

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

Кафедра маркетинга и логистики

ПРОГРАММА

**Производственная практика, технологическая
(проектно-технологическая)**

Образовательная программа

38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) программы
Маркетинг

Уровень высшего образования
бакалавриат

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Статус практики: Практика. Обязательная часть

Махачкала, 2023 год

Программа практики «Производственная практика, технологическая (проектно-технологическая)» составлена в 2023 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент от «12» августа 2020 г. № 970

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



Программа практики «Производственная практика, технологическая (проектно-технологическая)» одобрена:

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

Зав. кафедрой _____ Умавов Ю.Д.
на заседании Методической комиссии факультета управления
от «28» июня 2023 г., протокол № 9

Председатель _____ Гашимова Л.Г.
(подпись)

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

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, 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 – 14.

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 из ОПОП	Код и наименование индикатора достижения компетенций выпускника	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Процедура освоения
<i>ПК-1.</i> Способен разрабатывать основные положения стратегии развития компании	ПК-1.1. – Использует знания в области теории и практики стратегического менеджмента. Использует показатели результативности компании на каждом этапе жизненного цикла проекта. ПК-1.2. - Поиск перспективных направлений, исходя из конкретных условий и потребностей рынка. ПК-1.3. – Владеет методами принятия стратегических решений в управлении проектами..	Знает: – Знает современные тенденции менеджмента и позиции российской управленческой мысли. Умеет: – Использовать показатели результативности компании на каждом этапе жизненного цикла проекта. Владеет: организационными изменениями в командах проекта	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания
<i>ПК-2.</i> Способен участвовать в управлении проектами, включая проекты внедрения инноваций, организационных изменений и реорганизации бизнес-процессов	ПК-2.1. – Использует проектные методы управления ПК-2.2. Анализирует бизнес-процессы с целью внедрения инноваций и проведение организационных изменений. ПК-2.3. – Способен подготовить производственный план в виде плановых значений ключевых показателей инвестиционного проекта ПК-2.4. – Владеет методами оценки эффективности инвестиционного проекта, в том числе по критериям их рыночной привлекательности, целями проекта и критериями	Знает: проектные методы управления Умеет: – управлять инвестиционным портфелем путем принятия инвестиционных решений. Владеет: методами оценки эффективности инвестиционного проекта, в том числе по критериям их рыночной привлекательности, целями проекта и критериями отбора продукции, полученными от заказчика, и управления инвестиционным портфелем	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания

	отбора продукции, полученными от заказчика, и управления инвестиционным портфелем ПК-2.5. – Способен управлять инвестиционным портфелем путем принятия инвестиционных решений.		
ПК-3 - Способен использовать нематериальные факторы воздействия при разработке инвестиционного проекта	ПК-3.1. – Имеет представление о нормах профессиональной этики ПК-3.2. – Владеет принципами корпоративного управления и корпоративной культуры	Знает: пропорции развития компании, исходя из конкретных условий и потребностей рынка Умеет: выявлять и использовать имеющиеся ресурсы для обеспечения конкурентоспособности производимой продукции, работ (услуг) и получения прибыли. Владеет: разработкой производственных программ и производственных процессов и обеспечивать их эффективную реализацию.	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания
			Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания
ПК-4 <i>Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов маркетинга</i>	ПК-4.1. Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации ПК-4.2. Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации ПК-4.3. Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации ПК-4.4. Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации	Знает: Понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов) Инструменты бренд-менеджмента Методы разработки, внедрения и совершенствования политики ценообразования в организации. Методы внедрения и совершенствования системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации Методы использования и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации Умеет: Определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации Проводить тестирование	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания

		<p>инновационных товаров (услуг, брендов) Создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок</p> <p>Разрабатывать и совершенствовать политику ценообразования, распределения, коммуникационную политику на предприятии.</p> <p>Владеет: Разработкой мер по внедрению инновационных товаров (услуг)</p> <p>Созданием нематериальных активов (брендов) в организации и управлением ими.</p> <p>Методами ценообразования.</p> <p>Методами построения современных систем сбыта.</p> <p>Методам разработки конкурентоспособной коммуникационной политики предприятия.</p>	
<p>ПК-5</p> <p>Оценивает устойчивость проекта к изменяющимся ключевым параметрам внешней и внутренней среды</p>	<p>ПК-5.1. – Анализирует ключевые параметры внешней и внутренней среды</p> <p>ПК-5.2. – Умеет разрабатывать сценарии реализации проекта в зависимости от различных условий внутренней и внешней среды и оценивать их эффективность</p>	<p>Знает: отечественный и зарубежный опыт по направлениям проекта</p> <p>Умеет: разрабатывать сценарии реализации проекта в зависимости от различных условий внутренней и внешней среды и оценивать их эффективность</p> <p>Владеет: проведением экспертизы проекта, в частности оцениванием соответствия проекта стратегическому развитию компании и социальные эффекты от его реализации.</p>	<p>Защита отчета.</p> <p>Контроль выполнения индивидуального задания</p>
<p>ПК-6</p> <p>Способен провести экспертизу маркетингового проекта</p>	<p>ПК-6.1. – Определяет содержательную часть маркетингового проекта таких как устав, перечень работ, реестр заинтересованных сторон, и требования к нему</p> <p>ПК-6.2. – Оценивает соответствие проекта стратегическому развитию компании.</p> <p>ПК-6.3. – Дает оценку социальных эффектов от реализации проектов, технологической реализуемости проекта</p>	<p>Знает: состав участников проекта, применяя современные методы</p> <p>Умеет: Определять направления развития команды проекта</p> <p>Владеет: методами управления персоналом при реализации маркетингового проекта</p>	<p>Защита отчета.</p> <p>Контроль выполнения 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 применять знания об основах профессионального развития персонала, процесс-сов обучения, управления карьерой и служебно-профессиональным продвижением персонала, текущей деловой оценки персонала, организации работы с кадровым резервом, видов, форм и методов обучения персонала в соответствии со стратегическими и тактическими планами компании</p>	<p>ПК-8.1. Владеет навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, ПК-8.2. Умеет проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры ПК-8.3. Занимается профессиональным развитием персонала, организацией процессов обучения, управления карьерой и служебно-профессиональным продвижением персонала, организацией работы с кадровым резервом ПК-8.4. Умеет разрабатывать и применять технологии текущей деловой оценки персонала и владение навыками проведения аттестации ПК-8.5. Предлагает меры по совершенствованию систем оплаты труда, материального и морального стимулирования работников</p>	<p>Знает: разрабатывать и применять технологии текущей деловой оценки персонала и владение навыками проведения аттестации Умеет: проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры Владеет: навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач</p>	<p>Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания</p>
			<p>Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального</p>

			задания
ПК-9 Способность анализировать рыночные и специфические риски при реализации проектов	ПК-9.1. Возможности инструментов риск-менеджмента для анализа рисков организации ПК-9.2. Использует знания инструментария риск-менеджмента для идентификации факторов риска внешней и внутренней среды компании ПК-9.3. Владеет инструментами оценки факторов риска в рамках реализации проекта. ПК-9.4. Разрабатывает меры по снижению воздействия основных факторов риска на результаты эффективности проекта	Знает: основы теории управления рисками в рамках реализации проекта Осуществляет мониторинг рисков и мониторинг мероприятий по воздействию на риски Умеет: Формировать систему рисков компании, их классификацию в рамках реализации проекта Владеет: Разработкой матрицы рисков по бизнес-процессам	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания
ПК-10. – Способен осуществлять анализ информации при принятии управленческих решений в рамках разработки и реализации проекта на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем	ПК- 10.1. Владеет навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений ПК- 10.2. Умеет анализировать информацию и составлять отчеты в рамках разработки и реализации проекта ПК- 10.3. Участвует во внедрении системы внутреннего электронного документооборота компании, формирования и ведения базы данных по различным показателям для подготовки различных справок и отчетов о проектной деятельности компании	Знает: современные методы обработки деловой информации и корпоративных информационных систем; систему внутреннего электронного документооборота организации, формирования и ведения базы данных по различным показателям Умеет: анализировать информацию при принятии управленческих решений и составлять отчеты по оценке деятельности (производственных) подразделений компании. Владеет: навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений; методами принятия управленческих решений на основе релевантной информации.	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания
ПК- 11 Владеет методами стратегического и маркетингового анализа, обеспечивающих конкурентоспособн	ПК-11.1. Подготавливает предложения по конкретным направлениям изучения рынка для определения перспектив развития компании, ПК- 11.2. - Осуществляет координацию проведения диагностики сильных и слабых сторон компании, направленных на	Знает: как проводить оценку новых рыночных возможностей, формулирует бизнесидею и разрабатывает предложения по составлению бизнеспланов. Умеет: оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности для обеспечения	Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания

<p>ость компаний как ре-зультат реализа-ции различных проектов</p>	<p>повышение эффективности ее производственно- хозяйственной деятельности ПК-11.3. – Проводит стратегический анализ макро- и микросреды компаний, владеет навыками оценки ее конкурентоспособности и формирования компетенций.</p>	<p>конкурентоспособнос ти производимой продукции, работ (услуг) и получения прибыли Владеет: разработкой бизнеспланов в целях реализации стратегии компаний, обеспечения эффективности производства и повышения качества выпускаемой продукции</p>	
<p>ПК-12 Управление маркетингово й де- ятельностью орга-низации</p>	<p>ПК-12.1Формирование маркетинговой стратегии организации ПК-12.2Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации</p>	<p>Знает: Методика проведения комплексного маркетингового исследования Особенности риск- менеджмента Инструменты бренд- менеджмента Принципы стратегического и оперативного планирования Методы и стратегии ценообразования Принципы логистики распределения и сбыта Методы управления проектами Умеет: Разрабатывать маркетинговую стратегию организации Прогнозировать результаты, планировать и создавать условия для результативной маркетинговой деятельности организации Выстраивать систему взаимодействия маркетинговой службы с другими подразделениями организации Реализовывать альтернативные маркетинговые стратегии в организации Владеет: Организация работы маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации, текущих бизнес- процессов и проектной деятельности организации Создание и развитие стратегической системы для выполнения маркетинговых функций в организации Создание и развитие операционной системы для выполнения маркетинговых функций в организации</p>	<p>Защита отчета. Контроль выполнения индивидуального задания</p>

		Руководство работой по системному развитию и оптимизации операционной и организационной структур маркетинговой службы организации.	
ПК-13 – Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности , разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и для обеспечения конкурентоспособности производимой продукции, работ (услуг) и получения прибыли	<p>ПК- 13.1. Выявляет и проводит оценку новых рыночных возможностей, формулирует бизнес-идею и разрабатывает предложения по составлению бизнес-планов</p> <p>ПК- 13.2. Участвует в разработке бизнес-планов в целях реализации стратегии компании, обеспечения эффективности производства и повышения качества выпускаемой продукции</p> <p>ПК- 13.3. Обеспечивает реализацию социальной ответственности бизнеса через тесное взаимодействие в процессе предпринимательской деятельности со всеми заинтересованными сторонами, включая местные власти, профсоюзные объединения, местные сообщества и т.д.</p>	<p>Знает: Готовить предложения по конкретным направлениям изучения рынка для определения перспектив развития компании,</p> <p>Умеет: Анализировать данные о факторах, ценах и тенденциях рынка в рамках реализации инвестиционного проекта</p> <p>Владеет: методами стратегического анализа, обеспечивающего конкурентоспособность компании как результат реализации различных проектов</p>	<p>Защита отчета.</p> <p>Контроль выполнения</p> <p>индивидуального задания</p>
ПК- 14 Способен осуществлять сбор, анализ и обработку данных в рамках маркетинговых исследований , необходимых для решения поставленных исследовательских задач	<p>ПК-14.1. – Умеет выбирать инструментальные средства для обработки информации в соответствии с поставленной научной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы.</p> <p>ПК-14.2. - Использует для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии</p>	<p>Знает: Обобщать и критически оценивать результаты маркетинговых исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями</p> <p>Умеет: выбирать инструментальные средства для обработки информации в соответствии с поставленной научной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы.</p> <p>Владеет: результатами проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада</p>	<p>Защита отчета.</p> <p>Контроль выполнения</p> <p>индивидуального задания</p>

5. Место производственной практики в структуре образовательной программы.

Производственная практика входит в обязательную 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.

Контролируемый этап практики/раздел практики	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
<p>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</p>	<p>ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12.</p>	<p>Собеседование с руководителем практики</p>
<p>2. Содержательный этап</p>	<p>ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12.</p>	<p>Отчет о выполнении индивидуальных заданий</p>
<p>Нормативно-правовые документы регламентирующие деятельность организаций</p>	<p>ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12.</p>	
<p>Сбор и обработка информации по одному из сайтов организации</p>	<p>ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12.</p>	
Контролируемый этап практики/раздел практики	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
<p>Система информационного обеспечения деятельности организаций</p>	<p>ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12.</p>	

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.	
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			
	ия	«Зачтено (с оценкой «отлично»)»	«Зачтено (с оценкой «хорошо»)»	«Зачтено (с оценкой «удовлетворительно»)»

Оценивание выполнения программ 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-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, товарообороту, 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.