

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

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ

Кафедра «Маркетинг и логистика»

ПРОГРАММА

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА
технологическая (проектно-технологическая)

Образовательная программа
43.03.02 Туризм

Профиль подготовки

Управление туристическим бизнесом

Уровень высшего образования
бакалавриат

Форма обучения
Очная, заочная


Статус практики:
входит в блок 2- практики, часть, формируемая участниками
образовательных отношений

Махачкала 2023 год

Программа практики: «Производственная практика, технологическая (проектно-технологическая)» составлена в 2023 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм от «8» июня 2017 г. №516.

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

Программа практики одобрена:
на заседании кафедры маркетинга и логистики от «27» июня 2023г.,
протокол № 9

Зав. кафедрой  Умавов Ю.Д.

на заседании Методической комиссии факультета управления от
«28» июня 2023г., протокол № 9

Председатель  Гашимова Л.Г.

Программа практики согласована с учебно-методическим управлением «10»
июля 2023г.

И.о. Начальник УМУ  Саидов А.Г.

АНО Межрегиональный
Маркетинговый центр
«Дагестан-Москва»
Генеральный директор



Абдурашидова А.М.

Аннотация программы производственной практики

Производственная практика входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений бакалавриата по направлению подготовки **43.03.02 - Туризм**, профиль подготовки «Управление туристическим бизнесом» 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»;

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 – 13.

Объем производственной практики 6 зачетных единиц, 216 академических часов.

Промежуточный контроль в форме дифференцированного зачета.

1. Цели производственной практики

Целями производственной практики «Технологическая (проектно-технологическая)» по направлению подготовки **43.03.02 - Туризм**, профиль подготовки «Управление туристическим бизнесом»: 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:

- выявление и анализ потребностей заказчиков и подбора оптимального туристского продукта;
- проведение сравнительного анализа предложений туроператоров, разработки рекламных материалов и презентации турпродукта;
- взаимодействие с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники;
- оформление и расчета стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя;
- оказание визовой поддержки потребителю;
- оформление документации строгой отчетности;

2. Способ и форма проведения производственной практики

Тип производственной практики – технологическая (проектно-технологическая). Способом проведения производственной практики «Технологическая (проектно-технологическая)», входящей в Блок 2 «Практики» учебного плана основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки **43.03.02 - Туризм**, профиль подготовки «Управление туристическим бизнесом» является стационарная.

Производственная практика «Технологическая (проектно-технологическая)» 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 **43.03.02 - Туризм**, профиль подготовки «Управление туристическим бизнесом»

Производственная практика проводится в сторонних организациях: АНО Межрегиональный маркетинговый центр «Дагестан-Москва»; 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 из ОПОП	Код и наименование индикатора достижения компетенций выпускника	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Процедура освоения
ПК-1 Способен управлять внутрифирменными процессами в туристской организации, в том числе по формированию и использованию материально-технических и трудовых ресурсов	ПК-1.1 Осуществляет подбор персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности ПК-1.2 Осуществляет руководство трудовым коллективом, хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации.	Знает: особенности подбора персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности. Умеет: осуществлять руководство трудовым коллективом, хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации. Владеет: Методами управления внутрифирменными процессами в туристской организации, в том числе по формированию и использованию материально-технических и трудовых ресурсов	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания
ПК-2 Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности и организации туристской	ПК-2.1 Вырабатывает управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя ПК-2.2 Участвует в составлении сметы и формировании	Знает: технологию расчета затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского Умеет: составлять сметы и формировании стоимости туристских услуг в соответствии с требованиями потребителя	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания

<p>индустрии, туристского продукта в соответствии и с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения</p>	<p>стоимости туристских услуг</p> <p>ПК-2.3 Участвует в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг</p>	<p>и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения</p> <p>Владеет: разработкой текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, методами изучения обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста.</p>	
<p>ПК-3 Способен организовать процесс обслуживания потребителя на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителя и применение клиентоориентированных технологий</p>	<p>ПК-3.1 Организует процессы обслуживания потребителей на основе анализа рыночного спроса и потребностей туристов и других заказчиков услуг.</p> <p>ПК-3.2 Изучает требования туристов, анализ мотивации спроса на реализуемые туристские продукты.</p> <p>ПК-3.3 Выбирает и применяет клиентоориентированные технологии туристского обслуживания</p>	<p>Знает: процессы обслуживания потребителей на основе анализа рыночного спроса и потребностей туристов и других заказчиков услуг.</p> <p>Умеет: организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиентоориентированных технологий</p> <p>Владеет: клиентоориентированными технологиями туристского обслуживания</p>	<p>Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания</p>
			<p>Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания</p>
<p>ПК-4 Способен проектировать объекты туристской деятельности</p>	<p>ПК-4.1 Использует методы и технологии проектирования деятельности туристского предприятия</p> <p>ПК-4.2 Оценивает эффективность планирования по различным направлениям проекта</p>	<p>Знает: методы и технологии проектирования деятельности туристского предприятия.</p> <p>Умеет: оценивать эффективность планирования по различным направлениям проекта, рассчитывать качественные и</p>	<p>Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания</p>

	<p>ПК-4.3. Рассчитывает качественные и количественные показатели, характеризующие эффективность туристического проекта.</p> <p>ПК-4.4. Формирует идею проекта, организует проектную деятельность</p>	<p>количественные показатели, характеризующие эффективность туристического проекта.</p> <p>Владеет: проектированием объектов туристской деятельности</p>	
<p>ПК-5</p> <p>Способен разрабатывать бизнес-планы создания и развития существующих и новых предприятий (направлений деятельности, продуктов) и оценивать их эффективность</p>	<p>ПК-5.1 Осуществляет процесс проектирования и реализации проектов в туристской деятельности</p> <p>ПК-5.2 Использует методы бизнес-планирования</p> <p>ПК-5.3 Осуществляет предпроектный анализ, оценивает экономическую эффективность проекта</p>	<p>Знает: методы бизнес-планирования создания и развития существующих и новых предприятий (направлений деятельности, продуктов) и оценивать их эффективность</p> <p>Умеет; осуществлять процесс проектирования и реализации проектов в туристской деятельности</p> <p>Владеет: предпроектным анализом, оценивает экономическую эффективность туристического проекта</p>	<p>Защита отчета.</p> <p>Контроль выполнения</p> <p>индивидуального задания</p>
<p>ПК-6</p> <p>Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиенториентированных технологий</p>	<p>ПК-6.1 Организует процессы обслуживания потребителей на основе анализа рыночного спроса и потребностей туристов и других заказчиков услуг</p> <p>ПК-6.2 Изучает требования туристов, анализ мотивации спроса на реализуемые туристские продукты</p> <p>ПК-6.3 Выбирает и применяет клиентоориентированные технологии туристского обслуживания</p>	<p>Знает: требования туристов, анализ мотивации спроса на реализуемые туристские продукты;</p> <p>процессы обслуживания потребителей на основе анализа рыночного спроса и потребностей туристов и других заказчиков услуг</p> <p>Умеет: организовать процесс обслуживания потребителей на основе клиентоориентированных технологий туристского обслуживания</p> <p>Владеет: Технологией обслуживания клиентов, учетом запросов потребителей и применением клиенториентированных технологий</p>	<p>Защита отчета.</p> <p>Контроль выполнения</p> <p>индивидуального задания</p>

<p>ПК-7 Способен разработать систему управления рисками в рамках проекта</p>	<p>ПК-7.1. Осуществляет мониторинг рисков и мониторинг мероприятий по воздействию на риски ПК-7.2. - Разрабатывает карты рисков по бизнес-процессам и направлениям бизнеса ПК-7.3. - Классификация рисков компании</p>	<p>Знает: процесс управления рисками в компании с учетом отраслевых стандартов Умеет: Адаптировать элементы системы риск-менеджмента к условиям функционирования компании и к новым бизнес-процессам и направлениям Владеет: рекомендациями по построению структуры системы управления рисками и к программному обеспечению по управлению рисками</p>	<p>Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания</p>
<p>ПК-8 Способен находить, анализировать и обрабатывать научную информацию в сфере туризма</p>	<p>ПК-8.1 Проводит исследования туристско-рекреационного потенциала и ресурсов туристских регионов, территорий, зон и комплексов. ПК-8.2 Применяет современные технологии сбора, обработки и анализа информации в сфере туризма ПК-8.3 Использует методы анализа и прогнозирования развития явлений и процессов в сфере туризма</p>	<p>Знает: методы исследования туристско-рекреационного потенциала и ресурсов туристских регионов, территорий, зон и комплексов. Умеет: применять современные технологии сбора, обработки и анализа информации в сфере туризма Владеет: методами анализа и прогнозирования развития явлений и процессов в сфере туризма</p>	<p>Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания</p>
			<p>Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания</p>
<p>ПК-9 Способен работать с информацией при осуществлении маркетинговых исследований с использованием</p>	<p>ПК-91 Использует аналитические методы в процессе осмысления и обработки информации в профессиональной деятельности при проведении исследований туристских ресурсов и проектировании туристского продукта. ПК-92 Применяет современные методы</p>	<p>Знает: аналитические методы осмысления и обработки информации в профессиональной деятельности при проведении исследований туристских ресурсов и проектировании туристского продукта. Умеет: работать с информацией при осуществлении маркетинговых</p>	<p>Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания</p>

<p>современного программного обеспечения</p>	<p>информационных технологий для изучения влияния географических факторов на развитие туристско-рекреационной деятельности; ПК-9.3 Осуществляет эффективный поиск информации в глобальных информационных сетях, на порталах и стендах международных выставок</p>	<p>исследований с использованием современного программного обеспечения Владеет: современными методами информационных технологий для изучения влияния географических факторов на развитие туристско-рекреационной деятельности;</p>	
<p>ПК-10. – Способность анализировать рыночные и специфические риски при решении задач управления маркетингом в туризме</p>	<p>ПК- 10.1. Умеет анализировать информацию и составлять отчеты по оценке деятельности подразделений туристической компании. ПК- 10.2. Участвует во внедрении системы внутреннего электронного документооборота организации, формирования и ведения базы данных по различным показателям (выполнении плановых показателей) для подготовки различных справок и отчетов о деятельности туристической компании и ее подразделений. ПК- 10.3. умеет проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений в туризме</p>	<p>Знает: систему внутреннего электронного документооборота туристической организации, формирования и ведения базы данных по различным показателям Умеет: анализировать информацию и составлять отчеты по оценке деятельности подразделений туристической компании. Владеет: Владеет навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений в туризме</p>	<p>Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания</p>
<p>ПК- 11 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности,</p>	<p>ПК-11.1. Использует знания инструментария риск-менеджмента, маркетинга для выявления факторов риска внешней и внутренней среды туристической компании</p>	<p>Знает: анализ информации при принятии управленческих решений в рамках разработки и реализации проекта, маркетинговых планов в туризме</p>	<p>Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания</p>

<p>разрабатывать бизнес-планы, планы маркетинга для создания и развития новых направлений деятельности и для обеспечения конкурентоспособности туристического предприятия и получения прибыли</p>	<p>ПК-11.2. Проводит идентификацию рисков по функциям и направлениям туристической деятельности компании. ПК-11.3.- Использует механизмы выявления причин, условий возникновения рисков с использованием методов количественной и качественной оценки рисков. ПК-11.4. - Разрабатывает меры по снижению воздействия основных факторов риска на результаты эффективности проекта</p>	<p>Умеет: анализировать информацию и составлять отчеты в рамках разработки и реализации проекта, маркетинговых планов, анализировать информацию и составлять отчеты в рамках разработки и реализации проекта в туризме Владеет: навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений в туризме</p>	
<p>ПК-12 Способен осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных исследовательских задач для проведения маркетингового исследования в туризме с использованием инструментов комплекса маркетинга в туризме</p>	<p>ПК- 12.1. Выявляет и проводит оценку новых рыночных возможностей в ходе проведения маркетингового исследования, формулирует бизнес-идею и разрабатывает предложения по составлению бизнес-планов, маркетинговых планов ПК- 12.2. Участвует в разработке бизнес-планов в целях реализации стратегии компании, обеспечения эффективности производства и повышения качества услуг в туризме ПК- 12.3. Обеспечивает реализацию социальной ответственности туристического бизнеса через тесное взаимодействие в процессе предпринимательской деятельности со всеми заинтересованными сторонами. ПК-12.4. Проведение маркетингового</p>	<p>Знает: основы проведения маркетинговых исследований для выявления новых рыночных возможностей в туризме, формулирует бизнес-идею и разрабатывает предложения по составлению бизнес-планов, маркетинговых планов, рыночные методы хозяйствования в туризме, закономерности и особенности развития экономики, Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка туристических товаров и услуг, правила, нормы и основные принципы этики делового общения в туризме, Умеет: Систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации, Использовать методы прогнозирования сбыта продукции в туризме, проводить маркетинговые исследования, создавать отчеты по результатам маркетингового исследования в туризме для</p>	<p>Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания</p>

	<p>исследования в туризме с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>разработки, маркетинговых планов , бизнес планов по созданию и развитию новых направлений туристической деятельности для обеспечения конкурентоспособности производимых туристических услуги получения прибыли</p> <p>Владеет: методами планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации, обработки полученных данных с помощью методов математической статистики, подготовкой отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований, формированием предложений по совершенствованию товарной политики ценовой политики, систем сбыта и продаж, продвижения товаров (услуг) туристической организации</p>	
<p>ПК-13 Разработка и реализация маркетинговых программ в туризме с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>ПК-13.1. Разработка товарной политики туристического предприятия, тестирование и внедрение инновационных услуг, создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в туристической организации ПК - 13.2. Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в туристической организации ПК13.3. Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения</p>	<p>Знает: Понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих товарной , инновационной политики на туристическом предприятии предприятия, инновационных услуг, Методы изучения внутреннего и внешнего туристического рынка, его потенциала и тенденций развития , Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность в туризме. Инструменты маркетингового ценообразования , Законодательство Российской Федерации,</p>	<p>Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания</p>

	<p>(дистрибуции) в туризме</p> <p>ПК - 13.4. Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в туристической организации</p>	<p>стандарты, этические принципы, регулирующие цены и ценовую политику туристических организаций. Современные подходы к формированию сбытовой политики туристической организации</p> <p>Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности в туризме, стандарты и этические принципы, регулирующие сбытовую деятельность туристической организации, Современные методы маркетинговых коммуникаций на туристических предприятиях</p> <p>Умеет:</p> <p>Определять конкурентоспособный ассортимент услуг туристической организации</p> <p>Проводить тестирование инновационных туристических услуг, умеет разрабатывать политику конкурентных цен на туристические услуги, работать с информацией и базами данных по системе распределения, выполнять маркетинговые действия по выбору и созданию каналов распределения (дистрибуции), оценивать результативность каналов распределения (дистрибуции), управлять продажами туристических услуг, выбирать каналы коммуникаций для туристического предприятия и составлять коммуникационную программу по продукту или услуге, анализировать эффективность коммуникационной</p>	
--	---	---	--

		<p>политики на туристическом предприятии.</p> <p>Владеет: методами разработки конкурентоспособной товарной политики для туристического предприятия, разработкой мер по внедрению инновационных туристических услуг, методами маркетингового ценообразования в туризме , методами , Формирование средств и каналов распределения (дистрибуции) для взаимодействия с поставщиками, инвесторами и иными партнерами туристической организации разработкой комплексной системы распределения (дистрибуции) в туристической организации , методами разработки эффективной коммуникационной политики для туристического предприятия, разработкой и реализацией комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей туристических услуг</p>	
--	--	---	--

5. Место производственной практики в структуре образовательной программы.

Производственная практика входит в обязательную часть, формируемую участниками образовательных отношений бакалавриата по направлению **43.03.02 - Туризм**, профиль подготовки Управление туристическим бизнесом и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Производственной практике предшествует изучение дисциплин: «Информационные технологии в туризме», «Метрология, стандартизация и сертификация в туризме», «Финансовый менеджмент», «Управление продуктовой политики в туризме», «Технология продаж туристических услуг», «Логистика», предполагающий проведение лекционных и семинарских занятий.

В указанных дисциплинах рассматриваются теоретические основы организации туристической деятельности и предоставление туристических услуг. 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 «Технологическая (проектно-технологическая)» 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		70	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		70	Наблюдение; проверка раздела отчета (индивидуального задания). Пункт отчета по
	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				практике

	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).				
3.	Отчетный период. Подготовка отчета за весь период практики. Выработка по итогам прохождения практики выводов и предложений, оформление отчета по производственной практике. Подготовка презентации отчета по защите результатов производственной практики.	65		76	Наблюдение; проверка раздела отчета (индивидуального задания). Пункт отчета по практике
4.	Итого	216		216	-

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 «Технологическая (проектно-технологическая)» 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 «Технологическая (проектно-технологическая)» 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, ПК-13

Контролируемый этап практики/раздел практики	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
--	---	----------------------------------

1. Подготовительный этап Инструктаж по этап прохождения практики и оценки компетенций. Инструктаж прохождения практики обучающимся, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда Инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка Инструктаж по правилам внутреннего трудового распорядка	ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12., ПК-13	Собеседование с руководителем практики
2. Содержательный этап	ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12. ПК-13	Отчет о выполнении индивидуальных заданий
Нормативно-правовые документы регламентирующие деятельность организаций	ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12. ПК-13	
Сбор и обработка информации по одному из сайтов организации	ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12. ПК-13	
Контролируемый этап практики/раздел практики	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
Система информационного обеспечения деятельности организаций	ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12. ПК-13	
3. Результативно-аналитический этап	ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12. ПК-13	
Подготовка дневника практики.		

9.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций.

Описание шкал оценивания.

Основным этапом формирования вышеуказанных компетенций при прохождении учебной практики: ознакомительной практики является последовательное прохождение содержательно связанных между собой разделов практики. Изучение каждого раздела предполагает овладение обучающимися необходимыми элементами компетенций на уровне индикаторов достижения компетенций. Итоговая оценка, полученная с учетом оценивания компетенций на

различных этапах их формирования, показывает успешность освоения компетенций обучающимися.

При выставлении оценки учитывается качество представленных практикантом материалов.

Критерий оценивания	Шкала оценивания/показатель оценивания			
	«Зачтено (с оценкой «отлично»)»	«Зачтено (с оценкой «хорошо»)»	«Зачтено (с оценкой «удовлетворительно»)»	«Не зачтено (с оценкой «неудовлетворительно»)»
Оценивание выполнения программы практики	Обучающийся: – своевременно, качественно выполнил весь объем работы, требуемый программой практики; – показал глубокую теоретическую, методическую, профессионально-прикладную подготовку; – умело применил полученные знания во время прохождения практики; ответственно и с интересом относился к своей работе	Обучающийся: – демонстрирует достаточно полные знания всех профессионально-программ прикладных и методических вопросов в объеме практики; - полностью выполнил программу, с незначительными отклонениями от качественных параметров; проявил себя как ответственный исполнитель, заинтересованный в будущей профессиональной деятельности	Обучающийся: - выполнил программу практики, однако часть заданий вызвала затруднения; - не проявил глубоких знаний теории и умения применять ее на практике, допускал ошибки в планировании и решении задач; в процессе работы не проявил достаточной самостоятельности, инициативы и заинтересованности	Обучающийся: - владеет фрагментарными знаниями и не умеет применить их на практике, не способен самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий; не выполнил программу практики в полном объеме

Описание шкалы оценивания руководителем.

«Зачтено (с оценкой «отлично»)» – обучающийся своевременно выполнил весь объем работы, требуемый программой практики, показал глубокую теоретическую, методическую, профессионально-прикладную подготовку; умело применил полученные знания во время прохождения практики, показал владение традиционными и альтернативными методами, современными приемами в рамках своей профессиональной деятельности, точно использовал профессиональную терминологию; ответственно и с интересом относился к своей работе, грамотно, в соответствии с требованиями сделал анализ проведенной работы; индивидуальные занятия выполнил в полном объеме, результативность

практики представлена в количественной и качественной обработке, продуктах деятельности, обучающийся показал сформированность общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

«Зачтено (с оценкой «хорошо»)» – обучающийся демонстрирует достаточно полные знания всех профессионально-прикладных и методических вопросов в объеме программы практики; полностью выполнил программу, но допустил незначительные ошибки при выполнении задания, владеет инструментарием методики в рамках своей профессиональной подготовки, умением использовать его; грамотно использует профессиональную терминологию.

«Зачтено (с оценкой «удовлетворительно»)» – обучающийся выполнил программу практики, однако в процессе работы не проявил достаточной самостоятельности, инициативы и заинтересованности, допустил существенные ошибки при выполнении заданий практики, демонстрирует недостаточный объем знаний и низкий уровень их применения на практике; неосознанное владение инструментарием, низкий уровень владения методической терминологией; низкий уровень владения профессиональным стилем речи.

«Не зачтено (с оценкой «неудовлетворительно»)» – обучающийся владеет фрагментарными знаниями и не умеет применить их на практике, обучающийся невыполнил программу практики, не получил положительной характеристики, не проявил инициативу, не представил рабочие материалы, не проявил склонностей и желания к работе.

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. Туристско-рекреационные ресурсы, их характеристика.
2. Туристско-рекреационный потенциал. Оценка туристско-рекреационного потенциала.
3. Туристско-рекреационная сеть: объекты туризма и рекреации.
4. Эколого-рекреационное и социокультурное освоение территории.
5. Туристский продукт и туристская услуга.
6. Технология разработки туристских маршрутов и формирования тура;
7. Транспортные услуги в туризме.
8. Туризм как отрасль экономики.
9. Понятие индустрии туризма, ее основные функции. Составляющие индустрии туризма.
10. Эффект мультипликации в туризме.

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.