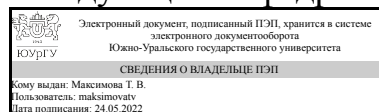


УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой



Т. В. Максимова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА практики

Практика Производственная практика, научно-исследовательская работа для направления 38.04.02 Менеджмент

Уровень Магистратура

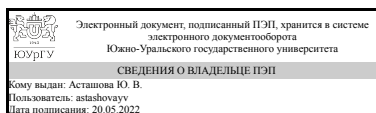
магистерская программа Стратегический и инновационный маркетинг

форма обучения заочная

кафедра-разработчик Менеджмент

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 952

Разработчик программы,
к.экон.н., доц., доцент



Ю. В. Астапова

1. Общая характеристика

Вид практики

Производственная

Тип практики

научно-исследовательская работа

Форма проведения

Дискретно по периодам проведения практик

Цель практики

проведение исследований по 3 главе ВКР

Задачи практики

проведение анализа по теме исследование
разработка проектной части исследования
формулирование выводов и результатов исследования

Краткое содержание практики

НИР ориентирована на реализацию программы исследования выпускной квалификационной работы: разработку проектной части и формулировку выводов

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики

| Планируемые результаты освоения ОП ВО | Планируемые результаты обучения при прохождении практики |
|---|---|
| УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия | Знает: современные коммуникативные технологии применяемые в ходе профессиональной деятельности маркетолога |
| | Умеет: оценивать и осуществлять выбор коммуникативных каналов и технологий в профессиональной и академической среде Имеет практический опыт: применения современных коммуникационных технологий в профессиональной и академической среде при защите и презентации результатов самостоятельного научного исследования |
| УК-6 Способен определять и | Знает: технологии личностного и |

| | |
|---|--|
| реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки | профессионального роста |
| | Умеет:эффективно осуществлять собственные научные изыскания и достигать поставленной цели в условиях существующих ограничений |
| ПК-8 Способен проводить самостоятельные научные исследования в сфере маркетинга | Имеет практический опыт:эффективного самоменеджмента в достижении целей исследования |
| | Знает:методологию и методику проведения научных исследований, подходы к оценке эффективности решений в области маркетинга |
| | Умеет:выявлять перспективные направления научных исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы, проводить эмпирические и прикладные исследования |
| | Имеет практический опыт:обоснования и апробации результатов самостоятельных научных исследований в сфере маркетинга |

3. Место практики в структуре ОП ВО

| Перечень предшествующих дисциплин, видов работ | Перечень последующих дисциплин, видов работ |
|--|--|
| <p>Иностранный язык в профессиональной деятельности</p> <p>Лидерство и командный менеджмент</p> <p>Семинар по стратегическому и инновационному маркетингу</p> <p>Производственная практика, научно-исследовательская работа (4 семестр)</p> <p>Учебная практика, научно-исследовательская работа (1 семестр)</p> <p>Производственная практика, практика по профилю профессиональной деятельности (4 семестр)</p> <p>Учебная практика, ознакомительная практика (2 семестр)</p> <p>Учебная практика, научно-исследовательская работа (2 семестр)</p> <p>Учебная практика, научно-исследовательская работа (3 семестр)</p> | <p>Производственная практика, преддипломная практика (5 семестр)</p> |

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым для прохождения данной практики и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

| Дисциплина | Требования |
|----------------------------------|--|
| Лидерство и командный менеджмент | <p>Знает: - технологии лидерства и командообразования;- особенности и проблемы подбора эффективной команды; - условия эффективной командной работы;- теории и стили лидерства, стили руководства в зависимости от деловых ситуаций; - основы стратегического управления человеческими ресурсами, нормативные правовые акты, касающиеся организации и осуществления профессиональной деятельности; - стратегии и принципы командной работы, основные характеристики организационного климата и взаимодействия людей в организации для достижения поставленной цели, - современные тенденции развития личности, технологию поиска и формулирования жизненных целей;- технику планирования своего времени для реализации приоритетов собственной деятельности; - критерии оценки уровня организации труда и пути его рационализации; - способы совершенствования деятельности на основе самооценки;- методы диагностики и прогнозирования собственного карьерного роста в сфере профессиональной деятельности; - принципы самоорганизации личного здоровья и правила гигиены умственного труда</p> <p>Умеет: - определять стиль управления и оценивать эффективность руководства командой; - выработать командную стратегию и на ее основе организовать отбор членов команды для достижения поставленных целей;- владеть технологией реализации основных функций управления; - применять принципы и методы организации командной деятельности;- планировать и корректировать работу команды с учетом интересов, особенностей и поведения ее членов;- разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон, - структурировать и организовывать рабочее и личное время, формулировать жизненные цели и принимать решения, оценивать эффективность организации управленческого труда; - реализовывать приоритеты собственной</p> |

| | |
|---|--|
| | <p>деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки;- конструировать собственный имидж и позиционировать собственную успешность в профессиональной среде</p> <p>Имеет практический опыт: - планирования и организации работы в команде, распределения поручений и делегирования полномочий членам команды;- организации и управления командным взаимодействием в решении поставленных целей; - создания команды для выполнения практических задач разного уровня сложности; - участия в разработке стратегии командной работы; - организации коммуникаций и взаимодействия членов команды;- выявления и разрешения конфликтов и противоречий при деловом общении на основе учета интересов всех сторон, - планирования и эффективного использования рабочего времени; - анализа эффективности использования своего времени и определения резервов его оптимизации;- самоорганизации и саморазвития</p> |
| <p>Семинар по стратегическому и инновационному маркетингу</p> | <p>Знает: цели и виды маркетингового исследования потребителей, подходы, методики и инструменты стратегического анализа отраслей и рынков, перспективные направления научных исследований в сфере маркетинга</p> <p>Умеет: формализовать цели и задачи на проведение маркетингового исследования, обосновывать использование методов и инструментов исследования потребителей, применять методы стратегического анализа в процессе формирования стратегии организации, определять цели, задачи и основные этапы исследования</p> <p>Имеет практический опыт: составления плана исследования потребителей и разработке письменных опросников (анкет), проведения стратегического анализа компании и оценки конкурентной среды с использованием модели 5 сил конкуренции, карты стратегических групп, выбора вторичных источников информации при проведении самостоятельного научного исследования</p> |
| <p>Иностранный язык в профессиональной деятельности</p> | <p>Знает: - лексико-грамматический минимум в объеме, необходимом для осуществления письменной и устной коммуникации в профессионально-деловой и научной сферах; - основную профессиональную терминологию на</p> |

иностранном языке; - правила ведения деловой корреспонденции на иностранном языке; - правила перевода профессиональных и научных текстов; - социокультурную специфику международного профессионально-делового общения, - виды и средства современных коммуникативных технологий в социально-историческом, этическом и философском контекстах; - правила и возможности применения коммуникативных технологий;- основные принципы организации деловых контактов;- методы подготовки к переговорам, межкультурные особенности и традиции;- межкультурные различия в практике письменной и устной деловой коммуникации;- формы невербальных коммуникаций;-виды коммуникативных барьеров и способы их преодоления, приёмы повышения эффективности общения.- этические нормы деловых коммуникаций

Умеет: - понимать устную речь профессионально-делового характера; - участвовать в международных переговорах, дискуссии, научной беседе, выражая определенные коммуникативные намерения; продуцировать монологическое высказывание по профилю научной специальности/темы, аргументировано излагая свою позицию и используя вспомогательные средства (графики, таблицы, диаграммы, мультимедиа презентации и т.д.); - писать деловые письма; соотносить языковые средства с нормами речевого поведения, которых придерживаются носители иностранного языка, - использовать коммуникативные технологии для поиска, обмена информацией и установления профессиональных контактов;- грамотно, доступно излагать профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия; - соблюдать этические нормы и права человека; - анализировать особенности социального взаимодействия с учетом межкультурных особенностей

Имеет практический опыт: - чтения профессиональной и научной литературы в оригинале (изучающее, ознакомительное, просмотровое, поисковое), предполагающими разную степень понимания и смысловой компрессии прочитанного; - поиска и критического осмысления информации,

| | |
|---|--|
| | <p>полученной из зарубежных источников, аргументированного изложения собственной точки зрения; - публичной речи (сообщения, презентации), - организации продуктивного взаимодействия в профессиональной среде с учетом межкультурных особенностей; - преодоления барьеров в процессе межкультурного взаимодействия</p> |
| <p>Производственная практика, практика по профилю профессиональной деятельности (4 семестр)</p> | <p>Знает: методы стратегического и оперативного контроля маркетинга, концепции организационных полномочий и делегирования, технологии самоменеджмента, отраслевую специфику маркетинговой деятельности, концепции расширенного комплекса маркетинга, методики анализа рынков, инструменты стратегического анализа, методы ситуационного анализа в маркетинге</p> <p>Умеет: проводить мониторинг маркетинговой деятельности предприятия, выстраивать эффективные взаимосвязи в коллективе, планировать рабочее время, определять приоритеты, обосновывать применение современных маркетинговых технологий, осуществлять выбор методов управления маркетингом с учетом специфики отрасли, рынка или сферы деятельности предприятия, обосновывать применение концепций "маркетинг-микса" с учетом специфики деятельности компании, определять потребности и направления проведения маркетингового анализа рынка на конкретном предприятии, обобщать и оценивать результаты самостоятельных исследований</p> <p>Имеет практический опыт: разработки и обоснования мероприятий, направленных на совершенствование отдельных маркетинговых функций, эффективно взаимодействовать с коллективом предприятия в рамках проведения исследования, разработки реалистичных планов исследования согласованных с имеющимися возможностями, проведения маркетингового анализа предприятия с учетом специфики отрасли, рынка и сферы деятельности, разработки решений в области продуктовых и ценовых стратегий, стратегий распределения и продвижения предприятия, планирования и проведения исследований рынка в рамках тематики самостоятельного научного исследования, анализа маркетинговой деятельности предприятия,</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>выявлять проблемы и выработать мероприятия по решению проблем</p> |
| <p>Учебная практика, научно-исследовательская работа (1 семестр)</p> | <p>Знает: инструменты апробации результатов научного исследования, формы и виды профессиональных коммуникаций, современные концепции маркетинга</p> <p>Умеет: критически оценивать собственные научные идеи, трезво воспринимать критику, использовать профессиональную терминологию в устных и письменных коммуникациях, проодить анализ и критически оценивать результаты исследования в области маркетинга, реализуемых в современной научной среде</p> <p>Имеет практический опыт: оценки уровня научных изысканий в сфере самостоятельного научного исследования, применения профессиональной терминологии при формулировании и защите результатов самостоятельного исследования, работы с информационными источниками, научного поиска</p> |
| <p>Учебная практика, научно-исследовательская работа (2 семестр)</p> | <p>Знает: элементы методологии научного исследования, формы и виды научных коммуникаций, технологии научного поиска</p> <p>Умеет: определять перспективные направления исследований и разрабатывать методологию научного исследования, использовать научный стиль изложения в письменных и устных коммуникациях, проводить сопоставлять уровень собственных научных изысканий с имеющимися научными разработками</p> <p>Имеет практический опыт: обоснования актуальности направлений исследования, определение целей и предмета исследований, проведения обзора методов исследования, формулирования гипотезы исследования, применения научной терминологии при планировании самостоятельного научного исследования, определения и обоснования места самостоятельного научного исследования в академической среде</p> |
| <p>Учебная практика, научно-исследовательская работа (3 семестр)</p> | <p>Знает: процессы и механизмы эффективного взаимодействия сотрудников компании в профессиональной среде, концепции системного и ситуационного анализа и предметные методы исследования в маркетинге, приемы и технологии самооценки</p> <p>Умеет: использовать различные каналы коммуникаций при реализации самостоятельного</p> |

| | |
|---|---|
| | <p>научного исследования, выбора и обоснования инструментов исследования, критически оценивать возможности при разработке планов исследования, определять дефицит ресурсов и формулировать цели исследования с учетом имеющихся ограничений</p> <p>Имеет практический опыт: представления результатов самостоятельного исследования в профессиональной среде, разработки структуры исследования, планирования исследования исходя из целей и задач, разработки реалистичных целей самостоятельного научного исследования</p> |
| <p>Производственная практика, научно-исследовательская работа (4 семестр)</p> | <p>Знает: методы и инструменты маркетингового анализа, процессы и механизмы продвижения научных идей внутри научного сообщества, положения ситуационного подхода в менеджменте, методы самоанализа</p> <p>Умеет: осуществлять исследования в соответствии с планом, обрабатывать результаты, использовать различные каналы коммуникаций при реализации самостоятельного научного исследования, проводить оценку степени достижения цели и корректировать собственную деятельность и программу исследования</p> <p>Имеет практический опыт: проведения самостоятельных научных исследований в области маркетинга, представления результатов самостоятельного исследования в академической среде, реализации целей исследования в изменяющихся условиях</p> |
| <p>Учебная практика, ознакомительная практика (2 семестр)</p> | <p>Знает: элементы комплекса маркетинга (4P), положения современных маркетинговых концепций, методы самооценки в профессиональной среде, основы отраслевого маркетинга, специфику потребительских и промышленных рынков, маркетинга в сфере услуг и особенности инструментария маркетинга в зависимости от отраслевой принадлежности компании, концепцию маркетинга взаимодействия, подходы к исследованию потребителей и конкурентов, подходы к организации маркетинговой деятельности на предприятии, перспективные направления исследований, принципы эффективной командной работы, методы оперативного контроля маркетинга</p> <p>Умеет: анализировать деятельность компании по элементам концепции "маркетинг-микс", критически оценивать собственную деятельность</p> |

| | |
|--|---|
| | <p>при планировании самостоятельных исследований, определять отраслеую специфику бизнеса и обосновывать применение технологий и инструментов с учетом этой специфики, применять на практике методы анализа элементов маркетинговой среды компании, проводить анализ потребителей, конкурентов, поставщиков, проводить анализ маркетинговой деятельности предприятия, работать в команде, эффективно взаимодействуя с членами команды для достижения общих целей, оценивать маркетинговую деятельность компании в разрезе отдельных задач маркетинг-микса</p> <p>Имеет практический опыт: проведения анализа решений предприятия по элементам комплекса маркетинга и разработки рекомендации по их развитию, определения приоритетов при планировании самостоятельного исследования, обоснования отраслевой специфики маркетинговой деятельности предприятия в рамках самостоятельного исследования, оценки факторов среды косвенного воздействия (макросреды) и давать оценку влияния макросреды на положение компании, проведения анализа потребителей, конкурентного анализа, разработки перечня потенциальных проблем/направлений совершенствования маркетинговой деятельности предприятия, адаптации в новом коллективе и встраивания в команду в рамках проведения исследования, планирования и проведения мониторинга оперативной маркетинговой деятельности компании в разрезе отдельных задач маркетинг-микса</p> |
|--|---|

4. Объём практики

Общая трудоемкость практики составляет зачетных единиц 9, часов 324, недель 6.

5. Структура и содержание практики

| № раздела (этапа) | Наименование или краткое содержание вида работ на практике | Кол-во часов |
|-------------------|--|--------------|
| 1 | Планирование научного исследования | 36 |
| 2 | Проведение научного исследования | 252 |
| 3 | Представление результатов научного исследования | 36 |

6. Формы отчетности по практике

По окончании практики, студент предоставляет на кафедру пакет документов, который включает в себя:

- дневник прохождения практики, включая индивидуальное задание и характеристику работы практиканта организацией;
- отчет о прохождении практики.

Формы документов утверждены распоряжением заведующего кафедрой от 04.09.2020 №301-31/182-1.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по практике

Вид промежуточной аттестации – дифференцированный зачет. Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

7.1. Контрольные мероприятия (КМ)

| № КМ | Семестр | Вид контроля | Название контрольного мероприятия | Вес | Макс.балл | Порядок начисления баллов | Учитывается в ПА |
|------|---------|------------------|---|-----|-----------|---|--------------------------|
| 1 | 5 | Текущий контроль | КРМ1 - Выбор тематики НИР и обоснование актуальности выбранной темы | 1 | 3 | При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Максимально оценивается в 3 балла: 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла - | дифференцированный зачет |

| | | | | | | | |
|---|---|---------------------|--|---|---|--|-----------------------------|
| | | | | | | выполнено в незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями | |
| 2 | 5 | Текущий контроль | КРМ 2 - Формулировка целей и задач исследования | 1 | 3 | При оценивании результатов мероприятия используется балльно- рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Максимально оценивается в 3 балла: 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла - выполнено в незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями | дифференцированный зачет |
| 3 | 5 | Текущий контроль | КРМ 3 - Разработка структуры отчета | 1 | 3 | При оценивании результатов мероприятия используется балльно- рейтинговая система оценивания результатов учебной | дифференцированный зачет |

| | | | | | | | |
|---|---|------------------|--|---|---|---|--------------------------|
| | | | | | | <p>деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)</p> <p>Максимально оценивается в 3 балла: 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла - выполнено в незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями</p> | |
| 4 | 5 | Текущий контроль | <p>КРМ 4 - Содержательная часть исследования: полнота и логичность</p> | 1 | 3 | <p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) При оценке оценивается полнота и логичность изложения материала. Максимально оценивается в 3 балла: 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в</p> | дифференцированный зачет |

| | | | | | | | |
|---|---|------------------|--|---|---|--|--------------------------|
| | | | | | | <p>полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла - выполнено в незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями</p> | |
| 5 | 5 | Текущий контроль | КРМ 5 - Результаты по задачам исследования | 1 | 3 | <p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)</p> <p>Максимально оценивается в 3 балла: 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла - выполнено в незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями</p> | дифференцированный зачет |
| 6 | 5 | Текущий контроль | КРМ 6 - Итоговые выводы и | 1 | 3 | При оценивании результатов | дифференцированный зачет |

| | | | | | | | |
|---|---|------------------|---|---|---|---|--------------------------|
| | | | результаты НИР | | | <p>мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)</p> <p>Максимально оценивается в 3 балла: 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла - выполнено в незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями</p> | |
| 7 | 5 | Текущий контроль | КРМ 7 - Актуальность полученных результатов с точки зрения подготовки ВКР | 1 | 3 | <p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)</p> <p>Максимально оценивается в 3 балла: 1 балл - выполнено с</p> | дифференцированный зачет |

| | | | | | | | |
|---|---|------------------|---------------------------------------|---|---|--|--------------------------|
| | | | | | | <p>существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла - выполнено в</p> <p>незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями</p> | |
| 8 | 5 | Текущий контроль | КРМ 8 - Заполнение дневника НИР | 1 | 3 | <p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)</p> <p>Максимально оценивается в 3 балла: 1 балл - выполнено с</p> <p>существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла - выполнено в</p> <p>незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями</p> | дифференцированный зачет |

| | | | | | | | |
|----|---|------------------|--|---|---|--|--------------------------|
| 9 | 5 | Текущий контроль | КРМ 9 - Оформление отчета | 1 | 3 | <p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)</p> <p>Максимально оценивается в 3 балла: 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла - выполнено в незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями</p> | дифференцированный зачет |
| 10 | 5 | Текущий контроль | КРМ 10 - Самостоятельность проведения исследования (антиплагиат) | 1 | 2 | <p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)</p> <p>Максимально оценивается в 2</p> | дифференцированный зачет |

| | | | | | | | |
|----|---|------------------|---|---|---|---|--------------------------|
| | | | | | | балла: 0 балл – показатели оригинальности менее 40% 1 балла – показатель оригинальности 40 -60% 3 балла - показатель оригинальности более 60% | |
| 11 | 5 | Текущий контроль | КРМ 11 - Соблюдение графика выполнения НИР и предоставление отчета | 1 | 2 | При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Максимально оценивается в 2 балла: 0 балл – сроки сдачи нарушен более чем в 1 семестр 1 балла – отчет сдан с незначительным отклонением от графика 2 балла – отчет сдан полном соответствии с графиком | дифференцированный зачет |
| 12 | 5 | Текущий контроль | кpm 12 - Апробация результатов НИР (выступление на конференциях, публикация статей) | 1 | 7 | При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора | дифференцированный зачет |

| | | | | | | | |
|----|---|--------------------------|------------------------|---|----|---|--------------------------|
| | | | | | | от 24.05.2019 г. № 179) Оценивается не более одной статьи и одного доклада. Таким образом, суммарная максимальная оценка по КРМ может составлять 7 баллов: 1 балл – доклад на кафедральной конференции без публикации 2 балла – доклад всероссийской или международной на конференции без публикации 3 балла – статья в материалах конференции (индексация РИНЦ) 4 баллов – статья в российском рецензируемом издании (журналы, монографии) (индексация РИНЦ) 5 баллов – статья в международном рецензируемом издании (индексация scopus, WoS) | |
| 13 | 5 | Промежуточная аттестация | КРМ 13 - Защита отчета | - | 20 | В процессе защиты осуществляется контроль освоения компетенций студентом. Защита проводится в форме собеседования с целью проверки уровня знаний, умений, приобретенного | дифференцированный зачет |

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|---|--|
| | | | | | | <p>опыта, понимания студентом основных методов и законов по тематике практики, возможности дополнительно повысить свой рейтинг. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)</p> <p>Максимально оценивается в 20 баллов, по 2 балла за каждый из 10 вопросов (2 балла – ответ полный, 1 балл – ответ не обоснован, 0 баллов – нет ответа)</p> | |
|--|--|--|--|--|--|---|--|

7.2. Процедура проведения, критерии оценивания

На зачете происходит оценивание знаний, умений и приобретенного опыта обучающихся по практике на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. При недостаточной и/или не устраивающей студента величине рейтинга ему может быть предложено пройти собеседование с преподавателем по основным разделам практики – процедуру защиты. В результате складывается совокупный рейтинг студента, который дифференцируется в оценку и проставляется в ведомость, зачетную книжку студента. Отлично: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 85...100 % Хорошо: Величина рейтинга обучающегося дисциплине 75...84 % Удовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60...74 % Неудовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0...59 %. Оценка по дисциплине вносится в «Приложение к диплому». Структура доклада должна соответствовать следующим

вопросам: 1. Какие теоретические концепции были Вами изучены в рамках прохождения практики? В чем их актуальность? 2. В каких направлениях существующие концепции и подходы нуждаются в дальнейшей разработке? 3. В чем актуальность Вашего исследования? 4. Какие информационные источники Вы использовали в качестве информационной базы своего исследования? 5. Как Вы определили цель и задачи исследования? 6. Какие исследования были проведены Вами? Охарактеризуйте используемые методы. 7. Каких результатов Вы достигли в результате прохождения практики? 8. Насколько эти результаты применимы для подготовки ВКР? 9. Удалось ли достичь тех результатов практики, которые планировались? Достигнута ли цель? (обоснуйте) 10. Каким образом, Вы видите дальнейшую работу над ВКР? Какие исследования и данные Вам необходимы для работы?

7.3. Оценочные материалы

| Компетенции | Результаты обучения | № КМ | | | | | | | | | | | | |
|-------------|---|------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| УК-4 | Знает: современные коммуникативные технологии применяемые в ходе профессиональной деятельности маркетолога | | | | | | | | | | | | | + |
| УК-4 | Умеет: оценивать и осуществлять выбор коммуникативных каналов и технологий в профессиональной и академической среде | + | | + | + | + | | | + | + | | | + | + |
| УК-4 | Имеет практический опыт: применения современных коммуникационных технологий в профессиональной и академической среде при защите и презентации результатов самостоятельного научного исследования | | | | | | + | | + | + | | | + | + |
| УК-6 | Знает: технологии личностного и профессионального роста | | | | | | | | | | | | + | + |
| УК-6 | Умеет: эффективно осуществлять собственные научные изыскания и достигать поставленной цели в условиях существующих ограничений | + | | | | | + | + | | | | | + | + |
| УК-6 | Имеет практический опыт: эффективного самоменеджмента в достижении целей исследования | + | | | | | + | + | | | | | + | + |
| ПК-8 | Знает: методологию и методику проведения научных исследований, подходы к оценке эффективности решений в области маркетинга | + | | | | | | | | | | | | + |
| ПК-8 | Умеет: выявлять перспективные направления научных исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы, проводить эмпирические и прикладные исследования | + | + | + | + | + | | | | | + | + | | + |
| ПК-8 | Имеет практический опыт: обоснования и апробации результатов самостоятельных научных исследований в сфере маркетинга | + | | + | + | | | | | | + | + | | + |

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга [Текст] крат. курс : пер. с англ. Ф. Котлер. - М. и др.: Вильямс, 2015. - 488 с. ил.

б) дополнительная литература:

1. Басовский, Л. Е. Маркетинг Текст учеб. пособие Л. Е. Басовский. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 132, [1] с.
2. Севрук, В. Т. Банковский маркетинг. - М.: Академия народного хозяйства: Дело, 1994. - 126,[2] с. ил.
3. Синяева, И. М. PR в сфере коммерции [Текст] учебник для вузов по специальности 08011 "Маркетинг" И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под ред. И. М. Синяевой. - М.: Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2013. - 296 [2] с. ил. 1 электрон. опт. диск
4. Холленсен, С. Глобальный маркетинг [Текст] учеб. пособие С. Холленсен ; пер. с англ. Е. Носова, К. Юрашкевич. - Минск: Новое знание, 2004. - 831, [1] с.
5. Чернатони, Л. де Брендинг : Как создать мощный бренд [Текст] учеб. для вузов по специальности 080111 "Маркетинг", 080300 "Коммерция", 070801 "Реклама" Л. Чернатони, М. МакДональд ; пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. - 3-е изд. - М.: ЮНИТИ, 2006. - 543 с.

из них методические указания для самостоятельной работы студента:

1. Производственная практика, научно-исследовательская работа по направлению магистратуры «Менеджмент»: методические указания по подготовке и защите / сост. Ю.В. Асташова, Г.М.Грейз.– Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2022. – 27 с.

Электронная учебно-методическая документация

| № | Вид литературы | Наименование ресурса в электронной форме | Библиографическое описание |
|---|--|---|---|
| 1 | Методические пособия для самостоятельной работы студента | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Белов, Н.А. Методические указания к выполнению магистерской диссертации: курсовые работы и проекты по направлению подготовки, научно-исследовательская работа, подготовка, оформление и защита выпускной квалификационной работы. [Электронный ресурс] / Н.А. Белов, М.В. Пикунов, С.В. Лактионов. — Электрон. дан. — М. : МИСИС, 2013. — 105 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/47415 — Загл. с экрана. |
| 2 | Основная литература | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Манн, И.Б. 77 коротких рецензий на лучшие книги по маркетингу и продажам. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2005. — 86 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/62234 — Загл. с экрана. |
| 3 | Основная литература | Электронно-библиотечная система | Москалев, М. В. Современные концепции и технологии маркетинга : учебное пособие / М. В. Москалев, С. М. Москалев, Т. Г. Виноградова. — Санкт-Петербург : |

| | | | |
|---|---------------------------|---|---|
| | | издательства Лань | СПбГАУ, 2018. — 100 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/162894 (дата обращения: 05.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей. |
| 4 | Дополнительная литература | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Савельева, Н. А. Маркетинг в здравоохранении : учебник / Н. А. Савельева, Т. Ю. Анопченко, А. В. Кармадонов. — Москва : Дашков и К, 2020. — 297 с. — ISBN 978-5-394-03794-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/173925 (дата обращения: 05.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей. |
| 5 | Дополнительная литература | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Лысова, Н. А. Маркетинг территорий : учебник / Н. А. Лысова. — Москва : Проспект, 2019. — 158 с. — ISBN 978-5-392-28831-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/150918 (дата обращения: 05.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей. |
| 6 | Дополнительная литература | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Лобарева, Н. В. Маркетинг взаимоотношений : учебное пособие / Н. В. Лобарева. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 98 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/167596 (дата обращения: 05.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей |
| 7 | Дополнительная литература | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Патласов, О. Ю. Маркетинг персонала : учебник / О. Ю. Патласов. — Москва : Дашков и К, 2018. — 384 с. — ISBN 978-5-394-02354-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/105568 (дата обращения: 05.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей. |

9. Информационные технологии, используемые при проведении практики

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых информационных справочных систем:

Нет

10. Материально-техническое обеспечение практики

| Место прохождения практики | Адрес места прохождения | Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, обеспечивающие прохождение практики |
|----------------------------|-------------------------|---|
|----------------------------|-------------------------|---|

| | | |
|---------------------------|--|---------------------------|
| ЮУрГУ, Научная библиотека | 454080, Челябинск, пр-т Ленина, 87 | Основные фонды библиотеки |
|---------------------------|--|---------------------------|