес-процессов	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания
ПК-14 «Умение применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета»	Знает: основные принципы и стандарты финансового учета Умеет: применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации Владеет: навыками управления затратами и принятия решений на	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания

	основе управленческого учета	
ПК-15 «умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании»	Знает: основные рыночные риски Умеет: проводить анализ рыночных рисков для принятия управленческих решений Владеет: методами анализа рыночных рисков	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания
ПК-16 «владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов»	Знает: о роли финансовых рынков и институтов Умеет: проводить оценку инвестиционных проектов, Владеет: навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания
ПК-17 «способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели»	Знает: экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности Умеет: оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности Владеет: методами анализа экономических и социальных условий	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания
ПК-18 «владение навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)»	Знает: основы бизнес-планирования Владеет: навыками создания и развития новых организаций, направлений деятельности, продуктов	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания
ПК-19 «владение навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности	Знает: основы осуществления предпринимательской деятельности Владеет: навыками координации	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания

выполнения бизнес-плана всеми участниками»	предпринимательской деятельности	
ПК-20 «владение навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур»	Знает: основные организационные и распорядительные документы для создания новых предпринимательских структур Владеет: навыками подготовки организационных и распорядительных документов	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания

9.2. Типовые индивидуальные (контрольные) задания.

Перед началом практики студенты получают индивидуальные задания по сбору данных.

Задание №1.

Составить с руководителем учебной практики календарно-тематический план практики, ознакомиться с правилами работы с ресурсным материалом (текстовыми, онлайн, мультимедийными источниками), правилами оформления отчетной документации по прохождении практики; правилами безопасности.

Задание №2.

Изучение форм и направлений деятельности кафедры; ознакомление с научно-методическими материалами, научно-методическими разработками, тематикой научных направлений кафедры, научно-методической литературой.

Задание №3.

Посещение занятий преподавателей кафедры по различным учебным дисциплинам, участие в научно-практических конференциях, семинарах и заседаниях методических комиссий; выполнение отдельных поручений в рамках программы практики.

Задание №4. В таблице представлены данные, полученные в ходе тестирования идей нового продукта. Какую идею выберет маркетолог, если он использует для этого метод балльной оценки (10 баллов – максимальная оценка)?

Критерии	Коэффициент весомости	Идеи нового продукта			
		№1	№2	№3	№4
Перспективы развития рынка	0,3	7	9	5	9
Производственные возможности	0,3	4	6	8	2

Степень новизны	0,2	8	4	2	6
Состояние конкуренции	0,1	6	6	4	8
Имидж компании	0,1	5	7	7	7

Задание №5. В таблице представлены оценки, данные потенциальными покупателями торговой марке А и ее прямому конкуренту, марке Б, по шести критериям. Определить, какая из марок обладает более высокой воспринимаемой ценностью?

Критерии	Коэффициент весомости	Оценки (шкала 1-10)	
		Торговая марка А	Торговая марка Б
Материальные атрибуты			
A1	0,1	8	7
A2	0,2	9	7
A3	0,2	9	6
A4	0,15	8	8
Нематериальные атрибуты			
A5	0,1	8	8
A6	0,25	9	6

Задание №6. Данные о распределении объемов продаж и марже по пяти группам товаров в магазине с товарооборотом в размере 592 тыс. руб. в год представлены в таблице:

Группа товаров	Доля в обороте, %	Маржа, %	Площадь секции в торговом зале, м ²
Группа А	24	38	70
Группа Б	9	42	45
Группа В	31	35	125
Группа Г	14	29	55
Группа Д	22	49	55

Общие постоянные годовые затраты составляют:

- на содержание помещения – 45 тыс. руб.;
- на зарплату – 140 тыс. руб.;
- прочие постоянные расходы – 35 тыс. руб.

Определить группу товаров с наибольшей чистой прибылью исходя из того, что общие расходы магазина распределяются по пяти группам товаров пропорционально числу квадратных метров, приходящихся на каждую товарную группу. Определите общую чистую прибыль магазина.

Задание №7. Предприятие планирует разместить рекламу прямого отклика с последующим заказом товара. Четыре выбранных еженедельника характеризуется данными, приведенными в таблице:

Еженедельник	Чистый охват на 1000 экз., чел.	Ожидаемая доля заказов, %	Затраты на рекламу, руб.
I	920	40	51 520
II	880	9	14 256
III	750	10	12 000
IV	1150	30	51 750

В каком еженедельнике предприятие разместит рекламу, если решение принимается на основе «затрат на заказ»?

Задание №8. Тираж журнала составляет 1,8 млн. экземпляров. В первой целевой группе он достигает 2,3 млн. потенциальных потребителей, во второй – 3,2 млн. Охват рекламным сообщением в первой группе составляет 90 %, во второй – 20 %. Полная страница рекламы стоит 60 тыс. руб. Каковы затраты на 1000 человек?

Задание №9. В таблице приведены данные по трем фирмам:

Фирмы	Расходы на рекламу, млн. руб.	Доля рынка, %
«А»	2,0	40
«Б»	1,0	28
«В»	0,5	32

Оцените уровень эффективности рекламы фирмы «А» относительно фирм конкурентов.

Задание №10. Производитель решает провести купонное стимулирование продукта, прибыль от продажи которого равна 35 руб. Его розничная цена составляет 100 руб. При предъявлении купона на этот продукт покупатель может получить его бесплатно. В крупном городе было распределено 3 500 тыс. купонов при планируемом 25% выкупе. Затраты на изготовление и распространение купонов составляют 12 руб. на один купон. На дополнительные операции с купонами розничной торговле выплачивается еще 10 руб. Сколько единиц товара необходимо дополнительно продать, чтобы компенсировать затраты на программу стимулирования сбыта?

Задание №11. Предприятие специализируется на производстве кондитерских изделий и организует их продажу на местном рынке. Какая структура отдела маркетинга целесообразна для данного предприятия?

Задание №14. Создание телевизионного рекламного ролика.

Рекламное агентство получило заказ на создание рекламных роликов для рекламирования лыж, творога и крупной авиакомпании.

Представьте себе, что творческая группа по телерекламе – это Вы. Попробуйте описать содержание ролика для каждого из объектов рекламирования, используя предлагаемую схему Хантли–Болдуина.

А. Коммерческая идея (что продемонстрировать):

1. Замысел нового товара.
2. Новая модель товара.
3. Новая особенность товара.
4. Новые форма, размер, упаковка.
5. Компоненты.

6. Процесс производства.
7. Фирма (образ).
8. Область применения.
9. Место производства товара.
10. Универсальность.
11. Удобство.
12. Качество.
13. Экономичность.
14. Проблема, «породившая товар».
15. Результаты неиспользования.
16. Результаты использования:
 - а) осязаемые;
 - б) неоссязаемые.
17. Образ жизни пользователей.
18. Преданность (приверженность) пользователей.
19. Удовлетворение пользователей.
20. Количество пользователей.

Б. Основная тональность, или подход:

1. Прямой.
2. С легким юмором.
3. С сильным преувеличением.

В. Приемы демонстрации:

1. «Одинокий товар» – все внимание на товар, без фона или окружения.
2. Ведущий показ «одинокого товара» сопровождается закадровым голосом, объясняющим происходящее на экране.
3. Ситуация «до» и «после».
4. Испытания в экстремальных условиях.
5. «Зарисовка с натуры» – инсценированная ситуация, в которой товар избавляет людей от какой-то существующей в реальной жизни проблемы.
6. Свидетельство в пользу товара – интервью, которое «ведущий» берет у довольного пользователя, или свидетельство известной личности.
7. Документальный показ – драматизация проблемы или подтверждение каких-либо эксплуатационных характеристик.
8. Символизм.
9. Фантастика.
10. Аналогия – «чистит как шквал при безоблачном небе».

Г. Техника съемки:

1. Натурный фильм.
2. Мультипликация.
3. Трюковой фильм.
4. Комбинированный фильм.

Задание:

1. Разработайте и обсудите критерии оценки сценария рекламного ролика (товар по выбору).

2. Группу студентов рекомендуется разделить на две команды, каждая из которых составляет свой вариант рекламного ролика.
3. После завершения работы каждая команда представляет свою разработку сценария для взаимной оценки по разработанным критериям.

Задание №15.

Два партнера организовали фирму с небольшим штатом работников, которая занимается изготовлением стульев, канопе и табуретов отличного качества и разных конструкций. Их основные торговые точки – несколько лондонских магазинов. Переехав в новое помещение в дальнем пригороде, партнеры решили расширить производство, для чего им необходимо подыскать новых торговцев в радиусе 50 миль от своего предприятия. Они обратились в несколько магазинов в выбранном районе, но большинство из них – гораздо меньше лондонских и заинтересованы в поддержке рекламой.

Партнеры начинали понимать, какую роль может сыграть реклама в налаживании распределения. После некоторого размышления они осознали, что она обеспечит им и большую степень контроля над процессом продаж.

Изучив данные о рекламных расценках подходящих местных журналов и газет и выделив значительные средства на типографские работы, партнеры пришли к выводу, что проведение пробной рекламной кампании будет обоснованно. Особый интерес для потребителей представляли преимущества предлагаемого товара, включая и методы его производства. Характеризуя продукцию партнеров, можно выделить следующие моменты.

Типы производимой мебели. Стулья обеденного набора, в том числе резные, двух видов. Кресла для отдыха и канопе трех видов. Табуреты кухонные, для баров и садовые.

Материалы. Лучшие сорта выдержанных тиса, дуба и красного дерева или других пород на заказ. Отборные древесины и фанера тщательно подобраны друг к другу. Обивка из лучших сортов кожи и тканей ручной выработки.

Дизайн. Модели созданы ведущими промышленными дизайнерами.

Производство. После машинной обработки каждая деталь проходит тщательную проверку и при необходимости доводится перед сборкой вручную. Каждое изделие перед вождением или полировкой проверяется специалистами с помощью традиционных методов контроля. Обивка изготавливается ремесленниками, которые также пользуются традиционными приемами труда и материалами. Перед отгрузкой каждое изделие самым тщательным образом проверяется и принимается одним из партнеров.

Гарантии. За исключением случаев естественного износа, случайного повреждения или преднамеренно неправильного использования, каждое изделие имеет гарантию пятилетнего срока службы. Для поддержания репутации производителя изделий исключительного качества фирма всегда в полной мере выполняет свои гарантийные обязательства.

Задания:

1. Сформулируйте основополагающие заявления для рекламного сообщения, позволяющие позиционировать товар.

2. Определите наиболее подходящий слоган для рекламного сообщения.
3. Напишите текст рекламного сообщения (20–25 строк).

Индивидуальные творческие задания по практике:

1. Провести маркетинговое исследование рынка конкретных товаров;
2. Провести анализ конкурентной среды предприятия;
3. Выявить требования потребителей к качественным характеристикам товаров (услуг), которые производит конкретное предприятие;
4. Предложить варианты идей по организации производства новых товаров (услуг) для конкретного предприятия, обосновать их;
5. Провести анализ каналов распределения, организации системы товародвижения и продаж, существующих на конкретном предприятии;
6. Провести оценку политики ценообразования на конкретном предприятии;
7. Разработать систему мероприятий по формированию коммуникационной политики предприятия;
8. Разработать предложения по совершенствованию деятельности службы (отдела) маркетинга на предприятии;
9. Разработать мероприятия по повышению эффективности продаж товаров (услуг) на предприятии;
10. Разработать проект рекламной кампании (новой) продукции предприятия.

Контрольные вопросы

1. Объясните, как организован контроль качества товаров и услуг на конкретном предприятии и его влияние на увеличение объема продаж?
2. Какое подразделение организует и кто осуществляет приемку товаров по количеству и качеству, ее учет?
3. Охарактеризуйте элементы системы управления товародвижением, его учет и методы оптимизации, мероприятия по сокращению потерь товаров, затрат материальных и трудовых ресурсов.
4. Каков порядок проведения инвентаризации, определения и списания потерь на предприятии?
5. Какие технологии и технические средства применяют для сбора, хранения, обработки, анализа и оценки информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью?
6. Какими методами изучают и прогнозируют спрос потребителей на определенных сегментах рынка;
7. Какие документы для ведения коммерческой деятельности составляют в организации, и какие методы проверки правильности ее оформления используют на практике?
8. Какими федеральными законами и нормативными документами, а также требованиями, установленными техническими регламентами,

стандартами, положениями договоров пользуется персонал маркетинговых служб?

9. Какие критерии применяют руководители маркетинговых служб при выборе деловых партнеров, кто проводит деловые переговоры, заключает договора на взаимовыгодной основе и осуществляет контроль за выполнением договоров?

10. Рассмотрите методы управления ассортиментом и качеством товаров и услуг в организации.

11. Как осуществляется выбор и реализация стратегии ценообразования?

12. Охарактеризуйте систему организации и планирования материально-технического обеспечения предприятия, закупки и продажи (сбыт) товаров?

13. Какие пути повышения качества торгового обслуживания потребителей Вы предлагаете?

14. Каковы процедура управления товарными запасами и методы их оптимизация?

15. Каковы методы управления персоналом подразделений маркетинговой службы в данной организации?

16. Какова схема анализа и показателей оценки маркетинговой деятельности принята к конкретной организации?

17. Каковы организационная структура маркетинговой службы конкретной организации и функции ее персонала?

18. Опишите содержание работ по организации, проведению исследований маркетинговой деятельности и оценке их эффективности.

19. Дайте характеристику результатов научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям) в соответствии с утвержденной методикой.

20. В разработке каких инновационных методов, средств и технологий осуществления маркетинговой деятельности Вы принимали участие?

9.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, результатов обучения, соотнесённые с индикаторами достижения компетенций.

Оценивание уровня учебных достижений студента осуществляется в виде текущего и промежуточного контроля в соответствии с Положением о модульно-рейтинговой системе обучения студентов Дагестанского государственного университета.

Критерии оценивания защиты отчета по практике:

- соответствие содержания отчета заданию на практику;
- соответствие содержания отчета цели и задачам практики;
- постановка проблемы, теоретическое обоснование и объяснение её содержания;
- логичность и последовательность изложения материала;
- объем исследованной литературы, Интернет-ресурсов, справочной и энциклопедической литературы;

- использование иностранных источников;
- анализ и обобщение практического материала;
- наличие аннотации (реферата) отчета;
- наличие и обоснованность выводов;
- правильность оформления (соответствие стандарту, структурная упорядоченность, ссылки, цитаты, таблицы и т.д.);
- соблюдение объема, шрифтов, интервалов (соответствие оформления заявленным требованиям к оформлению отчета);
- отсутствие орфографических и пунктуационных ошибок.

Критерии оценивания презентации результатов прохождения практики

- полнота раскрытия всех аспектов содержания практики (введение, постановка задачи, оригинальная часть, результаты, выводы);
- изложение логически последовательно;
- стиль речи;
- логичность и корректность аргументации;
- отсутствие орфографических и пунктуационных ошибок;
- качество графического материала;
- оригинальность и креативность.

10. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики.

а) основная литература:

1. Годин, А.М. Маркетинг: учебник для бакалавров. - М.: Дашков и Ко, 2016. - 656 с.
2. Жариков Г.А. Маркетинг и его особенности в России [Электронный ресурс]: монография / Г.А. Жариков, С.К. Становкин. — Электрон. текстовые данные. — М.: Прометей, 2014. — 140 с. — 978-5-7042-2528-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/30406.html>
3. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс. - М.: Вильямс, 2010. - 656 с.
4. Умавов Ю.Д., Камалова Т.А. Основы маркетинга. – М.: КноРус, 2015. – 240 с.

б) дополнительная литература:

1. Алексунин В. А. Маркетинг: учебник. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2016. - 199 с.
2. Басовский Л. Е. Маркетинг: учеб. пособие. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Инфра-М, 2014. - 299 с.
3. Бронникова Т.С. Маркетинг. Теория, методика, практика: учеб. пособие. - М.: КноРус, 2013. – 208 с.
4. Васильев Г.А. Маркетинг: учебное пособие. - М. : Юнити-Дана, 2012. – 239 с.
5. Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: учебное пособие. - М.: Дашков и Ко, 2016, 2014. – 150 с.
6. Маркетинг: теория и практика: учеб. пос. для бакалавров / Под общ.

ред. С.В. Карповой. - М.: Юрайт, 2012. – 239 с.

7. Современные аспекты маркетинга [Электронный ресурс] / В.А. Дуболазов [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — СПб.: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2014. — 439 с. — 978-5-7422-4366-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43972.html>

в) ресурсы сети «Интернет»

1. eLIBRARY.RU[Электронный ресурс]: электронная библиотека /Науч. электрон. б-ка. — Москва, 1999 - . Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>. - Яз. рус., англ.
2. Moodle [Электронный ресурс]: система виртуального обучения: [база данных] / Даг. гос. ун-т. - Махачкала, г. - Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. - URL: <http://moodle.dgu.ru/>.
3. Электронный каталог НБ ДГУ [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах литературы, поступающих в фонд НБ ДГУ/Дагестанский гос. ун-т. - Махачкала, 2010 - Режим доступа: <http://elib.dgu.ru>, свободный.
4. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ [Электронный ресурс] – URL: <http://www.economy.gov.ru>.
5. Государственные программы Российской Федерации: Официальный портал госпрограмм РФ. [Электронный ресурс]. URL: <http://programs.gov.ru/portal>.
6. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс] – URL: <http://www.consultant.ru>.
7. Информационно-правовой портал «Гарант.ру» [Электронный ресурс] – URL: <http://www.garant.ru>.

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

Базы практики обеспечены необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения и сертифицированными программными и аппаратными средствами защиты информации.

Рабочее место студента для прохождения практики оборудовано аппаратным и программным обеспечением (как лицензионным, так и свободно распространяемым), необходимым для эффективного решения поставленных перед студентом задач и выполнения индивидуального задания. Для защиты (представления) результатов своей работы студенты используют современные средства представления материала аудитории, а именно мультимедиа презентации.

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

Учебная практика проводится на кафедре и в других подразделениях вуза, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

Материально-техническое обеспечение учебной практики должно быть достаточным для достижения целей практики и должно соответствовать действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ.

Студентам должна быть обеспечена возможность доступа к информации, необходимой для выполнения задания по практике и написанию отчета.

Учебно-научные подразделения ДГУ должны обеспечить рабочее место студента компьютерным оборудованием в объемах, достаточных для достижения целей практики.

Места прохождения практики должны определяться в соответствии с выбранной темой исследования и предусматривать возможность получения студентом необходимой информации для анализа текущей ситуации и написания в последующем выпускной квалификационной работы.