

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»

Институт управления и государственной службы
Кафедра маркетинга

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института управления и
государственной службы
Р.Г. Харьковский
(подпись)
« 25 » _____ 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
(НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА)

По направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент
Магистерская программа: «Маркетинг»

Лист согласования рабочей программы учебной практики (научно-исследовательская работа)

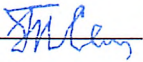
Рабочая программа учебной практики (научно-исследовательская работа) по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг» - 21 с.

Рабочая программа учебной практики (научно-исследовательская работа) разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. № 952).

СОСТАВИТЕЛИ:

канд. экон. наук, доцент кафедры «Маркетинг» ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля»
Богучарская И.И.

Рабочая программа учебной практики (научно-исследовательская работа) утверждена на заседании кафедры маркетинга 11 апреля 2023 г., протокол № 14.

Заведующий кафедрой маркетинга  Максимова Т.С.

Переутверждена: «___» _____ 20___ г., протокол № ___

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 учебной практики (научно-исследовательская работа)

Целью учебной практики (научно-исследовательская работа) является повышение качества подготовки магистрантов через освоение методов, приемов и навыков выполнения научно-исследовательской работы, сбор, анализ, обобщение научного материала, разработка научных идей и научных предложений для подготовки магистерской диссертации.

2. Задачи учебной практики (научно-исследовательская работа)

Задачами учебной практики (научно-исследовательская работа) являются:

- формирование у студентов навыков научно-исследовательской работы в профессиональной области и на их основе углубленное и творческое освоение учебного материала;

- освоение методологии и методов научной деятельности, формирование системы профессиональных знаний о специфике научного знания и научных методах познания;

- освоение методологии организации и проведения научно-исследовательской работы;

- формирование навыков сбора и анализа научных источников, обобщения и критической оценки результатов научно-теоретических исследований;

- систематизация и углубление теоретических и практических знаний по профилю подготовки, формирование умения их применения при решении конкретных задач в соответствии с исследуемой темой;

- совершенствование приемов самостоятельной работы (глубокое изучение литературы по разрабатываемой проблеме, раскрытие используемой системы категорий, анализ состояния по исследуемой проблеме, оценка ее решения в современных условиях);

- развитие умений формировать осуществлять верификацию и структуризацию информации, осуществлять научно-исследовательскую и инновационную деятельность;

- формирование навыков оформления и представления результатов научно-исследовательской работы в устной и письменной формах;

3. Место учебной практики (научно-исследовательская работа) в структуре ООП ВО подготовки магистра

Учебная практика (научно-исследовательская работа) относится к базовой части блока «Практика» учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент магистерская программа «Маркетинг».

Учебная практика является обязательным видом учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку магистров.

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.

Учебная практика (НИР) базируется на дисциплинах обязательной части и части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана.

Проведение практики осуществляется на основе освоения таких дисциплин, как: «Методология и методы научных исследований», «Современный стратегический анализ», «Современные методы управления», «Сегментирование рынка и позиционирование товара», «Логистический менеджмент», «Инновационный маркетинг».

Учебная практика (НИР) является необходимой для освоения профессиональных компетенций по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг», а также самостоятельного занятия научно-исследовательской работой студента и написания магистерской диссертации.

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 критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1. Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для выработки стратегии действий по разрешению проблемной ситуации; УК-1.2. Рассматривает различные варианты решения проблемной ситуации на основе системного подхода, оценивает их преимущества и риски.	знать: основы системного подхода; последовательность и требования к осуществлению поисковой и аналитической деятельности для решения поставленной задачи и проблемной ситуации; уметь: определять и ранжировать информацию, требуемую для решения поставленной задачи и проблемной ситуации; отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок; аргументировать свои выводы, в том числе с применением философского понятийного аппарата;

		владеть: навыками поиска, критического анализа, обобщения и систематизации необходимой информации; навыками формирования собственного мнения и суждения; навыками формирования решения поставленной проблемы.
ПК-9. Способен обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями, выявлять перспективные направления, составлять программу исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	ПК-9.1. Демонстрирует знания теоретических основ, принципов и методов научных исследований; знает классификацию методов исследования и условия их применения в научной деятельности, основы применения программно-целевого подхода в процессе принятия управленческих решений; проводит исследования с применением современных техник и методик сбора данных, применяет методы их обработки и анализа, использует интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении исследовательских задач; организует работу по подготовке и представлению результатов проведенного исследования в виде деловых и научных презентаций.	знать: теоретические основы, принципы и методы научных исследований; классификацию методов исследования и условия их применения в научной деятельности; основы применения программно-целевого подхода в процессе принятия управленческих решений; уметь: проводить исследования с применением современных техник и методик сбора данных; применять методы обработки и анализа данных; использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении исследовательских задач; владеть: навыками организации работы по подготовке и представлению результатов проведенного исследования в виде деловых и научных презентаций.

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

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, *вид практики:* учебная практика.

Тип практики: научно-исследовательская работа.

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 учебной практики (научно-исследовательская работа).

Прохождение учебной практики может быть организовано:

- в организациях, осуществляющих деятельность по профилю ООП ВО Менеджмент магистерская программа «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;

- непосредственно в ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля», в т.ч. в структурных подразделениях, выполняющих определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью и направленные на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю образовательной программы.

7. Структура и содержание практики.

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент и учебным планом по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент магистерская программа «Маркетинг» время проведения учебной практики (НИР) предусмотрено во 2 семестре.

В процессе учебной практики студенты более глубоко, комплексно, проблемно-ориентировано подбирают и изучают разнообразные источники в соответствии с исследуемыми вопросами.

Исследование широкого круга источников прививает студентам навыки научного сравнительного анализа и реферирования, что должно найти отражение в отчете по практике.

Продолжительность учебной практики (научно-исследовательская работа) – 8 недель, трудоемкость составляет 12,0 зачетных единиц, 432 часа.

Вид контроля по практике: зачет с оценкой.

Результаты прохождения практики отражаются в дневнике практики и отчете.

Содержание учебной практики (научно-исследовательская работа)

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу обучающихся	Формы текущего контроля
1	Подготовительный этап	Проведение инструктажа на месте прохождения практики	Дневник, отчет

		Ознакомление с тематикой научно-исследовательских работ в сфере маркетинга. Выбор темы исследования.	по практике
		Обоснование актуальности, теоретической и практической значимости выбранной темы научного исследования.	
		Определение гипотез, целей и задач научно-исследовательского проекта.	
		Разработка индивидуального плана научно-исследовательской практики.	
2	Основной этап	Проведение теоретических и эмпирических исследований, в т.ч. сбор социально-экономической и статистической информации	Дневник, отчет по практике
3	Обработка и анализ полученной информации	Описание объекта и предмета исследования. Обработка и анализ полученной информации.	Отчет по практике
4	Заключительный этап	Подготовка отчета по практике. Защита отчета.	Защита отчета по практике/ Зачет

8. Формы отчетности по учебной практике (научно-исследовательская работа)

Формой аттестации по итогам учебной практики является составление и защита отчета.

Структура отчета по практике имеет следующий вид:

- титульный лист;
- дневник практики;
- содержание;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Титульный лист отчета и дневник практики выполняются в соответствии с Положением о практической подготовке обучающихся ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля» (Приложения А и Б).

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

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

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

Заключение содержит краткие результаты проведенных, в период прохождения учебной практики, маркетинговых исследованиях 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 НИР должен составлять не менее 35 страниц (без списка литературы и приложений).

Аттестация по итогам учебной 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 НИР происходит перед специальной комиссией кафедры «Маркетинг». К отчету по практической подготовке прилагается отзыв-характеристика руководителя от профильной организации (Приложение В).

На защите отчёта по учебной 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 учебной практики (научно-исследовательская работа) 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. 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.

2. 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.

3. Байбардина Т.Н., Торговая реклама непродовольственных товаров: учеб. пособие / Т.Н. Байбардина, О.А. Бурцева, Т.Л. Процко – Минск: Выш. шк., 2016. – 207 с. – ISBN 978-985-06-2653-0 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9789850626530.html>. – Режим доступа: по подписке.

4. Васюхин О.В. Основы ценообразования [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов экономических и управленческих направлений подготовки / О.В. Васюхин. – СПб.: СПбГУ ИТМО, 2010. – 110 с.

5. Горнштейн М.Ю., Современный маркетинг / Горнштейн М.Ю. – М.: Дашков и К, 2017. – 404 с. – ISBN 978-5-394-02909-7 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394029097.html>. – Режим доступа: по подписке.

6. Демина И.Д., Бенчмаркинг как инструмент оценки эффективности системы внутреннего контроля / Демина И.Д. – М.: Проспект, 2016. – 128 с. – ISBN 978-5-392-21563-8 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392215638.html>. – Режим доступа: по подписке.

7. Дробо К., Секреты сильного бренда: Как добиться коммерческой уникальности / Кевин Дробо; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 276 с. – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/5-9614-0109-X.html>. – Режим доступа: по подписке.

8. Дубровин И.А., Поведение потребителей: Учебное пособие / Дубровин И.А. – М.: Дашков и К, 2018. – 312 с. – ISBN 978-5-394-01475-8 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394014758.html>. – Режим доступа: по подписке.

9. Загорская Л.М., Маркетинг услуг: учебное пособие / Загорская Л.М. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2017. – 130 с. – ISBN 978-5-7782-3207-5 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778232075.html>. – Режим доступа: по подписке.

10. Котлер Ф., Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Филип Котлер; Пер. с англ. – 7-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 211 с. – ISBN 978-5-9614-5016-3 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961450163.html>. – Режим доступа: по подписке.

11. Латышова Л.С., Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы: Учебное пособие / Латышова Л.С. – М.: Дашков и К, 2019. – 142 с. – ISBN 978-5-394-03354-4 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394033544.html>. – Режим доступа: по подписке.

12. Магомедов М.Д., Ценообразование: Учебник для бакалавров / Магомедов М. Д. – М.: Дашков и К, 2017. – 248 с. – ISBN 978-5-394-02663-8 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394026638.html>. – Режим доступа: по подписке.

13. Ноздрева Р.Б., Маркетинг: Учебник / Ноздрева Р.Б. – М.: Аспект Пресс, 2016. – 448 с. – ISBN 978-5-7567-0829-5 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708295.html>. – Режим доступа: по подписке.

14. Сайкин Е.А., Основы брендинга: учеб. пособие / Сайкин Е.А. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2016. – 55 с. – ISBN 978-5-7782-2906-8 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778229068.html>. – Режим доступа: по подписке.

15. Чумиков А.Н., Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочаров М.П., Самойленко С.А. – М.: Дело, 2016. – 520 с. – ISBN 978-5-7749-1135-6 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785774911356.html>. – Режим доступа: по подписке.

б) дополнительная литература:

1. Алешина О.Г., Маркетинг: учеб. пособие / Алешина О.Г., Веремеенко О.С., Суслова Ю.Ю. - Красноярск: СФУ, 2017. – 214 с. – ISBN 978-5-7638-3588-5 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785763835885.html>. – Режим доступа: по подписке.

2. Антонова Н.В., Восприятие брендов и стратегии потребительского поведения / Н.В. Антонова, О.И. Патоша – М.: ИД Высшей школы экономики, 2018. – 211 с. – ISBN 978-5-7598-1676-8 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785759816768.html>. – Режим доступа: по подписке.

3. Беквит Г. Четыре ключа к маркетингу услуг / Беквит Г. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 252 с. – ISBN 978-5-9614-5758-2 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961457582.html>. – Режим доступа: по подписке.

4. Беквит Г., Продавая незримое: Руководство по современному маркетингу услуг / Гарри Беквит; Пер. с англ. – 4-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 220 с. – ISBN 978-5-9614-5661-5 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961456615.html>. – Режим доступа: по подписке.

5. Бутова Т.Г., Управление маркетингом: учебник / Бутова Т.Г., Казаков А.А., Жираткова А.Н. – М.: Проспект, 2016. – 272 с. – ISBN 978-5-392-19669-2 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392196692.html>. – Режим доступа: по подписке.

6. Волк Е.Н., Сервис: организация, управление, маркетинг: Учебник для бакалавров / Волк Е.Н., Зырянов А.И., Лимпинская А.А. – М.: Дашков и К, 2019. – 249 с. (Серия «Учебные издания для бакалавров») – ISBN 978-5-394-03140-3 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394031403.html>. – Режим доступа: по подписке.

7. Мансуров Р.Е., Технологии маркетинга. Практикум / Мансуров Р.Е. – М.: Инфра-Инженерия, 2017. – 182 с. – ISBN 978-5-9729-0178-4 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785972901784.html>. – Режим доступа: по подписке.

8. Москалев М.В., Маркетинг: основной курс, практикум и наглядные пособия: Учебное пособие / Под ред. М. В. Москалева. – СПб: Проспект Науки, 2017. – 216 с. – ISBN 978-5-903090-24-2 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/PN0022.html>. – Режим доступа: по подписке.

9. Синяева И.М., Практикум по маркетингу / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев; под ред. проф. Л.П. Дашкова. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К, 2016. – 240 с. – ISBN 978-5-394-02680-5 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394026805.html>. – Режим доступа: по подписке.

10. Стародубцева В.К., Практикум по маркетингу: учеб. пособие / Стародубцева В.К., Кислицына О.А., Кравченко А.В., Лаврентьева А.В. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2015. – 148 с. – ISBN 978-5-7782-2627-2 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778226272.html>. – Режим доступа: по подписке.

11. Гусева Н.В. Цены и ценообразование на предприятии [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н. В. Гусева. – Самара: Самарский ГТУ, 2014. - 160 с.

12. Забелина Е.А., Ценообразование. Практикум / Забелина Е.А. – Минск: РИПО, 2016. – 162 с. – ISBN 978-985-503-585-6 – Текст: электронный

// ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9789855035856.html>. – Режим доступа: по подписке.

13. Котлер Ф., Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Филип Котлер; Пер. с англ. – 7-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 211 с. – ISBN 978-5-9614-5016-3 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961450163.html>. – Режим доступа: по подписке.

14. Ямпольская Д.О., Ценообразование в условиях рынка / Ямпольская Д.О. – М.: Международные отношения, 2015. – 192 с. – ISBN 978-5-7133-1508-5 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785713315085.html>. – Режим доступа: по подписке.

15. Сидорова С.А., Потребительское поведение в современном обществе: экономико-социологический анализ / Сидорова С.А., Красниковский В.Я. – М.: Прометей, 2019. – 130 с. – ISBN 978-5-907100-33-6 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785907100336.html>. – Режим доступа: по подписке.

16. Тиссен Е.В., Микроэкономика: Индивидуальное поведение и стратегическое взаимодействие участников рынка: учеб. пособие / Е.В. Тиссен, И.А. Борисов – М.: ФЛИНТА, 2017. – 92 с. – ISBN 978-5-9765-2681-5 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976526815.html>. – Режим доступа: по подписке.

17. Скляр Е.Н., Маркетинговые исследования: Практикум / Е.Н. Скляр, Г.И. Авдеенко, В.А. Алексунин. – М.: Дашков и К, 2016. – 216 с. – ISBN 978-5-394-01089-7 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394010897.html>. – Режим доступа: по подписке.

18. Вознесенский А.С., Компьютерные методы в научных исследованиях / Вознесенский А.С. – М.: МИСиС, 2016. – 227 с. – ISBN 978-5-906846-03-7 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785906846037.html>. – Режим доступа: по подписке.

19. Чумиков А.Н., Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов / Чумиков А.Н. – М.: Аспект Пресс, 2016. – 159 с. (Серия «Учебник нового поколения») – ISBN 978-5-7567-0819-6 – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708196.html>. – Режим доступа: по подписке.

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 (научно-исследовательская работа) 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
фонда оценочных средств по учебной практике
(научно-исследовательская работа)**

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения учебной практики (научно-исследовательская работа).

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Этапы формирования (семестр изучения)
1	УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	2
2	ПК-9	Способен обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями, выявлять перспективные направления, составлять программу исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	2

**Показатели и критерии оценивания компетенций,
описание шкал оценивания**

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Показатель оценивания (знания, умения, навыки)	Наименование оценочного средства
1	УК-1	знать: основы системного подхода; последовательность и требования к осуществлению поисковой и аналитической деятельности для решения поставленной задачи и проблемной ситуации; уметь: определять и ранжировать информацию, требуемую для решения поставленной задачи и проблемной ситуации; отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок; аргументировать свои выводы, в том числе с применением философского понятийного аппарата; владеть:	Собеседование, дневник практики, отзыв руководителя практики от предприятия, отчет по практике.

		навыками поиска, критического анализа, обобщения и систематизации необходимой информации; навыками формирования собственного мнения и суждения; навыками формирования решения поставленной проблемы.	
2	ПК-9	знать: теоретические основы, принципы и методы научных исследований; классификацию методов исследования и условия их применения в научной деятельности; основы применения программно-целевого подхода в процессе принятия управленческих решений; уметь: проводить исследования с применением современных техник и методик сбора данных; применять методы обработки и анализа данных; использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении исследовательских задач; владеть: навыками организации работы по подготовке и представлению результатов проведенного исследования в виде деловых и научных презентаций.	Собеседование, дневник практики, отзыв руководителя практики от предприятия, отчет по практике.

Фонды оценочных средств по учебной практике (научно-исследовательская работа)

Оценка знаний, умений, навыков, характеризующая этапы формирования компетенций по результатам учебной 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 научно-исследовательской работы 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 учебной практике происходит перед специальной комиссией в составе 2-3 преподавателей во главе с заведующим кафедрой «Маркетинг».

На защите отчёта по учебной 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.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству зачет

№ п/п	Шкала оценивания зачет	Критерии оценивания
1	Зачтено	- студент демонстрирует системность и глубину знаний, полученных при прохождении практики; - стилистически грамотно, логически правильно излагает ответы на вопросы; - владеет необходимой для ответа терминологией; - дает исчерпывающие ответы на дополнительные вопросы преподавателя по темам, предусмотренным программой практики.
2	Не зачтено	- студент демонстрирует фрагментарные знания в рамках программы практики; - не способен самостоятельно анализировать материал; - не владеет минимально необходимой терминологией; - допускает грубые логические ошибки, отвечая на вопросы преподавателя, которые не может исправить самостоятельно.

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): 38.04.02 Менеджмент
(шифр и наименование направления подготовки)

Магистерская программа: Маркетинг

ОТЧЕТ
по учебной практике (научно-исследовательская работа)

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__

Приложение Б

ДНЕВНИК прохождения практической подготовки

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

_____ курса _____ группы _____

Направление подготовки (специальность) : _____
(шифр и наименование направления подготовки (специальности))

Магистерская программа: _____

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)

ОТЗЫВ-ХАРАКТЕРИСТИКА

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

_____ курса _____ группы _____
Направление подготовки (специальность) 38.04.02 Менеджмент
(шифр и наименование направления подготовки (специальности))

Магистерская программа: 38.04.02 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 одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)