

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

Кафедра «Маркетинг и логистика»

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ,
ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ (проектно-технологическая)

Образовательная программа

38.03.02. Менеджмент

Направленность (профиль) программы:
Маркетинг

Уровень высшего образования
Бакалавриат

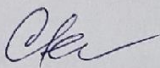
Форма обучения
Очная

Махачкала 2021 г.

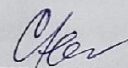
Программа производственной практики, технологической (проектно-технологической) составлена в 2021 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02. Менеджмент от «12» августа 2020г. №970

Разработчик: кафедра «Маркетинг и логистика», Пайзуллаева З.К.к.э.н., доц.

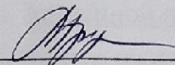
Программа производственной практики, технологической (проектно-технологической) одобрена:
на заседании кафедры маркетинга и логистики от «_22_» __06__ 2021 г., протокол № 11

Зав. кафедрой  Умаров Ю.Д.

на заседании учебно-методической комиссии факультета управления от «_01_» __07__ 2021 г., протокол №10

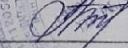
Председатель  Гашимова Л.Г.


Программа производственной практики, технологической (проектно-технологической) согласована с учебно-методическим управлением «_9_» __07__ 2021 г.

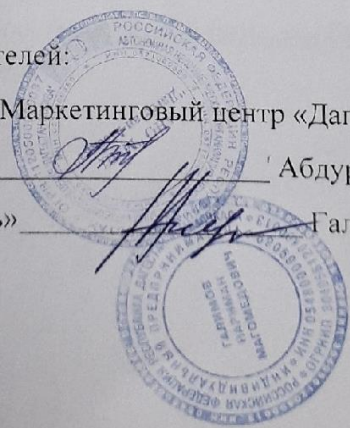
Начальник УМУ  Гасангаджиева А.Г.

Представители работодателей:

АНО Межрегиональный Маркетинговый центр «Дагестан-Москва»

Генеральный директор  Абдурашидова А.М.

Торговый Дом «Беларусь»  Галимов Н.М.



Содержание

<u>Аннотация программы производственной практики</u>	4
<u>1. Цели производственной практики</u>	5
<u>2. Задачи производственной практики являются:</u>	5
<u>3. Тип, способ и форма проведения производственной практики</u>	5
<u>4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении производственной практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы</u>	6
<u>5. Место производственной практики в структуре образовательной программы</u>	11
<u>6. Объем производственной практики и ее продолжительность</u>	12
<u>7. Содержание практики</u>	12
<u>8. Формы отчетности по производственной практике</u>	13
<u>9. Фонды оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по производственной практике</u>	16
<u>9.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы</u>	16
<u>9.2. Типовые индивидуальные (контрольные) задания</u>	20
<u>9.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, результатов обучения, соотнесённые с индикаторами достижения компетенций</u>	23
<u>10. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения производственной практики</u>	23
<u>11. Перечень информационных технологий, используемых при проведении производственной практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем</u>	25
<u>12. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения производственной практики</u>	

Аннотация программы производственной практики

Производственная практика входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений бакалавриата по направлению 38.03.02 - Менеджмент и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Производственная практика реализуется на факультете управления кафедрой маркетинга и логистики.

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.

Производственная практика реализуется стационарным способом и проводится в сторонних организациях: АНО Межрегиональный маркетинговый центр «Дагестан-Москва»; Торговый дом «Беларусь» на основе договоров.

Основным содержанием производственной 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.

Производственная практика нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-1 – 12.

Объем производственной практики 6 зачетных единиц, 216 академических часов.

Промежуточный контроль в форме дифференцированного зачета.

1. Цели производственной практики

Целями производственной практики «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг» является: систематизация, закрепление и расширение теоретических знаний по организации маркетинговой деятельности в организации (на предприятии); формирование профессиональных умений и навыков по основным видам профессиональной деятельности в условиях работы конкретной организации (предприятия); приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности в сфере маркетинга, проведения маркетинговых исследований, анализа и оценки по результатам исследований эффективности маркетинговых стратегий организации предприятия).

2. Задачи производственной практики являются:

- анализ конкурентного положения организации (предприятия) на рынке с учетом отраслевой специфики и прогнозирования рискованных ситуаций;
- поиск эффективных средств и методов работы с целевой аудиторией с учетом коммуникативной стратегии организации (предприятия);
- приобретение практического опыта сегментирования рынка, позиционирования и репозиционирования товаров на основе стратегического планирования маркетинговой деятельности организации (предприятия).
- расчет и анализ статистических показателей, характеризующих маркетинговые процессы в организации (на предприятии).

3. Способ и форма проведения производственной практики

Тип производственной практики – практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности. Способом проведения производственной практики «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности», входящей в Блок 2 «Практики» учебного плана основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль программы «Маркетинг» является стационарная.

Производственная практика «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности» проводится в государственных, производственно-предпринимательских и коммерческих структурах, структурных подразделениях вуза.

Определение места прохождения производственной практики для студентов зависит от предмета аналитического интереса обучающегося.

Основным требованием к месту прохождения практики является соответствие направления подготовки студента, профилю деятельности либо всего предприятия, либо одного из его подразделений.

Время проведения практики определяется календарным учебным графиком по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль программы «Маркетинг».

Производственная практика проводится в сторонних организациях: АНО Межрегиональный маркетинговый центр «Дагестан-Москва»; Торговый дом «Беларусь - на основе договоров.

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

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

Код и наименование компетенции и из ОПОП	Код и наименование индикатора достижения компетенций выпускника	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Процедура освоения
<i>ПК-1. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга</i>	ПК-1.1. Подготовка к проведению маркетингового исследования.	Знает: Особенности применение основ менеджмента, Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность, Особенности проведения социологических исследований, Принципы системного анализа, Методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов. Умеет: Применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования, Определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования, Подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования, Анализировать текущую рыночную конъюнктуру,	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания

		<p>Составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования.</p> <p>Владеет:</p> <p>Методами выявления проблем и формулирование целей исследования,</p> <p>Планированием проведения маркетингового исследования,</p> <p>Определением маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования,</p> <p>Подготовкой и согласованием плана проведения маркетингового исследования</p> <p>Поиском первичной и вторичной маркетинговой информации,</p> <p>Анализом конъюнктуры рынка товаров и услуг,</p> <p>Разработкой технического задания для проведения маркетингового исследования,</p> <p>Подготовкой процесса проведения маркетингового исследования,</p> <p>установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования</p>	
	<p>ПК-1.2. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>Знает:</p> <p>Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность,</p> <p>Рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики,</p> <p>Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг,</p> <p>Методы проведения</p>	<p>Защита отчета.</p> <p>Контроль выполнения индивидуального задания</p>

		<p>маркетингового исследования, Психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях, Правила, нормы и основные принципы этики делового общения, Методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства. Умеет: Систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации, Использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков, Работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования, Проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга, Создавать отчеты по результатам маркетингового исследования, Давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга. Владеет: Методами планирования и организациям сбора первичной и вторичной маркетинговой информации, Обработке полученных данных с помощью методов математической статистики, Подготовкой отчетов и</p>	
--	--	--	--

		<p>рекомендаций по результатам маркетинговых исследований, Формированием предложений по совершенствованию товарной политики Формированием предложений по совершенствованию ценовой политики, Формированием предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж, Формированием предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.</p>	
<p><i>ПК-2. Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга</i></p>	<p>ПК-2.1. Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации</p>	<p>Знает: Понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов) Инструменты бренд-менеджмента Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития Процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов) Методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов. Методы использования прикладных офисных программ для сбора и обработки маркетинговой информации Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность. Умеет: Определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации Проводить тестирование инновационных товаров</p>	<p>Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания</p>

		<p>(услуг, брендов) Создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок Проводить оценку стоимости брендов организации Улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами Использовать инструменты проектного управления успешными брендами. Владеет: Разработкой мер по внедрению инновационных товаров (услуг) Созданием нематериальных активов (брендов) в организации и управление ими Разработкой и реализацией комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг) Тестированием инновационных товаров (услуг) при их внедрении на российский и международный рынки Реализацией и совершенствование ассортиментной политики организации Проведением коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов) Разработка технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда Реализацией программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации Подготовкой рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов) Необходимые умения</p>	
--	--	---	--

		<p>Определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации</p> <p>Проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов)</p> <p>Создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок</p> <p>Проводить оценку стоимости брендов организации</p> <p>Улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами</p> <p>Использовать инструменты проектного управления успешными брендами</p>	
<p>ПК-3 - Способен разработать организационно-управленческие решения, связанные с развитием бизнеса, и оценить их условия и последствия</p>	<p>ПК- 3.1. Способен оценивать положение предприятия на рынке, разрабатывать товарную, ценовую, сбытовую и коммуникационную политику компании</p>	<p>Знает: Руководство проведением экономических исследований производственнохозяйственной деятельности компании и ее подразделений на основе использования передовых информационных технологий и вычислительных средств</p> <p>Умеет: оценивать положение предприятия на рынке, разрабатывать товарную, ценовую, сбытовую и коммуникационную политику компании.</p> <p>Владеет: знаниями в области теории и практики стратегического менеджмента с использованием аналитического инструментария.</p> <p>Использует показатели результативности компании на каждом этапе жизненного цикла.</p>	<p>Защита отчета.</p> <p>Контроль выполнения индивидуального задания</p>
			<p>Защита отчета.</p> <p>Контроль выполнения индивидуального задания</p>
<p>ПК-4 Способен</p>	<p>ПК-4.1. – Использует знания в области теории</p>	<p>Знает: разделы комплексных планов</p>	<p>Защита отчета.</p>

<p>разрабатывать стратегию компании с целью адаптации ее к изменяющимся рыночным условиям (знает – современные рыночные стратегии оптимизации и развития компании, умеет – осуществлять стратегическое и операционное управление компанией)</p>	<p>и практики стратегического менеджмента с использованием аналитического инструментария. Использует показатели результативности компании на каждом этапе жизненного цикла.</p>	<p>производственной, финансовой и коммерческой деятельности компании и ее структурных подразделений (отделов, цехов) Умеет: Организовать процессы по стратегическому и тактическому планированию деятельности организации, исходя из конкретных условий и потребностей рынка. Владеет: методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении компанией</p>	<p>Контроль выполнения индивидуального задания</p>
<p>ПК-5 Способен разработать меры по повышению производительности труда за счет повышения качества нормирования</p>	<p>ПК-5.1. - Анализирует существующие нормы и степень их обоснованности, улучшает их качество, определяет экономический эффект от их внедрения.</p>	<p>Знает: методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении компанией. Умеет: Разрабатывать мероприятия по снижению трудоемкости продукции и выявлению резервов роста производительности труда за счет повышения качества нормирования. Владеет: – Осуществлением контроля за рациональной организацией труда при разработке технологических процессов</p>	<p>Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания</p>
<p>ПК-6 Способен применять знания об основах профессионального развития персонала, процессов обучения, управления</p>	<p>ПК-6.2. Умеет проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры</p>	<p>Знает: меры по совершенствованию систем оплаты труда, материального и морального стимулирования работников Умеет: разрабатывать и применять технологии текущей деловой оценки персонала и владение навыками проведения</p>	<p>Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания</p>

<p>карьерой и служебно-профессиональным продвижением персонала, текущей деловой оценки персонала, организации работы с кадровым резервом, видов, форм и методов обучения персонала в соответствии и со стратегическими и тактическими планами компании</p>		<p>аттестации Владеет: навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач</p>	
<p>ПК-7 Способен участвовать в подготовке проектов развития компании в соответствии и с заказами потребителей продукции</p>	<p>ПК-7.1. - Планирует операционную (производственную) деятельность компании с использованием процессного и проектного подходов.</p>	<p>Знает: концепцию проекта, иерархическую структуру работ, календарно-ресурсный план и контроль за ходом программ развития компании. Умеет: Применять современные модели развития и управления компанией, применяет современные модели развития и управления компанией Владеет: операционной (производственной) деятельностью компании с использованием процессного и проектного подходов</p>	<p>Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания</p>
<p>ПК-8 – Владеет методами стратегического и маркетингового анализа, обеспечивающих конкурентос</p>	<p>ПК-8.1. Подготавливает предложения по конкретным направлениям изучения рынка для определения перспектив развития компании</p>	<p>Знает: стратегический анализ макро- и микросреды компании, владеет навыками оценки ее конкурентоспособности и формирования компетенций Умеет: – Проводить стратегический анализ макро- и микросреды</p>	<p>Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания</p>

пособность компании		компании Владеет навыками оценки ее конкурентоспособности и формирования компетенций Владеет: методами стратегического и маркетингового анализа, обеспечивающих конкурентоспособность компании	
			Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания
ПК-9 Способен осуществлять анализ информации при принятии управленческих решений на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем	ПК- 9.2. Умеет анализировать информацию и составлять отчеты по оценке деятельности (производственных) подразделений компании.	Знает: систему внутреннего электронного документооборота организации, формирования и ведения базы данных по различным показателям Умеет: анализировать информацию и составлять отчеты по оценке деятельности (производственных) подразделений компании. Владеет: Владеет навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания
ПК-10. – Способность анализировать рыночные и специфические риски при решении задач управления проектами	ПК-10.1. Использует знания инструментария рискменеджмента для выявления факторов риска внешней и внутренней среды компании	Знает: механизмы выявления причин, условий возникновения рисков с использованием методов количественной и качественной оценки рисков. Умеет: Использует знания инструментария рискменеджмента для выявления факторов риска внешней и внутренней среды компании Владеет: Оценкой рисков проекта и обоснования измерения риска	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания
			Защита отчета.

			Контроль выполнения индивидуального задания
ПК- 11 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности и, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и для обеспечения конкурентоспособности производимой продукции, работ (услуг) и получения прибыли	ПК- 11.1. Выявляет и проводит оценку новых рыночных возможностей, формулирует бизнес-идею и разрабатывает предложения по составлению бизнес-планов	Знает: как проводить оценку новых рыночных возможностей, формулирует бизнес-идею и разрабатывает предложения по составлению бизнес-планов. Умеет: оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности для обеспечения конкурентоспособности производимой продукции, работ (услуг) и получения прибыли Владеет: разработкой бизнес-планов в целях реализации стратегии компании, обеспечения эффективности производства и повышения качества выпускаемой продукции	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания
ПК-12 Способен осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных исследовательских задач	ПК-12.1. – Умеет выбирать инструментальные средства для обработки информации в соответствии с поставленной научной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы.	Знает: аналитические и исследовательские задачи, современные технические средства и информационные технологии Умеет: выбирать инструментальные средства для обработки информации в соответствии с поставленной научной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы. Владеет: сбором, анализом и обработкой данных, необходимых для решения поставленных исследовательских задач	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания

5. Место производственной практики в структуре образовательной программы.

Производственная практика входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений бакалавриата по направлению 38.03.02 – Менеджмент. и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Производственной 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 Производственная 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 производственной практики необходимо в качестве предшествующей формы учебной работы для усвоения учебных дисциплин. Результаты прохождения производственной практики являются необходимыми и предшествующими для прохождения преддипломной практики и выполнения выпускной квалификационной работы.

6. Объем производственной практики и ее продолжительность.

Студенты проходят производственную практику «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности» на 4 курсе в 8 семестре.

Общая трудоемкость производственной практики «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности» составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

Объем производственной практики 6 зачетных единиц, 216 академических часов.

Промежуточная аттестация в 8 семестре по результатам прохождения производственной практики включает зачет с оценкой.

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	аудиторные	СРС	
1.	Подготовительный: Получение задания от руководителя практики, уточнение целей и задач производственной практики «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности». Составление плана практики.	65	35	30	Наблюдение; проверка раздела отчета (индивидуального задания). Пункт отчета по практике
2.	Аналитический: Изучение организационных аспектов деятельности организации (предприятия): структура организации (предприятия), функции и задачи структурных подразделений. Организация маркетинговой деятельности. Структура службы маркетинга. Концепция управления	86	50	36	Наблюдение; проверка раздела отчета (индивидуального задания). Пункт отчета по

	<p>организацией (предприятием), действующим на принципах маркетинга. Анализ конкурентного положения организации (предприятия) на рынке. Углубленное изучение маркетинговой деятельности организации (предприятия). Место маркетинга в стратегическом управлении организацией. Изучение подходов к разработке маркетинговой стратегии (товарной, сбытовой, коммуникационной, ценовой, сбытовой, конкурентной) деятельности организации (предприятия). Поиск эффективных средств и методов работы с целевой аудиторией организации (предприятия). Сбор информации об эффективности применяемых маркетинговых стратегий. Расчет и анализ статистических показателей, характеризующих маркетинговые процессы в организации. Анализ и оценка эффективности маркетинговых стратегий деятельности организации (предприятия). Рассмотрение подходов к совершенствованию маркетинговых стратегий организации (предприятия) в соответствии с заданием. Решение выявленных в процессе анализа проблем функционирования организации (предприятия).</p>				практике
3.	<p>Отчетный период практики. Выработка по итогам прохождения практики выводов и предложений, оформление отчета по производственной практике. Подготовка презентации отчета по защите результатов производственной практики.</p>	65	35	30	Наблюдение; проверка раздела отчета (индивидуального задания). Пункт отчета по практике
4.	Итого	216	120	96	-

8. Формы отчетности по производственной практике.

Промежуточная аттестация в 8 семестре – зачет с оценкой – проводится в форме защиты отчета по практике на заседании комиссии (устное

выступление с обязательной мультимедийной презентацией основных положений отчета о прохождении практики).

По итогам производственной практики обучающимися составляется отчет.

Отчет о практике состоит из введения и разделов, соответствующих содержанию программы практики, может включать приложения. Во введении к отчету рассматриваются уточненные цели и задачи практики, а также условия, в которых проходила практика. Содержание разделов отчета о производственной практике «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности» определяется предметом аналитического интереса обучающегося. Каждый раздел отчета о практике должен содержать сведения о конкретно выполненной работе в период практики, выводы и предложения. Отчет должен быть оформлен в соответствии с общепринятыми формами, аналогичными и для оформления выпускной квалификационной работы. Объем отчета 20 - 25 страниц.

Обучающиеся представляют до защиты отчета по практике следующие документы, оформленные в соответствии с Приложениями к настоящей программе.

Отчет по практике сдается на кафедру одновременно с дневником практики, подписанным руководителем практики от предприятия. После проверки отчета руководителем практики от вуза заведующий кафедрой назначает комиссию из числа преподавателей кафедры по защите результатов практики. Защита результатов практики проводится в виде устного выступления (7-10 мин.) перед комиссией.

Члены комиссии оценивают представленную работу по следующим критериям:

1. Изучение деятельности организации (предприятия) (организационная и функциональная структура, нормативно-правовые документы, система управления и другие стороны деятельности).

2. Знание структуры и функций подразделения, в котором обучающийся проходил практику. Владение информацией о работе подразделения. Знакомство с должностными инструкциями сотрудников. Изучение основных стратегий маркетинговой деятельности организации (предприятия). Анализ внешней и внутренней среды предприятия.

3. Изучение действующих стандартов, технических условий, положений и инструкций; изучение современной литературы и достижений по направленности индивидуального задания на практику.

4. Степень овладения направлениями маркетинговой деятельности организации (предприятия), методами оперативного и стратегического планирования маркетинговой деятельности организации (предприятия).

5. Владение навыками анализа эффективности маркетинговой деятельности организации (предприятия), взаимоотношения предприятия с элементами рыночной инфраструктуры, с государственными органами власти различных уровней, с другими хозяйствующими субъектами.

6. Выполнение индивидуального задания в соответствии с индивидуальной программой (актуальность, обзор источников, корректность методик, эффективность, договоренность результатов).

7. Оформление отчета (грамотность, соответствие требованиям оформления, качество иллюстративного материала, логичность и полнота материалов отчета).

8. Качество презентации (информативность, структурированность материала, оформление, грамотность).

9. Аргументированность и полнота ответов на вопросы членов комиссии. На основании данных критериев комиссия экспертным путем дает оценку уровня сформированности необходимых компетенций.

Результаты защиты отчета по учебной практике определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» выставляется при условии полного соблюдения требований к оформлению отчета. В отчете должно присутствовать содержательное изложение основных вопросов темы, наличие аргументированных выводов, отражающих позицию автора по рассматриваемому кругу проблем, самостоятельность в изложении материала.

Сроки сдачи отчета и требования по его оформлению должны быть строго соблюдены. При защите студент должен правильно ответить на все поставленные вопросы и продемонстрировать навыки оформления и представления результатов научной работы в устной и письменной форме.

Оценки «хорошо» заслуживает отчет, в котором все вопросы в основном раскрыты, но выводы недостаточно обоснованы, не на все вопросы студент при защите дал убедительные ответы и продемонстрировал навыки оформления и представления результатов научной работы в устной и /или письменной форме.

Оценка «удовлетворительно» выставляется в случае, если материал изложен поверхностно, анализ основных вопросов темы недостаточно глубокий, не на все вопросы студент при защите дал правильные ответы и представил результаты научной работы в устной и письменной форме.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если нарушены требования к оформлению отчета, при защите студент не дал правильных ответов на большинство заданных вопросов. Сроки защиты отчета по производственной практике «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности» определяет кафедра маркетинга, экономики предприятий и организаций. Оценка по защите отчета о практике проставляется руководителем практики от института в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Эта оценка приравнивается к оценкам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов. Студенты, не выполнившие программу производственной практики по уважительной причине, могут быть направлены на практику повторно. Студенты, не выполнившие программу производственной практики без уважительной причины или получившие неудовлетворительную оценку могут быть отчислены из вуза, как имеющие академическую задолженность в порядке, предусмотренном Положением университета.

9. Фонды оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по производственной 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: 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.

9.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций.

Описание шкал оценивания.

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 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. 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 магистратуре (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 по практике.

По итогам защиты отчета по 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

9.3. Типовые индивидуальные (контрольные) задания.

Перед началом производственной практики студенты получают индивидуальные задания по сбору данных о предприятии по следующим направлениям.

Общая характеристика предприятия: наименование, адрес, история развития предприятия. Организационно-правовая форма предприятия, ее соответствие направлениям и задачам деятельности предприятия. Устав предприятия и другие учредительные документы, их соответствие требованиям законодательства. Цели и задачи предприятия. Внутренняя и внешняя среда предприятия.

Организационно-управленческая структура предприятия: организационная структура управления предприятием с указанием отделов, должностей (представить в отчете в виде схемы). Краткая характеристика подразделений, их назначение, функции и формы связи между ними. Разделение и кооперирование труда на предприятии.

Анализ основных показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятия: организация статистической, бухгалтерской, финансовой и оперативной отчетности на предприятии. Использование данных из различных видов отчетности в качестве информационной базы для анализа

финансово-хозяйственной деятельности предприятия за последние два-три года. Анализ основных показателей по производству, товарооборота, валового дохода, издержек обращения, прибыли, рентабельности, уровня и динамики финансовых результатов и финансового состояния, показателей по труду и заработной плате, эффективности использования основных фондов и

оборотных средств. Использование для анализа различных расчетных методов: сравнение показателей, исчисление относительных и средних величин, показателей динамики и структуры, различных индексов, факторного анализа и др. Оформление всех произведенных расчетов в виде аналитических таблиц (приложения 1-4), диаграмм и объяснительной записки. Изучение схемы начисления, порядка и сроков уплаты налогов.

Анализ производственного процесса предприятия: анализ информации о качестве сырьевых материалов и их влиянии на качество полуфабрикатов, готовой продукции, работ и услуг. Характеристика технологического процесса производства. Изучение влияния технологических процессов на качество готовой продукции, работ и услуг. Установление причин возникновения брака (дефектов) и методов его устранения. Характеристика применяемого оборудования. Степень использования производственных мощностей. Санитарный контроль на пищевых предприятиях, ветеринарно-санитарный контроль на мясоперерабатывающих предприятиях.

Организация торгово-технологического процесса на торговых предприятиях: основные схемы торгово-технологического процесса, применяемые на данном торговом предприятии. Порядок приемки товаров по количеству и качеству. Влияние условий и режимов хранения товаров на сохранение их качества. Схема планировки торгового зала (торговых помещений). Используемое торговое и технологическое оборудование. Порядок размещения и выкладки товаров в торговом зале и на складах.

Ассортиментная политика предприятия: принципы планирования и формирования производственного или торгового ассортимента. Номенклатура выпускаемых изделий, оценка ассортиментного разнообразия продукции предприятия. Структура ассортимента, факторы, влияющие на формирование ассортимента. Широта, полнота, устойчивость, степень обновления, взаимозаменяемость ассортимента продукции.

Изучение организации снабжения и сбыта на предприятии: изучение рынка сырья и материалов. Разработка плана закупок материальных ресурсов. Организация хозяйственных связей и выбор потенциального поставщика. Условия поставки материальных ресурсов. Формы расчетов при закупке материальных ресурсов. Планирование сбыта продукции. Организация оперативно-сбытовой работы. Характеристика основных покупателей продукции предприятия. Фирменная сеть предприятия.

Организация оптовых закупок и продажи в торговых предприятиях: порядок установления хозяйственных связей. Условия поставки по договорам и форма оплаты товаров. Содержание типового договора (контракта) поставки (купли-продажи), приемки на предприятии. Состав и характеристика поставщиков торгового предприятия. Объем, ассортимент и частота поставок товаров отдельными поставщиками. Организация доставки товаров в торговое предприятие. Организация процесса продажи. Методы продажи товаров. Организация дополнительного обслуживания покупателей. Соблюдение прав потребителей на торговом предприятии.

Организация управления предприятием: процесс принятия управленческих решений, контроль за их выполнением. Принципы управления персоналом. Особенности подбора и оценки профессиональной пригодности

специалистов. Квалификационные характеристики. Организация оплаты труда на предприятии. Технические средства в управлении предприятием. Применение средств оргтехники и вычислительной техники в комплексной механизации управленческого труда. Анализ действующей системы обработки экономической информации. Внедрение АРМ. Сбор и анализ информации об уровне компьютеризации предприятия: наличие отдела автоматизированных информационных технологий, количество персональных компьютеров, наличие сети ПЭВМ, программное обеспечение (системное, профессиональное, универсальное), наличие входа в Интернет, наличие средств защиты, уровень компьютерной подготовки персонала.

Использование маркетинговых подходов на предприятии: элементы маркетинга в управлении предприятием. Изучение потребителя. Сбор и использование информации на предприятии. Анализ целевого рынка предприятия и его сегментов. Формирование товарной и ценовой политики предприятия. Характеристика основных элементов продвижения товаров, применяемых предприятием.

Контрольные вопросы и задания:

1. Анализ товарного рынка:
 - 1.1 Продуктовые границы товарного рынка.
 - 1.2 Географические границы товарного рынка.
 - 1.3 Состав продавцов и покупателей.
 - 1.4 Объем анализируемого рынка.
 - 1.5 Количественные показатели структуры рынка.
 - 1.6 Экономическая концентрация хозяйствующих субъектов на рынке.
 - 1.7 Вопросы ценовой политики на анализируемом рынке.
 - 1.8 Качественные показатели структуры товарного рынка.
2. Характеристика механизма государственного регулирования маркетинговой деятельности:
 - 2.1. Основные объекты и субъекты регулирования маркетинговой деятельности.
 - 2.2. Основные направления государственного регулирования маркетинговой деятельности. Охарактеризуйте каждое из них. В чем их основное отличие от негосударственных методов регулирования?
 - 2.3. Правовое регулирование защиты прав потребителей.
 - 2.4. Документирование торгового оборота: оформление поступления и реализации товаров.
3. Организация маркетинговой работы:
 - 3.1 Формы проведения маркетинговой работы.
 - 3.2 Методы проведения маркетинговых исследований.
 - 3.3 Основные экономические показатели оценки маркетинговой деятельности предприятий.
 - 3.4. Факторы, влияющие на результативность маркетинговой деятельности.

9.4. 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 ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для проведения практики.

а) адрес сайта курса

1. Moodle [Электронный ресурс]: система виртуального обучения: [база данных] / Даг. гос. ун-т. – г. Махачкала. – Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. – URL: <http://moodle.dgu.ru/>.

б) основная литература:

1. Ассель, Генри. Маркетинг: принципы и стратегия : Учеб. для вузов: Пер. с англ. - 2-е изд. - М. : ИНФРА-М, 2020. - 803 с. - ISBN 5-86225-882-5. Местонахождение: Российская государственная библиотека (РГБ),

- IPRbooks URL: http://нэб.рф/catalog/000199_000009_006734923/.html, — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS .
2. Годин, А.М.Маркетинг : [Электронный ресурс], учебник для бакалавров / А. М. Годин ; Годин А. М. - М. : Дашков и Ко, 2016, 2013. - 656 с. - ISBN 978-5-394-02253-1. Местонахождение: Российская государственная библиотека (РГБ), IPRbooks, Университетская библиотека ONLINE URL: Режим доступа: http://нэб.рф/catalog/000199_000009_006734927/, <http://www.iprbookshop.ru/60435.html>.
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453262>.
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учеб. пособие для студентов вузов, обуч. по специальности 080111 "Маркетинг" / [Н.А.Нагапетьянц и др.]; под ред. Н.А.Нагапетьянца. - 2-е изд. перераб. и доп. - М. : Вузов. учебник: Инфра-М, 2019. - 280,[1] с. - (Вузовский учебник: ВУ). - Допущено МО РФ. - ISBN 978-5-9558-0163-6 (Вузовский учебник) : 155-87. Местонахождение: Местонахождение: Научная библиотека ДГУ URL.

в) дополнительная литература:

1. 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, 2018. - 613 с. - Рекомендовано МО РФ. - ISBN 5-94798-098-3 : 190-00. 2. Багиев, Георгий Леонидович. Маркетинг : учебник / под ред. Г.Л.Багиева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Экономика, 2020. - 718 с. - (Высшее образование). - Рекомендовано МО РФ. - ISBN 5-282-02101-3
3. Дихтль Е., Хершген Х. Практический маркетинг: Учебное пособие / Пер. с нем. – М.: Высш. Шк.: ИНФРА-М, 2018. Маркетинг интеллектуальных продуктов и инновационных проектов: [Электронный ресурс]Учебник для вузов. 6-е изд. Стандарт третьего поколения Автор(ы): Фатхутдинов И Р : Учебник для вузов: 2019г. Режим доступа: https://elibrary.ru/query_results.asp.
4. Коротков А.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : учебное пособие для вузов / А.В. Коротков. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2019. — 303 с. — 5-238-00810-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71235.html>.
5. Ноздрева Р.Б. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / Р.Б. Ноздрева. — Электрон. текстовые данные. — М. : Аспект Пресс, 2019. — 448 с. — 978- 5-7567-0829-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/56796.html>

11. Перечень информационных технологий, используемых при проведении производственной 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 производственной практики.

Производственная практика проводится в сторонних организациях Республики Дагестан, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

Материально-техническое обеспечение производственной 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.

Организации, учреждения и предприятия, а также 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.