

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»
(ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля»)

Институт управления и государственной службы
Кафедра маркетинга



УТВЕРЖДАЮ:

Директор института управления
и государственной службы
Р.Г. Харьковский

(подпись)
« 22 » апреля 2023 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Технологическая практика

По направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки «Маркетинг»

Луганск 2023

Лист согласования рабочей программы практики

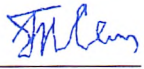
Рабочая программа технологической практики по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг» – 23 с.

Рабочая программа технологической практики разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент» (утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. № 970, с изменениями и дополнениями от 26.11.2020 г.).

СОСТАВИТЕЛЬ:

канд. экон. наук, доцент кафедры «Маркетинг» ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля» Антипова Ю.К.

Рабочая программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры маркетинга 11 апреля 2023 г., протокол № 14.

Заведующий кафедрой маркетинга  Максимова Т.С.

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии института управления и государственной службы 12 апреля 2023 г., протокол № 8.

Председатель учебно-методической
комиссии института



Резник А.А.

1. Цель производственной практики

Целью производственной практики (технологическая практика) (далее – производственная практика) является закрепление и углубление теоретических знаний по маркетингу, полученных студентами за время теоретического обучения на основе практического участия в деятельности организации; приобретение практических профессиональных навыков и компетенций, опыта самостоятельной профессиональной деятельности, применение знаний при решении конкретных задач в области маркетинговой деятельности.

2. Задачи производственной практики

Задачами производственной практики (технологическая практика) являются:

- анализ конъюнктуры рынка предприятия (организации);
- изучение сферы и основных направлений деятельности предприятия (организации), его организационно-правовой формы, структуры управления;
- основных показателей коммерческо-хозяйственной деятельности предприятия (организации);
- ознакомление с общими принципами организации и структурой управления на предприятии (организации);
- рассмотрение принципов организации службы маркетинга, распределение задач, прав и ответственности в системе управления маркетингом на предприятии (организации);
- характеристика осуществляемых маркетинговых функций;
- исследование факторов макромаркетинговой среды предприятия (организации);
- исследование элементов микромаркетинговой среды предприятия (организации);
- анализ бизнес-процессов функционального подразделения (подразделений) маркетинга предприятия;
- анализ ассортимента товаров (услуг), производимых (предоставляемых) предприятием (организацией);
- характеристика предприятия (организации) как логистической системы;
- приобретение профессиональных умений и навыков для принятия самостоятельных решений на примере конкретных ситуаций, возникающих на базе практики при выполнении ключевых маркетинговых функций;
- сбор, обработка и обобщение первичной информации и материалов, необходимых для написания отчета о практике;
- сбор информации, необходимой для подготовки отчета по практике, приобретение навыков по их обработке и анализу;
- подготовка обучающихся к последующему изучению дисциплин учебного плана, прохождению проектно-технологической практик и подготовке выпускной квалификационной работы.

3. Место производственной практики в структуре ООП ВО подготовки бакалавра

Производственная практика относится к базовой части блока «Практика» учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль «Маркетинг».

Производственная практика является обязательным видом учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку бакалавров.

Необходимыми условиями для прохождения практики являются: знание экономической теории, теории и практики маркетинга и менеджмента, умения анализировать информацию, сопоставлять данные, делать из полученных знаний выводы, владение навыками самостоятельной работы с научной литературой.

Производственная практика базируется на дисциплинах обязательной части и части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана.

Проведение практики осуществляется на основе освоения таких дисциплин, как: «Маркетинг», «Менеджмент», «Классики научного и практического маркетинга», «Деловые коммуникации», «Основы научных исследований в маркетинге», «Экономика организации», «Информационные системы и технологии в профессиональной деятельности», «Предпринимательство», «Логистика», «Маркетинг: современные концепции и технологии».

Производственная практика является необходимой для освоения профессиональных компетенций по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг», а также самостоятельного занятия научно-исследовательской работой студента и написания выпускной квалификационной работы.

4. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики, и планируемые результаты при прохождении практики

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Применяет основы системного подхода; последовательность и требования к осуществлению поисковой и аналитической деятельности для решения поставленных задач	Знать: принципы и методы системного подхода; последовательность и требования к осуществлению поисковой и аналитической деятельности для решения поставленных задач;

		уметь: применять основы системного подхода; грамотно, логично, аргументированно формировать собственные суждения и оценки; владеть: навыками к осуществлению поисковой и аналитической деятельности для решения поставленных задач;
	УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи	Знать: определение, свойства, основные требования, предъявляемые к научной информации; классификацию источников научной информации; принципы и методы поиска, анализа и синтеза информации; уметь: определять и ранжировать информацию, необходимую для решения поставленных задач; отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок; аргументировать свои выводы; владеть: навыками поиска, критического анализа, обобщения и систематизации необходимой информации; навыками формирования собственного мнения и суждения; навыками формирования решения поставленных задач.
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1 Выбирает стиль делового общения на государственном языке РФ и иностранном языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия.	Знать: стили делового общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; уметь: выбирать стили делового общения на русском языке в

	УК-4.3. Использует различные формы, виды устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	зависимости от цели и условий партнерства; осуществлять деловые коммуникации в устной и письменной формах на русском языке; адаптировать речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия в различных ситуациях профессиональной жизни; владеть: навыками применения письменной и устной речи в деловой коммуникации на русском языке.
ПК-1 Способен осуществлять подготовку и проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-1.1. Выявляет проблемы и формулирует цели маркетингового исследования; знает методы сбора, средства хранения и обработки информации, необходимой для проведения исследования; осуществляет подготовку процесса проведения маркетингового исследования, установления сроков и требований к проведению маркетингового исследования; ПК-1.2. Осуществляет планирование и организацию сбора, систематизации и обобщения первичной и вторичной маркетинговой информации; знает и применяет качественные и количественные методы проведения маркетингового исследования; осуществляет подготовку отчетов и разработку рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	знать: сущность, роль, функции, элементы маркетинговой информационной системы; виды и источники маркетинговой информации; методы проведения маркетинговых исследований; методы анализа маркетинговой информации; основные положения этического кодекса взаимоотношений заказчика и исследователя при проведении маркетинговых исследований; структуру, требования, алгоритм формирования и презентации отчета о результатах проведенных маркетинговых исследований; уметь: выявлять проблемы и формулировать цели маркетингового исследования; планировать, организовывать и проводить маркетинговые исследования; осуществлять поиск и отбор источников маркетинговой информации; обоснованно применять методы сбора и анализа маркетинговой

		информации; формировать банк данных в сфере маркетинговой деятельности предприятия; владеть: навыками самостоятельного поиска источников маркетинговой информации; навыками выбора способов и технических средств сбора маркетинговой информации; навыками расчета объема выборки; навыками применения методов анализа маркетинговой информации для решения конкретных исследовательских задач; навыками подготовки и презентации отчета о результатах проведенных маркетинговых исследований.
--	--	---

5. Вид, тип, способ, форма проведения практики.

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, *вид практики*: производственная практика.

Тип практики: ознакомительная.

Способ проведения практики: стационарная.

Форма проведения практики: дискретно (путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения данного вида практики).

6. Место и время проведения практики.

Прохождение производственной практики может быть организовано в организациях, осуществляющих деятельность по профилю ООП ВО Менеджмент профиль «Маркетинг» (далее – профильная организация), в т.ч. в структурном подразделении профильной организации, предназначенном для проведения практической подготовки, на основании договора, заключаемого между ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля» и профильной организацией.

7. Структура и содержание практики.

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент и учебным планом по направлению подготовки 38.03.02

Менеджмент профиль «Маркетинг» время проведения производственной практики предусмотрено во 6 семестре.

Продолжительность производственной практики – 4 недели, трудоемкость составляет 6,0 зачетных единиц, 216 часов.

Вид контроля по практике: зачет с оценкой.

Результаты прохождения практики отражаются в дневнике практики и отчете.

Технологическая практика является важным этапом практического формирования профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности обучающихся.

Структура и содержание производственной практики.

Подготовительный этап практики

Проведение инструктажа на месте прохождения практики.

Ознакомление с концепцией, целями и задачами производственной практики.

Ознакомление с графиком прохождения практики.

Разработка индивидуального плана производственной практики.

Изучение структуры и содержания отчета, предоставляемого по итогам прохождения практики

Изучение требований к оформлению предоставляемого отчета.

Основной этап практики.

Анализ конъюнктуры рынка предприятия (организации).

Характеристика профильной организации (история создания, цели и задачи организации; отрасль и виды деятельности; нормативно-правовая база; организационная структура, ассортимент продукции/услуг, каналы распределения).

Исследование факторов макромаркетинговой среды предприятия (организации).

Исследование элементов микромаркетинговой среды предприятия (организации).

Характеристика предприятия (организации) как логистической системы.

Сбор статистической информации.

Систематизация и анализ полученной информации.

Формирование выводов.

Заключительный этап практики.

Составление и оформление отчёта.

Подготовка отзыва руководителя практики от организации.

Предоставление отчета по практике руководителю от кафедры на проверку.

Защита отчета по практике.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Объем часов		Формы текущего контроля
		Очная форма	Очно- заочная форма	
1	Подготовительный этап	32	32	Дневник, отчет по практике
2	Основной этап	160	160	Дневник, отчет по практике
3	Заключительный этап	24	24	Защита отчета по практике
Итого		216	216	Зачет с оценкой

8. Формы отчетности по производственной практике

Формой аттестации по итогам производственной практики является составление и защита отчета, зачет.

Отчетность по итогам прохождения производственной практики включает в себя:

- дневник прохождения практики;
- отчет о прохождении практики.

Дневник практики содержит календарный план прохождения практики и является документом установленного образца (Приложение А).

По окончании практики дневник прикрепляется к отчёту по практике.

Структура отчета по производственной практике включает:

1. Титульный лист.
2. Содержание.
3. Введение.
4. Результаты выполнения исследовательской работы.
5. Выводы.
6. Список использованных источников.
7. Приложения.

Титульный лист отчета выполняется в соответствии с Положением о практической подготовке обучающихся ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля» (Приложение Б).

Содержание составляется по разделам и подразделам к отчету об учебной практике.

Во *введении* кратко излагаются цели и задачи учебной практики бакалавров на кафедре.

В *основной части* отчета должна содержаться информация о результатах научного исследования.

Заключение содержит краткие результаты проведенных, в период прохождения учебной практики, маркетинговых исследований и сделанных на их основании выводов.

Список использованных источников включает:

- законы, нормативно-правовые акты, методики и инструкции;
- учебную, научную, справочную литературу;

- Интернет-ресурсы.

В *приложение* включают дополнительные (вспомогательные) материалы, не внесенные в объем основной части по ряду причин – нестандартный формат, большой объем вычислений (таблиц, графиков, схем) и т.д. Приложение как документ разъясняет и детализирует отдельные элементы отчета, к нему обращаются, чтобы проверить корректность и актуальность данных в тексте.

Отчет должен оформляться в соответствии с требованиями ГОСТа. Текст отчета должен быть набран на компьютере и напечатан на одной стороне листа белой бумаги размера А4 через полтора межстрочных интервала, размер шрифта 14 (TimesNewRoman).

Текст печатается на одной стороне листа с полями: сверху – 20 мм, снизу – 20 мм, слева – 30 мм, справа – 15 мм. Абзацы в тексте следует начинать с отступа, равного 1,25 см.

Объем отчета по практике должен составлять не менее 35 страниц (без списка литературы и приложений).

Аттестация по итогам производственной практики проводится на основании оформленного в соответствии с установленными требованиями письменного отчета студента и отзыва руководителя практики от предприятия. По итогам аттестации выставляется зачет с оценкой.

Защита отчета по практике происходит перед специальной комиссией во главе с заведующим кафедрой «Маркетинг». К отчету по практической подготовке прилагается отзыв-характеристика руководителя от профильной организации (Приложение В).

На защите отчёта по производственной практике проверяется результат прохождения практики – степень освоения заданных компетенций – степень закрепления полученных знаний, приобретения практических навыков и формирования дополнительной мотивации в получении новых знаний при последующей учебе и самостоятельной работе.

9. Образовательные технологии.

В процессе освоения производственной практики используются следующие образовательные технологии:

традиционные объяснительно-иллюстративные технологии, которые обеспечивают доступность учебного материала для большинства студентов, системность, отработанность организационных форм и привычных методов, относительно малые затраты времени;

технологии проблемного обучения, направленные на развитие познавательной активности, творческой самостоятельности студентов и предполагающие последовательное и целенаправленное выдвижение перед студентом познавательных задач, разрешение которых позволяет студентам активно усваивать знания (используются поисковые методы; постановка познавательных задач);

технологии развивающего обучения, позволяющие ориентировать учебный процесс на потенциальные возможности студентов, их реализацию и развитие;

технологии концентрированного обучения, суть которых состоит в создании максимально близкой к естественным психологическим особенностям человеческого восприятия структуры учебного процесса и которые дают возможность глубокого и системного изучения содержания учебных дисциплин за счет объединения занятий в тематические блоки;

технологии модульного обучения, дающие возможность обеспечения гибкости процесса обучения, адаптации его к индивидуальным потребностям и особенностям обучающихся (применяются, как правило, при самостоятельном обучении студентов по индивидуальному учебному плану);

технологии дифференцированного обучения, обеспечивающие возможность создания оптимальных условий для развития интересов и способностей студентов, в том числе и студентов с особыми образовательными потребностями, что позволяет реализовать в культурно-образовательном пространстве университета идею создания равных возможностей для получения образования

технологии активного (контекстного) обучения, с помощью которых осуществляется моделирование предметного, проблемного и социального содержания будущей профессиональной деятельности студентов (используются активные и интерактивные методы обучения) и т.д.

Максимальная эффективность педагогического процесса достигается путем конструирования оптимального комплекса педагогических технологий и (или) их элементов на личностно-ориентированной, деятельностной, диалогической основе и использования необходимых современных средств обучения.

10. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики:

а) основная литература:

1. Бережнова, Е.В. Основы учебно-исследовательской деятельности студентов: учеб. для сред. проф. образ. / Е.В. Бережнова, В.В. Краевский. – М.: Академия, 2010. – 124 с.

2. Алексунин В.А., Маркетинг: Учебник / В.А. Алексунин. – 6-е изд. – М.: Дашков и К, 2016. – 216 с. – ISBN 978-5-394-02296-8 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394022968.html>. – Режим доступа: по подписке.

3. Аливанова С.В., Маркетинг. Основы маркетинга: учебное пособие / С.В. Аливанова, В.В. Куренная, О.А. Чередниченко, Ю.В. Рыбасова – Ставрополь: АГРУС Ставропольского гос. аграрного ун-та, 2015. – 100 с. – ISBN – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL:

http://www.studentlibrary.ru/book/stavgau_0012.html. – Режим доступа: по подписке.

4. Игрунова О.М. Маркетинговые исследования: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения / О.М. Игрунова, Е.В. Манакова, Я.Г. Прима. – Санкт-Петербург: Питер, 2017. – 224 с. – ISBN 978-5-4461-0488-8. – URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/355465/reading>. – Текст: электронный.

5. Сафронова Н.Б. Маркетинговые исследования: Учебное пособие. – 2-е изд., стер. / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. – Москва: Дашков и К, 2019. – 294 с. – ISBN 978-5-394-03074-1. – URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/378598/reading>. – Текст: электронный.

6. Новиков, Ю.Н. Подготовка и защита бакалаврской работы, магистерской диссертации, дипломного проекта: учебное пособие / Ю. Н. Новиков. – СПб.: Лань, 2021. – 32 с.

7. Основы учебно-исследовательской деятельности студентов: учебник для студ. сред. учеб. заведений / Е. В. Бережнова, В. В. Краевский. – М.: Академия, 2007. – 128 с.

б) дополнительная литература:

1. Кузнецов, И.Н. Научное исследование: методика проведения и оформление / И.Н. Кузнецов. – М.: Дашков и Ко, 2007. – 457 с.

2. Сибилева, Л.В. Первый опыт исследований: учеб.-методич. пособие / Л.В. Сибилева, Б.А. Артеменко. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. пед. ун-та, 2015. – 47 с.

3. Кузнецов, И.Н. Рефераты, курсовые и дипломные работы: методика подготовки и оформление: учеб.-метод. пособие / И. Н. Кузнецов. – М.: Дашков и Ко, 2009. – 339 с.

4. Учебно-методическое обеспечение научно-исследовательской работы студентов и магистрантов: учеб.-метод. пособие / М.Л. Хасанова, Е.Н. Смирнов, В.А. Белевитин, Е.А. Коняева. – Челябинск: Библиотека А. Миллера, 2019. – 98 с.

5. Кузнецова И.В., Напалков С.В., Смирнов Е.И., Тихомиров С.А. Введение в проектную деятельность. Синергетический подход Учебное пособие. – М.: Вузовское образование, 2020.

6. Окушова Г.А. Методика подготовки квалификационной работы: учебно-методический комплекс Г.А. Окушова; Том. гос. ун-т, [Ин-т дистанционного образования]. – Томск: [ИДО ТГУ], 2012.

в) методические указания:

1. Богучарская И.И. Методические указания к самостоятельному изучению дисциплины «Основы научных исследований в маркетинге» для студентов направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг». – Луганск: ЛНУ им. В. Даля, 2022. – 20.

2. Герцик В.А. Методические указания к выполнению выпускной квалификационной работы для студентов направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг». – Луганск: ЛНУ им. В. Даля, 2022. – 25 с.

в) Интернет-ресурсы:

1. Научная электронная библиотека Elibrary – Режим доступа: URL: <http://elibrary.ru/>
2. Справочная правовая система «Консультант Плюс» – Режим доступа: URL: <https://www.consultant.ru/sys/>
3. Научная библиотека имени А.Н. Коняева – Режим доступа: URL: <http://biblio.dahluniver.ru/>

11. Материально-техническое и программное обеспечение практики

Обеспечение прохождения учебной практики предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Браузер	Firefox Mozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	Mozilla Thunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	Far Manager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

**Паспорт
оценочных средств по практике
(технологическая практика)**

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения производственной практики.

№ п/п	Код компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Темы учебной дисциплины, практики	Этапы формирования (семестр изучения)
1	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Применяет основы системного подхода; последовательность и требования к осуществлению поисковой и аналитической деятельности для решения поставленных задач УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи	Подготовительный этап практики	6
				Основной этап практики	6
				Заключительный этап практики	6
2	УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1 Выбирает стиль делового общения на государственном языке РФ и иностранном языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия УК-4.3. Использует различные формы, виды устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	Подготовительный этап практики	6
				Основной этап практики	6
				Заключительный этап практики	6
3	ПК-1	Способен осуществлять подготовку и проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-1.1. Выявляет проблемы и формулирует цели маркетингового исследования; знает методы сбора, средства хранения и обработки информации, необходимой для проведения исследования; осуществляет подготовку процесса проведения маркетингового исследования, установления сроков и требований к проведению маркетингового исследования; ПК-1.2. Осуществляет	Подготовительный этап практики	6
				Основной этап практики	6
				Заключительный этап практики	6

			планирование и организацию сбора, систематизации и обобщения первичной и вторичной маркетинговой информации; знает и применяет качественные и количественные методы проведения маркетингового исследования; осуществляет подготовку отчетов и разработку рекомендаций по результатам маркетинговых исследований		
--	--	--	---	--	--

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ п/п	Код компетенции	Индикаторы достижений компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Применяет основы системного подхода; последовательность и требования к осуществлению поисковой и аналитической деятельности для решения поставленных задач УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для поставленной задачи	Знать: принципы и методы системного подхода; последовательность и требования к осуществлению поисковой и аналитической деятельности для решения поставленных задач; определение, свойства, основные требования, предъявляемые к научной информации; классификацию источников научной информации; принципы и методы поиска, анализа и синтеза информации; уметь: применять основы системного подхода; грамотно, логично, аргументированно формировать собственные суждения и оценки; определять и ранжировать информацию, необходимую для решения поставленных задач; отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок; аргументировать свои выводы;	Подготовительный этап практики Основной этап практики Заключительный этап практики	Дневник, отчет по практике, защита отчета по практике

			владеть: навыками к осуществлению поисковой и аналитической деятельности для решения поставленных задач; навыками поиска, критического анализа, обобщения и систематизации необходимой информации; навыками формирования собственного мнения и суждения; навыками формирования решения поставленных задач.	Подготовительный этап практики Основной этап практики Заключительный этап практики	Дневник, отчет по практике, защита отчета по практике
2	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1 Выбирает стиль делового общения на государственном языке РФ и иностранном языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия УК-4.3. Использует различные формы, виды устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	Знать: стили делового общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; уметь: выбирать стили делового общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; осуществлять деловые коммуникации в устной и письменной формах на русском языке; адаптировать речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия в различных ситуациях профессиональной жизни; владеть: навыками применения письменной и устной речи в деловой коммуникации на русском языке.	Подготовительный этап практики Основной этап практики Заключительный этап практики	Дневник, отчет по практике, защита отчета по практике

3	ПК-1 Способен осуществлять подготовку и проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-1.1. Выявляет проблемы и формулирует цели маркетингового исследования; знает методы сбора, средства хранения и обработки информации, необходимой для проведения исследования; осуществляет подготовку процесса проведения маркетингового исследования, установления сроков и требований к проведению маркетингового исследования; ПК-1.2. Осуществляет планирование и организацию сбора, систематизации и обобщения первичной и вторичной маркетинговой информации; знает и применяет качественные и количественные методы проведения маркетингового исследования; осуществляет подготовку отчетов и разработку рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	знать: сущность, роль, функции, элементы маркетинговой информационной системы; виды и источники маркетинговой информации; методы проведения маркетинговых исследований; методы анализа маркетинговой информации; основные положения этического кодекса взаимоотношений заказчика и исследователя при проведении маркетинговых исследований; структуру, требования, алгоритм формирования и презентации отчета о результатах проведенных маркетинговых исследований; уметь: выявлять проблемы и формулировать цели маркетингового исследования; планировать, организовывать и проводить маркетинговые исследования; осуществлять поиск и отбор источников маркетинговой информации; обоснованно применять методы сбора и анализа маркетинговой информации; формировать банк данных в сфере маркетинговой деятельности предприятия; владеть: навыками самостоятельного поиска источников маркетинговой информации; навыками выбора способов и технических средств сбора маркетинговой информации; навыками расчета объема выборки; навыками применения методов анализа	Подготовительный этап практики Основной этап практики Заключительный этап практики	Дневник, отчет по практике, защита отчета по практике
---	---	---	--	---	--

			маркетинговой информации для решения конкретных исследовательских задач; навыками подготовки и презентации отчета о результатах проведенных маркетинговых исследований.		
--	--	--	---	--	--

Оценочные средства по производственной практике

Оценка знаний, умений, навыков, характеризующая этапы формирования компетенций по результатам производственной практики проводится в форме текущего контроля и аттестации.

К контролю текущей успеваемости относятся проверка знаний, умений и навыков обучающихся при собеседовании и проверке предварительного отчета.

Аттестация по итогам производственной практики проводится на основании оформленного в соответствии с установленными требованиями письменного отчета студента и отзыва руководителя практики от профильной организации.

После прохождения практики в течение пяти рабочих дней обучающийся предоставляет отчет по практической подготовке.

Защита отчета по производственной практике проходит в форме устной презентации итогов практики перед специальной комиссией в составе 2-3 преподавателей во главе с заведующим кафедрой «Маркетинг».

Защита отчета предполагает выявление степени закрепления полученных знаний, умений, приобретения практических навыков, уровня формирования соответствующих компетенций на основе установленных индикаторов.

По результатам защиты и с учетом содержания отчета, оценки руководителя от профильной организации выставляется оценка, которая заносится в зачетную ведомость и в зачетную книжку обучающегося.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству зачет с оценкой

Шкала оценивания	Характеристика знания предмета и ответов
отлично (5)	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.

	Предоставил правильно оформленный отчет по практике. Получил положительный отзыв руководителя от профильной организации. Успешно защитил отчет по практике.
хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач. Предоставил правильно оформленный отчет по практике. Получил положительный отзыв руководителя от профильной организации. Успешно защитил отчет по практике.
удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах. Предоставил правильно оформленный отчет по практике. Получил положительный отзыв руководителя от профильной организации. Успешно защитил отчет по практике.
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы. Не предоставил отчет по практике. Не оформил отчет в соответствии с установленными требованиями. Получил отрицательный отзыв руководителя практики от профильной организации. Не смог защитить отчет по практике.

Приложение А

ДНЕВНИК прохождения практической подготовки

Обучающегося(ейся) _____
(фамилия, имя, отчество)

_____ курса _____ группы _____

Направление подготовки (специальность): 38.03.02 Менеджмент
(шифр и наименование направления подготовки (специальности))

Профиль: Маркетинг

В данном разделе ежедневно, кратко и четко записываются выполняемые работы. В конце каждой недели журнал представляется для проверки руководителю практической подготовки от профильной организации. При выполнении одной и той же работы несколько дней в графе «дата» сделать запись «с ____ по ____».

Дата	Место работы	Выполняемые работы	Отметка о выполнении

Руководитель
практической подготовки
от профильной организации

(подпись)

(ФИО)

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Луганский государственный университет имени Владимира Даля»
(ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля»)

Институт управления и государственной службы
Кафедра маркетинга

Направление подготовки (специальность): 38.03.02 Менеджмент
(шифр и наименование направления подготовки)

Профиль: Маркетинг

ОТЧЕТ
по производственной практике
(технологическая практика)

на _____
(название профильной организации)

Сроки практической подготовки с «___» _____ 20__ г.
по «___» _____ 20__ г.

обучающегося(ейся) группы _____
(№ группы)

(ФИО обучающегося)

Руководитель от профильной организации

(название профильной организации)

должность, фамилия, инициалы

(подпись и печать)

Руководитель от университета:

(должность, фамилия, инициалы)

(подпись)

Дата защиты «___» _____ 20__ г.

Оценка _____

Луганск-20__

ОТЗЫВ-ХАРАКТЕРИСТИКА

Обучающийся(аяся) _____
(фамилия, имя, отчество)

_____ курса _____ группы _____
Направление подготовки (специальность) 38.03.02 Менеджмент
(шифр и наименование направления подготовки (специальности))

Профиль: Маркетинг

Вид практики в рамках практической подготовки _____

Наименование места практической подготовки

(наименование профильной организации, структурного подразделения)

Обучающийся выполнил задания рабочей программы практической
подготовки

Дополнительно ознакомился/изучил

Заслуживает оценки _____

Руководитель практической
подготовки от профильной
организации

(Подпись)

(ФИО)

« ____ » _____ 20 ____ г

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобренны изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)