

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Дагестанский государственный университет»
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ
Кафедра «Коммерция и маркетинг»

ПРОГРАММА ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Образовательная программа
38.04.02 «Менеджмент»

Профиль подготовки:
Маркетинг

Уровень высшего образования
магистратура

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Махачкала 2020 год

Программа учебной практики составлена в 2020 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», (уровень магистратуры) от «30» марта 2015 г. № 322. (С изменениями и дополнениями от 9 сентября 2015 г., 13 июля 2017 г.)

Разработчики: кафедра «Коммерция и маркетинг», Нажмутдинова С.А.
к.э.н., доц.

Программа практики одобрена:
на заседании кафедры «Коммерция и маркетинг» от «10» 03 2020 г.,
протокол № 8

на заседании Методической комиссии факультета управления от

«13» 03 2020 г., протокол № 7

Председатель Гашимова Гашимова Л.Г.

Согласовано:

Начальник учебно-методического управления Гасангаджиева Гасангаджиева А.Г.,
«26» 03 2020 г.

Представители работодателей:

АНО ММЦ «Дагестан-Москва»
Генеральный директор

М.П.



Абдурашидова А.М.

Аннотация программы преддипломной практики

Преддипломная практика входит в вариативную часть (Блок 2 Практики, в том числе научно-исследовательская работа) основной образовательной программы подготовки магистров **38.04.02 – Менеджмент** и является обязательным элементом учебного плана, непосредственно ориентированным на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы и является обязательной.

Преддипломная практика реализуется на Факультете управления по профилю «Маркетинг» кафедрой «Коммерция и маркетинг».

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

Преддипломная практика реализуется как выездная и проводится на базе организаций, предприятий, фирм на основе соглашений или договоров. Перечень баз практики Дагестанского государственного университета (согласно заключенным договорам): Министерство по туризму и народным промыслам РД, Агентство по предпринимательству и инвестициям РД, Министерство экономики и территориального развития РД.

Преддипломная практика студента магистерской программы «Маркетинг в туризме» может также проходить на выпускающей кафедре или в других структурных подразделениях университета при условии, что кафедра или другое структурное подразделение способно обеспечить участие обучаемого в инновационных процессах (например, в процессе выполнения НИР инновационной тематики, маркетинговой деятельности в организации и др.).

Основным содержанием преддипломной практики является приобретение студентами практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности в выбранной магистром сфере:

Организационно-управленческая деятельность:

- разработка маркетинговых стратегий развития туристических организаций и их отдельных подразделений;
- руководство маркетинговыми подразделениями туристических предприятий и организаций разных форм собственности, органов государственной и муниципальной власти;
- организация творческих коллективов для решения организационно-управленческих задач в области формирования системы маркетинга на предприятии и руководства ею.

Научно-исследовательская деятельность:

- организация и проведение комплексных маркетинговых исследований в сфере туризма; определение целей и заданий для отдельных групп исполнителей, выбор методов и инструментов проведения исследований; сбор и анализ результатов маркетинговых исследований, подготовка обзоров и отчетов по теме исследования.
- разработка моделей исследуемых процессов на туристическом рынке, оценка и интерпретация результатов.
- выявление и формулирование актуальных научных проблем в области развития туристического рынка.
- подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций по актуальным проблемам маркетинга в туризме.

Аналитическая деятельность:

- поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений в области маркетинга туристической организации;
- анализ эффективности существующей системы маркетинга, разработка и обоснование предложений по ее совершенствованию;
- проведение оценки эффективности проектов с учетом неопределенности.

Преддипломная практика нацелена на формирование следующих компетенций выпускника:

общекультурных: ОК-1, ОК-2, ОК-3.

профессиональных: ПК-1; ПК -2; ПК – 3; ПК 4; ПК-5, ПК-6; ПК- 7; ПК-8, ПК-9.

общепрофессиональных: ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3.

Объем преддипломной практики 24 зачетные единицы, 864 академических часов. Преддипломная практика проводится в семестре С.

Промежуточный контроль в форме дифференцированного зачета.

1. Цели преддипломной практики.

- закрепить теоретические знания, полученные студентами в процессе обучения по магистерской программе «Маркетинг в туризме»;
- изучить место маркетинговых структур, подразделений (департаментов, управлений, отделов) компаний в системе управления турпредприятиями, их задачи и функции, информационное обеспечение их деятельности;
- овладеть специальными навыками решения практических задач по организации деятельности структур маркетинг в туристической компании;
- приобрести практический опыт работы в команде, профессионального поведения и профессиональной этики;
- развить навыки аналитической работы, выполняемой руководителями и специалистами маркетинговых структур туристических компаний;
- принять участие в составлении и обосновании прогнозов и планов маркетинговых предприятий и организаций различных форм собственности;
- ознакомиться с направлениями и тематикой научно-исследовательских учреждений в области маркетинговой деятельности в туризме, их результатами.
- осуществить сбор эмпирических материалов для выпускной квалификационной работы - магистерской диссертации.

2. Задачи практики:

в области организационно-управленческой деятельности:

- формирование умения теоретически обосновывать подходы к разработке, организации, реализации, контролю и регулированию решений, связанных с управлением туристическими организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями в процессе их развития;

- актуализация знаний о факторах, определяющих процесс развития туристических организаций и их отдельных подразделений, а также овладение методологией их моделирования;

в области аналитической деятельности:

- выработка умений, связанных с поиском, анализом и оценкой научно-методических подходов к подготовке и принятию управленческих решений на турпредприятиях ;

- формирование навыков разработки и обоснования методов совершенствования управленческих процессов на турпредприятиях;

- формирование умения разрабатывать аналитические и имитационные модели управленческих процессов в социально-экономических системах и оценивать их результаты;

в области научно-исследовательской деятельности:

- формирование навыков определения и постановки задач развития научного подхода к решению проблем, связанных с организацией и управлением производственными процессами в системах;

- углубление знаний о научных методах и инструментах проведения маркетинговых исследований и анализа управленческих процессов в социально-экономических системах, а также результатов управленческой деятельности и подходов к их разработке;

- формирование умений построения теоретических научно-исследовательских моделей различных процессов, позволяющих обосновывать управленческие решения;

- развитие навыков поиска, сбора, обработки, анализа и систематизации научных знаний об управленческих процессах и результатах их реализации в соответствии с темой выпускной квалификационной работы;

- отработка навыков составления научных и аналитических отчетов о выполненных исследованиях и подготовка научных публикаций;

Преддипломная практика в структуре ОПОП направления подготовки «Менеджмент» - 34.02.04. профиль «Маркетинг в туризме» занимает важное место, завершая изучение основных теоретических дисциплин учебного плана и формирование теоретических компетенций в полном объеме.

3. Тип, способ и форма проведения преддипломной практики

Тип преддипломной практики - практика для выполнения выпускной квалификационной работы, ориентирована на организационно-управленческий, научно-исследовательский и аналитический вид профессиональной деятельности.

Способы проведения практики - стационарный

Преддипломная практика проводится в дискретной форме: по видам практик - путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики.

Преддипломная практика проводится в Министерстве по туризму и народным и художественным промыслам РД, в Министерстве экономики и территориального развития РД; Министерство промышленности и энергетики РД на основе соглашений и договоров.

Преддипломная практика проводится в форме участия в работе предприятия по получению профессиональных умений и навыков.

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

В результате прохождения преддипломной 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)
ОК- 1	способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	<p>Знает: Особенности абстрактного мышления, анализа, синтеза при проведении маркетинговых исследований на туристическом рынке.</p> <p>Умеет: применять абстрактное мышление, анализ, синтез при проведении маркетинговых исследований на туристическом рынке .</p> <p>Владеет: навыками абстрактного мышления, анализа, синтеза при проведении маркетинговых исследований на туристическом рынке.</p>
ОК- 2	готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	<p>Знает: Особенности действий в нестандартных ситуациях, социальной и этической ответственности за принятые решения при управлении туристическим предприятием.</p> <p>Умеет: действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения при управлении туристическим предприятием.</p> <p>Владеет: навыками действий в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения при управлении туристическим предприятием.</p>
ОК- 3	готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	<p>Знает: Основы саморазвития, самореализация, использования творческого потенциала при управлении туристическим предприятием.</p> <p>Умеет: использовать основы саморазвития, самореализация, использования творческого потенциала при управлении туристическим предприятием.</p> <p>Владеет: навыками саморазвития, самореализация, использования творческого потенциала при управлении туристическим предприятием.</p>
ОПК- 1	готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	<p>Знает: Основы коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач маркетинговой деятельности на туристическом рынке.</p> <p>Умеет: использовать основы коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач маркетинговой деятельности на туристическом рынке.</p>

		Владеет: навыками коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач маркетинговой деятельности на туристическом рынке.
ОПК- 2	готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знает: Основы управления коллективом в сфере маркетинговой деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия. Умеет: использовать основы управления коллективом в сфере маркетинговой деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия при управлении туристическим предприятием. Владеет: навыками управления коллективом в сфере маркетинговой деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.
ОПК- 3	способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	Знает: методические основы проведения самостоятельных маркетинговых исследований, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования на туристическом рынке. Умеет: проводить самостоятельные маркетинговые исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования на туристическом рынке. Владеет: навыками проведения самостоятельных маркетинговых исследований, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования на туристическом рынке
ПК- 1	способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Знает: - закономерности функционирования туристической организации, маркетинговых подразделений, групп (команд) сотрудников. Умеет: управлять туристическими организациями, маркетинговыми подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями. Владеет: навыками целостного подхода к управлению туристическими организациями, маркетинговыми подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
ПК- 2	способность разрабатывать корпоративную стратегию,	Знает: методические подходы к подготовке и корпоративной маркетинговой стратегии,

	<p>программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию</p>	<p>программы организационного развития и изменений и обеспечения их реализации. Умеет: принимать разрабатывать корпоративную маркетинговую стратегию, программу организационного развития и изменений и обеспечивает их реализацию Владеет: навыками разработки корпоративной маркетинговой стратегии, программы организационного развития и изменений.</p>
ПК-3	<p>способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач</p>	<p>Знает: методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в туристической организации. Умеет: использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в туристической организации. Владеет: методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в туристической организации.</p>
ПК-4	<p>способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p>Знает: - основные этапы количественных и качественных методов для проведения прикладных маркетинговых исследований и управления бизнес-процессами, готовит аналитические материалы по результатам их применения. Умеет: - самостоятельно проводить количественные и качественные прикладные маркетинговые исследования для управления бизнес-процессами в туризме, готовит аналитические материалы по результатам их применения. Владеет: - теоретическими основами проведения количественных и качественных для прикладных маркетинговых исследований и управления бизнес-процессами, готовит аналитические материалы по результатам их применения.</p>
ПК-5.	<p>владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических</p>	<p>Знает: - методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной туристической среде</p>

	агентов и рынков в глобальной среде	Умеет: обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной туристической среде Владеет: навыками экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной туристической среде
ПК-6	способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследованиями	Знает: степень разработанности темы критически оценивает результаты маркетинговых исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследованиями Умеет: выявить перспективные направления маркетинговых исследований, критически оценивать результаты маркетинговых исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследованиями. Владеет: навыками обобщать и критически оценивать результаты маркетинговых исследований актуальных проблем управления на туристическом предприятии, полученные отечественными и зарубежными исследованиями.
ПК-7	способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	Знает: - современные методы и методики представления результатов проведенного маркетингового исследования в виде научного отчета, статьи или доклада . Умеет: представлять результаты проведенного маркетингового исследования в виде научного отчета, статьи или доклада Владеет: - методами представления результатов проведенного маркетингового исследования в виде научного отчета, статьи или доклада .
ПК-8	способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	Знает: современные методы обоснования актуальности, теоретической и практической значимости избранной темы научного маркетингового исследования. Умеет: обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного маркетингового исследования в туризме. Владеет: - методами представления актуальности, теоретической и практической значимости избранной темы научного маркетингового исследования на туристическом рынке.

ПК-9	способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	<p>Знает: современные методы проведения самостоятельных маркетинговых исследований в соответствии с разработанной программой.</p> <p>Умеет: проводить самостоятельные маркетинговые исследования в соответствии с разработанной программой на туристическом рынке.</p> <p>Владеет: - методами проведения самостоятельных маркетинговых исследований в соответствии с разработанной программой на туристическом рынке</p>

5. Место практики в структуре образовательной программы.

Преддипломная практика направлена на получения профессиональных знаний и умений, опыта профессиональной деятельности, для сбора материалов и выполнения выпускной квалификационной работы. Преддипломная практика базируется на освоении программы учебной практики (9 семестр, 4 недели), производственной практики (А, В семестрах, 8 недель), дисциплин: «Современные проблемы менеджмента», «Маркетинг в туризме», «Логистика», «Стратегическое и тактическое планирование маркетинга в туризме», «Инновации в туризме», «Маркетинговые исследования в туризме» и других дисциплин по профилю подготовки магистров. Преддипломная практика реализуется в семестре С.

В процессе преддипломной практики конкретизируется проблематика выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации), уточняется ее план, подтверждаются и апробируются необходимые исходные данные для работы, собранные в ходе научно-исследовательской работы в семестрах.

Требования к «входным» знаниям, умениям и готовности студента, приобретаемые в результате освоения предшествующих частей ОП и необходимым при освоении программы преддипломной практики:

Знать:

- процессы управления турорганизациями различных организационно-правовых форм;
- процессы государственного и муниципального управления;
- научно-исследовательские процессы;
- основы маркетингового планирования на туристическом рынке.

Уметь:

- разрабатывать маркетинговые стратегии развития туристических организаций и их отдельных подразделений;
- организовать поиск, анализ и оценку информации для подготовки и принятия управленческих решений;

- анализировать существующие формы организации и процессы управления на турпредприятиях;
- систематизировать информацию по теме исследования, подготавливать обзоры и отчеты по теме исследования;

Владеть:

- разработкой моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере туристической деятельности, оценкой и интерпретацией полученных результатов;
- методами принятия управленческих решений;
- опытом работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами для осуществления маркетингового планирования на турпредприятии .

Преддипломная практика - как завершающий этап обучения предшествует разделу «Итоговая государственная аттестация». Преддипломная практика предусматривает сбор, систематизацию и обобщение материала для подготовки выпускной квалификационной работы, решение поставленной проблемы в области управления и налогообложения предприятия и организации на основе применения выпускниками освоенных методов исследования.

6. Объем практики и ее продолжительность.

Объем преддипломной практики 24 зачетные единицы, 864 академических часа на втором году обучения в магистратуре в семестре С.

Промежуточный контроль в форме дифференцированного зачета.

7. Содержание практики.

№ п/п	Разделы (этапы) практики (преддипломной и преддипломной)	Виды учебной работы, на практике включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля
		всего	аудиторных		СРС	
			Лекции	Практические		
1	Организация практики (поиск базы практики, заключение договора о прохождении практики, оформление задания на практику)	26	2	4	20	Явка на собрание, оформление задания на практику
2	Подготовительный этап, включающий инструктаж по технике безопасности и знакомство с рабочим местом, режимом работы и производственными	46	2	4	40	Оформление дневника по практике

	помещениями					
3	Непосредственная работа в качестве стажера, включающая выполнение заданий по месту стажировки	680		310	370	Описание результатов, подготовка отчета, статьи по теме исследования.
4	Обработка и анализ полученной информации, подготовка отчета по практике и публикаций на его основе по проблематике выпускной работы	62		22	40	Описание и анализ результатов, подготовка отчета, статьи по теме исследования.
5	Защита отчета по практике	50		10	40	Отчет с презентацией и дневник.
	Итого преддипломная практика:	864	4	350	510	

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. К моменту окончания практики магистры представляют руководителю от кафедры письменный отчет о ее прохождении в соответствии с настоящей программой.

К отчету прилагается дневник прохождения практики, в котором должна быть отражена конкретная работа, выполненная магистром. В дневнике должна быть дана характеристика на магистра, подписанная руководителем практики.

Отчет о прохождении практики вместе с дневником представляется в установленный срок после окончания практики на кафедру «Коммерция и маркетинг». Отчет, допущенный к защите, защищается перед комиссией,

состоящей из преподавателей кафедры, и оценивается по пятибалльной системе.

Аттестация по итогам практике 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.

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
ОК-1: способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	<p>Знает: Особенности абстрактного мышлению, анализа, синтеза при проведении маркетинговых исследований на туристическом рынке.</p> <p>Умеет: применять абстрактное мышление, анализ, синтез при проведении маркетинговых исследований на туристическом рынке .</p> <p>Владеет:навыками абстрактного мышления, анализа, синтеза при проведении маркетинговых исследований на туристическом рынке.</p>	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания.
ОК-2: готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	<p>Знает: Особенности действий в нестандартных ситуациях, социальной и этической ответственности за принятые решения при управлении туристическим предприятием.</p> <p>Умеет: действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения при управлении туристическим предприятием.</p> <p>Владеет:навыками действий в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую</p>	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания.

	ответственность за принятые решения при управлении туристическим предприятием.	
ОК-3: готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	<p>Знает: Основы саморазвития, самореализация, использования творческого потенциала при управлении туристическим предприятием.</p> <p>Умеет: использовать основы саморазвития, самореализация, использования творческого потенциала при управлении туристическим предприятием.</p> <p>Владеет: навыками саморазвития, самореализация, использования творческого потенциала при управлении туристическим предприятием.</p>	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания.
ОПК-1: готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач профессиональной деятельности	<p>Знает: Основы коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач маркетинговой деятельности на туристическом рынке.</p> <p>Умеет: использовать основы коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач маркетинговой деятельности на туристическом рынке.</p> <p>Владеет: навыками коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач маркетинговой деятельности на туристическом рынке.</p>	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания.
ОПК-2: готовность коллективом в сфере профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	<p>Знает: Основы управления коллективом в сфере маркетинговой деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.</p> <p>Умеет: использовать основы управления коллективом в сфере маркетинговой деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия при управлении туристическим предприятием.</p>	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания.

	<p>Владеет: навыками управления коллективом в сфере маркетинговой деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.</p>	
<p>ОПК-3: способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы исследования</p>	<p>Знает: методические основы проведения самостоятельных маркетинговых исследований, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования на туристическом рынке.</p> <p>Умеет: проводить самостоятельные маркетинговые исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования на туристическом рынке.</p> <p>Владеет: навыками проведения самостоятельных маркетинговых исследований, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования на туристическом рынке</p>	<p>Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания.</p>
<p>ПК-1: способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями</p>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - закономерности функционирования туристической организации, маркетинговых подразделений, групп (команд) сотрудников. <p>Умеет: управлять туристическими организациями, маркетинговыми подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями.</p> <p>Владеет: навыками целостного подхода к управлению туристическими организациями, маркетинговыми подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями</p>	<p>Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания.</p>
<p>ПК-2: способность разрабатывать</p>	<p>Знает: методические подходы к подготовке и корпоративной</p>	<p>Защита отчета. Контроль</p>

<p>корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию</p>	<p>маркетинговой стратегии, программы организационного развития и изменений и обеспечения их реализации. Умеет: принимать разрабатывать корпоративную маркетинговую стратегию, программу организационного развития и изменений и обеспечивает их реализацию Владеет: навыками разработки корпоративной маркетинговой стратегии, программы организационного развития и изменений.</p>	<p>выполнения индивидуального задания.</p>
<p>ПК-3: способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач</p>	<p>Знает: методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в туристической организации. Умеет: использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в туристической организации. Владеет: методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в туристической организации.</p>	<p>Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания.</p>
<p>ПК-4: способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p>Знает: - основные этапы количественных и качественных методов для проведения прикладных маркетинговых исследований и управления бизнес-процессами, готовит аналитические материалы по результатам их применения. Умеет: - самостоятельно проводить количественные и качественные прикладные маркетинговые исследования для управления бизнес-процессами в туризме, готовит аналитические материалы по результатам их применения. Владеет: - теоретическими основами проведения количественных и качественных для прикладных маркетинговых исследований и управления бизнес-процессами,</p>	<p>Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания.</p>

	готовит аналитические материалы по результатам их применения.	
ПК-5: владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	<p>Знает: - методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной туристической среде</p> <p>Умеет: обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной туристической среде.</p> <p>Владеет: навыками экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной туристической среде</p>	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания.
ПК-6: способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследованиями	<p>Знает: степень разработанности темы критически оценивает результаты маркетинговых исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследованиями</p> <p>Умеет: выявить перспективные направления маркетинговых исследований, критически оценивать результаты маркетинговых исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследованиями.</p> <p>Владеет: навыками обобщать и критически оценивать результаты маркетинговых исследований актуальных проблем управления на туристическом предприятии, полученные отечественными и зарубежными исследованиями.</p>	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания.
ПК-7: способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	<p>Знает: - современные методы и методики представления результатов проведенного маркетингового исследования в виде научного отчета, статьи или доклада .</p> <p>Умеет: представлять результаты</p>	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания.

	<p>проведенного маркетингового исследования в виде научного отчета, статьи или доклада</p> <p>Владеет: - методами представления результатов проведенного маркетингового исследования в виде научного отчета, статьи или доклада .</p>	
<p>ПК-8: способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования</p>	<p>Знает: современные методы обоснования актуальности, теоретической и практической значимости избранной темы научного маркетингового исследования.</p> <p>Умеет: обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного маркетингового исследования в туризме.</p> <p>Владеет: - методами представления актуальности, теоретической и практической значимости избранной темы научного маркетингового исследования на туристическом рынке.</p>	<p>Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания.</p>
<p>ПК-9: способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой</p>	<p>Знает: современные методы проведения самостоятельных маркетинговых исследований в соответствии с разработанной программой.</p> <p>Умеет: проводить самостоятельные маркетинговые исследования в соответствии с разработанной программой на туристическом рынке.</p> <p>Владеет: методами проведения самостоятельных маркетинговых исследований в соответствии с разработанной программой на туристическом рынке</p>	<p>Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания.</p>

9.2. Типовые контрольные задания.

Для обеспечения самостоятельной работы студентов в процессе преддипломной практики по магистерской программе выпускающая кафедра в лице руководителя практики (являющегося, как правило, научным руково-

директором выпускной квалификационной работы - магистерской диссертации) разрабатывает индивидуальный детальный план прохождения практики, предусматривающий определение конкретных задач и сроки их выполнения. Как правило, в процессе практики студенты выполняют следующие виды работ:

- моделируют объекты производственной деятельности;
- разрабатывают инструментарий анализа маркетингового потенциала организации;
- формируют научные методы обоснования ресурсных потребностей организации при реализации проекта;
- развивают научные подходы к оценке экономической эффективности проекта;
- разрабатывают научный инструментарий обоснования бизнес-планов и программ реализации проектов;
- обосновывают научные модели организации и управления проектами на турпредприятии;
- моделируют схемы коммерциализации и финансирования маркетинговых проектов управления турпредприятием;
- обосновывают модели оптимизации управления туристических предприятий на основе маркетинга.

В процессе проведения преддипломной практики студенты аккумулируют научные знания об организации и управлении маркетинговой деятельностью в виде публикаций о моделях реализации проектов и инструментах формирования стратегических решений в сфере деятельности, которые впоследствии используются для подготовки выпускной квалификационной работы - магистерской диссертации.

Если индивидуальная программа обучения студента по магистерской программе «Маркетинг в туризме» в большей степени носит исследовательский характер, то преддипломная практика используется для апробации основных теоретических выводов и заключений, сделанных в процессе выполнения соответствующих научно-исследовательских работ. В этом случае студент за время прохождения практики должен собрать данные, подтверждающие или опровергающие научные гипотезы, доказывающие эффективность разработанных моделей и методик.

В преддипломную практику могут быть включены индивидуальные задания по теме магистерской диссертации, а также задания по разработке рекомендаций по совершенствованию деятельности исследуемого предприятия.

В целях обеспечения самостоятельной работы на практике обучающимся рекомендуется следующий перечень вопросов, подлежащих исследованию:

Введение (актуальность темы исследования; объект и предмет исследования; цель и задачи исследования; теоретическая и методологическая основа исследования; методы исследования;

информационная база исследования; основные проблемы; пути решения проблем (предложения по совершенствованию ...); структура и объем отчета) (до двух страниц).

Основная часть

1 Исследование объекта и предмета

1.1 Анализ объекта и предмета исследования

- общая характеристика туристической организации (общие сведения, организационно-правовая форма хозяйствования, отношение к собственности);
- основная деятельность организации (характеристика выполняемых работ, оказываемых услуг);
- организационная структура;
- внешние условия деятельности организации (макросреда и непосредственное окружение, условия конкуренции);
- производственная и материально-техническая база организации;
- технико-экономические показатели деятельности организации в динамике;
- финансовая устойчивость организации

1.2 Оценка объекта и предмета исследования (сильные и слабые стороны организации; основные проблемы и узкие места в деятельности организации)

2 Предложения по совершенствованию ... (пути разрешения проблем и узких мест, ликвидации слабых сторон)

Заключение (выводы – результаты углубленного анализа объекта и предмета исследования; практическая значимость результатов исследования и эффективность предложенных мероприятий по совершенствованию ...) (до пяти страниц).

Список использованных источников

Приложения

9.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Защита практики включает публичное обсуждение результатов практики перед членами комиссии по защите практики (с презентацией основных положений отчета о практике). Типовая презентация результатов практики включает:

- характеристику организации - базы практики;
- анализ проблем налогового развития организации - базы практики;
- исследование возможностей разрешения проблем организации - базы практики и обоснование выбора;

- детальную характеристику подхода к разрешению проблем организации;

- оценку эффективности и результативности предложенного подхода.

Для защиты отчета о практике формируется комиссия из числа преподавателей кафедры в составе не менее трех человек. Возглавляет комиссию заведующий кафедрой или руководитель основной образовательной программы. Целесообразно участие в защите отчета по практике руководителя практики от предприятия, который должен представить письменный отзыв - характеристику работы студента во время прохождения практики.

В отзыве должны быть указаны:

- фамилия, имя, отчество практиканта;
- наименование организации - базы практики (при оформлении отзыва в виде отдельного документа);

- период прохождения практики (при оформлении отзыва в виде отдельного документа);

- фамилия, имя, отчество и должность руководителя практики. В содержание отзыва включается:

- характеристика студента как исследователя проблем управления процессами инновационной деятельности;

- оценка способностей студента к творческому мышлению, организаторской и управленческой деятельности, инициативность и дисциплинированность;

- определение недостатков и пробелов в подготовке студента;

- характеристика выполненных студентом научных исследований;

- оценка работы студента в процессе прохождения практики («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»);

- рекомендации о продолжении исследований в аспирантуре (при необходимости).

В процессе защиты отчета по практике члены комиссии оценивают качественный уровень выполненных работ, степень новизны и глубину проработки исследуемых проблем, умение вести научную дискуссию, аргументировать свои выводы и доказывать правомерность своих рекомендаций. Для защиты отчета о практике распоряжением заведующего кафедрой устанавливается время и место проведения защиты отчета о практике.

В процессе защиты отчета по практике члены комиссии оценивают качественный уровень выполненных работ, степень новизны и глубину проработки исследуемых проблем, умение вести научную дискуссию, аргументировать свои выводы и доказывать правомерность своих рекомендаций. Для защиты отчета о практике распоряжением заведующего

кафедрой устанавливается время и место проведения защиты отчета о практике.

По итогам защиты отчета о практике студенту выставляется одна из следующих оценок:

«отлично» - представленный отчет отличается глубиной, содержит оригинальные (авторские) разработки, решает актуальную научную задачу, надлежащим образом оформлен;

«хорошо» - представленный отчет отличается глубиной, содержит оригинальные (авторские) разработки, решает актуальную научно-практическую задачу, имеются замечания по оформлению;

«удовлетворительно» - представленный отчет отличается определенной глубиной, но не содержит оригинальных (авторских) разработок, решает относительно актуальную научную задачу, есть замечания по оформлению;

«неудовлетворительно» - представленный отчет не отличается глубиной, не содержит оригинальных (авторских) разработок, не решает актуальную научно-практическую задачу, есть существенные недостатки оформления.

По итогам защиты комиссия также может рекомендовать к публикации в открытой печати статью, подготовленную в процессе прохождения практики.

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 полевого экспедиционного (информационного) 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.

Аттестация по итогам практике 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 кафедры, непосредственные руководители практики и представители кафедры.

Таблица перевода рейтингового балла в «5»-балльную шкалу

Итоговая сумма баллов по дисциплине по 100-балльной шкале	Оценка по 5-балльной шкале
0-50	Неудовлетворительно
51-65	Удовлетворительно
66-85	Хорошо
86-100	Отлично

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

А) основная литература:

1. Ассель, Генри. Маркетинг: принципы и стратегия :Учеб.для вузов: Пер. с англ. - 2-е изд. - М. : ИНФРА-М, 2001. - 803 с. - ISBN 5-86225-882-5.
2. Алексунин В.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под ред. В.А.Алексунина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М : Дашков и К, 2002. - 613 с. - Рекомендовано МО РФ. - ISBN 5-94798-098-3 : 190-00.
3. Безрутченко Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю.В. Безрутченко. — 2-е изд. — Электрон.текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 233 с. — 978-5-394-01664-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75219.html>, (дата обращения 14.05.2018)

б) дополнительная литература:

1. Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг [Электронный ресурс] : учебник / Н.А. Восколович. — Электрон.текстовые данные. — М.

- :ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 207 с. — 978-5-238-01519-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/15389.html>, (дата обращения 14.05.2018)
2. Ополченев, И. И. Маркетинг в туризме: обеспечение рыночной позиции : [учеб.пособие] / Рос. междунар. акад. туризма. - М. : Сов.спорт, 2003. - 187 с. - Утв. НМС РМАТ. - ISBN 5-85009-810-0.
 3. Котлер Филип. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : Учеб. для вузов / Дж.Боуэн, Дж.Мейкенз. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ, 2002. - 1063 с. - ISBN 5-238-00378-1 .
 9. Кулибанова, Валерия Вадимовна. Маркетинг: сервисная деятельность :Учеб.пособие. - СПб.и др. : Питер: Питер бук, 2000. - 231 с. : ил. - (КК:Краткий курс). - ISBN 5-272-00272-5.
 10. Муртузалиева Т.В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма [Электронный ресурс] : учебно-практическое пособие для магистров / Т.В. Муртузалиева, Т.П. Розанова, Э.В. Тарасенко. — Электрон.текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2017. — 166 с. — 978-5-394-02710-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/70852.html>., (дата обращения 14.05.2018)

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 обучением: [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. Каталог ресурсов о туризме- Режим доступа: <http://www.topturizm.ru/>, (дата обращения 23.02.18).
9. www.rata.spb.ru - Российский союз туристской индустрии - сайт Федерального агентства по туризму .

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

В качестве материально-технического обеспечения практики используются интерактивные устройства: компьютер, проектор, интерактивная доска. Для проведения индивидуальных консультаций может использоваться электронная почта.

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.

Для прохождения преддипломной практики студенту на период стажировки выделяется рабочее место, оснащенное необходимыми техническими средствами и оргтехникой. Оснащенность рабочего места определяется характером работы студента в процессе прохождения практики.