

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
д.э.н., доц. Бубнов В.А



25.06.2021г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ
Б2.У.1. Производственная практика (практика по профилю профессиональной деятельности)

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент
Направленность (профиль): Маркетинговое управление бизнесом и
продажами
Квалификация выпускника: магистр
Форма обучения: заочная

Иркутск 2021

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.04.02
Менеджмент.

Автор Н.В. Рубцова

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры
журналистики и маркетинговых технологий

Заведующий кафедрой И.Н. Демина

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2022

1. Вид и тип практики

Вид практики: производственная.

Тип практики: практика по профилю профессиональной деятельности.

2. Задачи практики

Задачами производственной практики (по профилю профессиональной деятельности) являются:

1. Поиск, сбор, анализ и синтез информации, характеризующей деловую и, в частности, маркетинговую активность и эффективность предприятия (организации);
2. Поиск, сбор, анализ и синтез информации, характеризующей внешнюю среду предприятия (организации);
3. Изучение основных параметров, критериев, позволяющих оценить объем, структуру и взаимосвязи маркетинговых процессов предприятия (организации);
4. Определение основных причин изменений в эффективности маркетинговой и хозяйственной деятельности предприятия (организации);
5. Обобщение и систематизация полученных результатов.

3. Способы, формы и места проведения практики

Способ(ы) проведения практики: стационарная.

Форма проведения практики: дискретно.

Места (место) проведения практики: профильная организация, образовательная организация, структурные подразделения университета, предназначенные в том числе для проведения практики.

Инвалидам предоставляются места практик по их желанию с учетом их возможностей и особенностей.

4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате прохождения данной практики обучающийся должен сформировать определенные компетенции, приобрести определенные практические умения и навыки.

Компетентностная карта практики

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ПК-1	Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга

Структура компетенции

Компетенция	Формируемые УНы
ПК-1 Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	У. Уметь проводить анализ результативности коммуникационной и маркетинговой политики Н. Подготовка рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности для принятия управленческих решений

5. Место практики в структуре образовательной программы

Принадлежность практики - БЛОК 2 ПРАКТИКА: Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Практика студентов заочной формы обучения проводится в семестре 22. Практика базируется на освоении следующих дисциплин: "Теория организации и организационное поведение", "Стратегический менеджмент".

6. Объем практики

Составляет 9 зачетных единиц (6 нед.).

7. Содержание практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, связанные с будущей профессиональной деятельностью, включая самостоятельную работу обучающихся	Формы текущего контроля
1	Предварительный (организацион-ный) этап	Разработка задания и графика выполнения работ по практике с учетом специфики объекта	Раздел отчета
2	Основной этап	Выполнение общей характеристики предприятия (организации)	Раздел отчета
		Выполнение управленческого, экономического и маркетингового анализа деятельности предприятия.	Раздел отчета
		Синтез собранного материала, формулирование выводов и обоснование проблемы магистерского исследования	Раздел отчета
3	Заключительный этап	Подготовка, оформление и защита отчета по практике	Отчет

8. Формы отчетности по практике

По итогам прохождения практики обучающийся представляет письменный отчет и отзыв руководителя по практической подготовке от университета, в случае прохождения практики в университете, и от руководителя по практической подготовке от профильной организации в случае прохождения практики в профильной организации.

9. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

Формой промежуточной аттестации является экзамен.

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Раздел отчета / этап практики)	Перечень формируемых компетенций	(УНы: У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Вид задания)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
1	Предварительный (организацион-ный) этап	ПК-1	У.Уметь проводить анализ результативности коммуникационной и маркетинговой политики	Разработка задания и графика выполнения работ по практике с учетом специфики объекта. Работа в соответствии с графиком.	Точное соблюдение графика выполнения работ до 5 б (5)
		ПК-1	У.Уметь проводить анализ результативности коммуникационной и маркетинговой политики	Разработка задания и графика выполнения работ по практике с учетом специфики объекта. Согласование индивидуального задания и графика прохождения практики	Своевременное получение задания, формирование плана исследования (задания) до 5 б (5)
2	Основной этап	ПК-1	У.Уметь проводить анализ	Выполнение общей	Полнота

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Раздел отчета / этап практики)	Перечень формируемых компетенций	(УНы: У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Вид задания)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			результативности коммуникационной и маркетинговой политики	характеристики предприятия (организации). Общая характеристика предприятия	управленческого и экономического анализа деятельности предприятия до 20 б (20)
		ПК-1	Н.Подготовка рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности для принятия управленческих решений	Выполнение управленческого, экономического и маркетингового анализа деятельности предприятия.. Маркетинговый анализ и анализ маркетинговой деятельности предприятия.	Полнота маркетингового анализа деятельности предприятия на основе характеристики его места на рынке до 20 б (20)
		ПК-1	Н.Подготовка рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности для принятия управленческих решений	Выполнение управленческого, экономического и маркетингового анализа деятельности предприятия.. Экономический анализ деятельности предприятия.	Полнота экономического анализа деятельности предприятия до 15 б (15)
		ПК-1	Н.Подготовка рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности для принятия управленческих решений	Синтез собранного материала, формулирование выводов и обоснование проблемы магистерского исследования. Выводы по результатам экономического и маркетингового анализа.	Осмысленность (систематизированность) и логичность результатов проведенного анализа до 20 б (20)
3	Заключительный этап	ПК-1	Н.Подготовка рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности для принятия управленческих решений	Подготовка, оформление и защита отчета по практике. Оформление и защита отчета.	Готовность материала для подготовки раздела ВКР до 15 б (15)
	Промежуточная аттестация				100

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе прохождения практики, содержатся в Приложении 8.

10. Перечень учебной литературы и ресурсов сети "Интернет", необходимых для проведения практики

а) основная литература:

1. Чернатони Л. Л., МакДональд М. Брендинг. Как создать мощный бренд/ М. МакДональд.- Москва: Юнити-Дана, 2015.-559 с.
2. Лукина А. В. Маркетинг товаров и услуг. допущено М-вом образования РФ. учеб. пособие для сред. проф. образования. 2-е изд., доп./ А. В. Лукина.- М.: ИНФРА-М, 2017.- 238 с.

3. [Васильева Е.А. Система маркетинговых исследований и информации в сервисе \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / Е.А. Васильева, Я.О. Гришанова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 70 с. — 978-5-4486-0198-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71588.html>](http://www.iprbookshop.ru/71588.html)
4. [Пичурин И.И. Основы маркетинга. Теория и практика \[Электронный ресурс\] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция \(торговое дело\)», «Маркетинг» / И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 383 с. — 978-5-238-02090-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71036.html>](http://www.iprbookshop.ru/71036.html)
5. [Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнева. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2019. — 294 с. — ISBN 978-5-394-03074-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : \[сайт\]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85277.html>](https://www.iprbookshop.ru/85277.html)
6. [Современный стратегический анализ \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / Е.Ю. Кузнецова \[и др.\]. — Электрон. текстовые данные. — Екатеринбург: Уральский федеральный университет, 2016. — 132 с. — 978-5-7996-1832-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/68473.html>](http://www.iprbookshop.ru/68473.html)
7. [Соколова Н.Г. Основы маркетинговых исследований. Практикум \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / Н.Г. Соколова, О.В. Титова, Т.В. Груздева. — Электрон. текстовые данные. — Ижевск: Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова, 2017. — 404 с. — 978-5-7526-0764-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/73869.html>](http://www.iprbookshop.ru/73869.html)
8. [Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии \[Электронный ресурс\] : учебник для вузов / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 577 с. — 5-85173-059-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74945.html>](http://www.iprbookshop.ru/74945.html)
9. [Управление маркетинговыми коммуникациями \[Электронный ресурс\] : учебно-методическое пособие \(для студентов III курса факультета международного бизнеса, обучающихся по направлениям подготовки «Менеджмент», профили «Маркетинг», «Международный менеджмент», «Реклама и связи с общественностью»\) / . — Электрон. текстовые данные. — Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2016. — 98 с. — 978-5-7779-1980-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/59666.html>](http://www.iprbookshop.ru/59666.html)
10. [Управление маркетингом на предприятии \[Электронный ресурс\] : учебно-методическое пособие / О.С. Елкина \[и др.\]. — Электрон. текстовые данные. — Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2016. — 264 с. — 978-5-7779-1994-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/59667.html>](http://www.iprbookshop.ru/59667.html)
11. [Филип Котлер Маркетинг от А до Я \[Электронный ресурс\] : 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Котлер Филип. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 211 с. — 978-5-9614-5016-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43688.html>](http://www.iprbookshop.ru/43688.html)

б) дополнительная литература:

1. Безуглова М. С. Маркетинг 3.0: интеграция целей социальной ответственности в корпоративную стратегию и брендинг. Электронный ресурс/ М. С. Безуглова// Номер журнала, № 3, С. 166-177, 2018
2. Кеворков В. В., Кеворков Д. В. Практикум по маркетингу. учеб. пособие для вузов. 4-е изд., перераб. и доп./ В. В. Кеворков, Д. В. Кеворков.- М.: КноРус, 2015.-566 с.
3. Куприянова Л. М. Экономический анализ. учеб. пособие для вузов. рек. УМО по образованию в области менеджмента/ Л. М. Куприянова.- М.: ИНФРА-М, 2017.-157 с.
4. Савицкая Г. В. Экономический анализ. учебник для вузов. рек. М-вом образования РФ. 14-е изд., перераб. и доп./ Г. В. Савицкая.- М.: ИНФРА-М, 2017.-648 с.

5. [Беляева О.В. Экономика предприятия \(организации\). Сборник задач \[Электронный ресурс\] : учебно-методическое пособие / О.В. Беляева, Ж.А. Беляева. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2017. — 52 с. — 978-5-4487-0009-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/64328.html>](http://www.iprbookshop.ru/64328.html)
6. [Бердышев С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламы \[Электронный ресурс\] : практическое пособие / С.Н. Бердышев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 121 с. — 978-5-394-01667-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57111.html>](http://www.iprbookshop.ru/57111.html)
7. [Бердышев С.Н. Технологии работы с трудными клиентами \[Электронный ресурс\] / С.Н. Бердышев. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 146 с. — 978-5-394-01861-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75195.html>](http://www.iprbookshop.ru/75195.html)
8. [Береговая И.Б. Управление конкурентоспособностью социально-экономических систем. Теория и методология \[Электронный ресурс\] : монография / И.Б. Береговая, О.М. Калиева. — Электрон. текстовые данные. — Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2017. — 250 с. — 978-5-7410-1738-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71346.html>](http://www.iprbookshop.ru/71346.html)
9. [Богомолова Е.В. Производственный менеджмент \[Электронный ресурс\] : курс лекций / Е.В. Богомолова, И.А. Черникова. — Электрон. текстовые данные. — Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2016. — 97 с. — 978-5-88247-778-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/64871.html>](http://www.iprbookshop.ru/64871.html)
10. [Ветлужских Е. Мотивация и оплата труда \[Электронный ресурс\] : инструменты. Методики. Практика / Е. Ветлужских. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2017. — 150 с. — 978-5-9614-6150-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/62046.html>](http://www.iprbookshop.ru/62046.html)
11. [Герасименко А. Финансовый менеджмент - это просто \[Электронный ресурс\] : базовый курс для руководителей и начинающих специалистов / А. Герасименко. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 481 с. — 978-5-9614-5132-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/41491.html>](http://www.iprbookshop.ru/41491.html)
12. [Джордж Дж.М. Организационное поведение. Основы управления \[Электронный ресурс\] : учебное пособие для вузов / Дж.М. Джордж, Г.Р. Джоунс. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 459 с. — 5-238-00512-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74898.html>](http://www.iprbookshop.ru/74898.html)
13. [Захарова Ю.А. Продакт-менеджмент, или Искусство управления товаром \(2-е издание\) \[Электронный ресурс\] : практическое пособие / Ю.А. Захарова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 125 с. — 978-5-394-01537-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57065.html>](http://www.iprbookshop.ru/57065.html)
14. [Иванов А. Бесплатная реклама \[Электронный ресурс\] : результат без бюджета / А. Иванов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 250 с. — 978-5-9614-5117-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/42029.html>](http://www.iprbookshop.ru/42029.html)
15. [Иванов А. Как придумать идею, если вы не Огилви \[Электронный ресурс\] / А. Иванов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 264 с. — 978-5-9614-4965-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43643.html>](http://www.iprbookshop.ru/43643.html)
16. [Кузнецов П.А. Современные технологии коммерческой рекламы \[Электронный ресурс\] : практическое пособие / П.А. Кузнецов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2016. — 296 с. — 978-5-394-01068-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60508.html>](http://www.iprbookshop.ru/60508.html)
17. [Сейфуллаева М.Э. Международный маркетинг \[Электронный ресурс\] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / М.Э.](#)

Сейфуллаева. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 319 с. — 5-238-00800-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71021.html>

18. Соколоверов А.П. УМНО, или Управление маркетингом нетривиальным образом [Электронный ресурс] / А.П. Соколоверов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 214 с. — 978-5-9614-4400-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/41471.html>

в) ресурсы сети Интернет:

- "Экономическая социология", адрес доступа: <http://ecsoc.ru/>. доступ неограниченный
- ИВИС - Универсальные базы данных, адрес доступа: <http://www.dlib.eastview.ru/>. доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет при условии регистрации в БГУ
- Информационно-поисковой портал о ресторанном бизнесе, адрес доступа: <http://www.restoranoff.ru>. доступ неограниченный
- КиберЛенинка, адрес доступа: <http://cyberleninka.ru>. доступ круглосуточный, неограниченный для всех пользователей, бесплатное чтение и скачивание всех научных публикаций, в том числе пакет «Юридические науки», коллекция из 7 журналов по правоведению
- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU, адрес доступа: <http://elibrary.ru/>. доступ к российским журналам, находящимся полностью или частично в открытом доступе при условии регистрации
- Учебники онлайн, адрес доступа: <http://uchebnik-online.com/>. доступ неограниченный
- Федеральный образовательный портал «Экономика, Социология, Менеджмент», адрес доступа: <http://www.ecsocman.edu.ru>. доступ неограниченный
- Электронная библиотека Издательского дома "Гребенников", адрес доступа: <http://www.grebennikov.ru/>. доступ с компьютеров сети БГУ (по IP-адресам)
- Электронная библиотека книг, адрес доступа: <http://aldebaran.ru/>. доступ неограниченный
- Электронная библиотека Раздел "Журналистика", адрес доступа: <http://www.gumer.info/>. доступ неограниченный
- Электронно-библиотечная система IPRbooks, адрес доступа: <http://www.iprbookshop.ru>. доступ неограниченный
- Электронный словарь On-line Dictionaries, адрес доступа: <http://www.onelook.com/>. доступ неограниченный

11. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем

- MS Office,

12. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики:

- Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,
- Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения,
- Научно-исследовательская студенческая лаборатория исследования рынков и проблем управления

При прохождении практики в профильной организации обучающимся предоставляется возможность пользоваться лабораториями, кабинетами, мастерскими, библиотекой, чертежами и чертежными принадлежностями, технической, экономической и другой документацией в подразделениях организации, необходимыми для успешного освоения обучающимися программы практики и выполнения ими индивидуальных заданий.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Форма титульного листа отчета о прохождении практики

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Кафедра журналистики и маркетинговых технологий

**Производственная практика (практика по профилю профессиональной
деятельности)**

ОТЧЕТ ПО ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКЕ

обучающегося магистратуры группы _____
Фамилия И.О.

Руководитель(-и) по практической подготовке
от университета _____
ученое звание, должность, Фамилия И.О.

Иркутск, 20__

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Форма индивидуального задания, выполняемого в период практики

Производственная практика (практика по профилю профессиональной деятельности)

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ, ВЫПОЛНЯЕМОЕ В ПЕРИОД ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

для обучающегося магистратуры группы _____
Фамилия И.О.

Время проведения практики с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

№	Виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью при прохождении практики	Планируемые сроки выполнения (с «__» _____ по «__» _____)	Отметка руководителя (-лей) по практической подготовке от университета о выполнении (подпись)

Задание выдал:
Руководитель по практической подготовке
от университета

ученое звание, должность, Фамилия И.О.

Задание получил:
Обучающийся группы _____
подпись _____ Фамилия И.О.

Согласовано:
Руководитель по практической подготовке
от профильной организации

(юридическое наименование организации)

подпись _____ должность, Фамилия И.О.

Инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка проведен.

Руководитель (-и) по практической подготовке
от профильной организации _____

С инструктажем ознакомлен, обязуюсь выполнять
Обучающийся группы _____

подпись _____ должность, Фамилия И.О. _____
подпись _____ Фамилия И.О. _____

ПРИЛОЖЕНИЕ 3
(рекомендуемое)

Дневник прохождения практики

Производственная практика (практика по профилю профессиональной деятельности)

ДНЕВНИК ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

обучающегося магистратуры группы _____
Фамилия И.О.

Время проведения практики с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Дата	Виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	Отметка руководителя по практической подготовке (от университета или от профильной организации, подпись)

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

(при прохождении практики
в профильной организации)

Форма отзыва руководителя практики от профильной организации

ОТЗЫВ

руководителя по практической подготовке от профильной организации/
руководителя по практической подготовке от университета
на обучающегося _____ группы _____
Байкальского государственного университета, проходившего практику в/на

(юридическое наименование организации)

Производственная практика (практика по профилю профессиональной деятельности)

Время проведения практики с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Содержание отзыва:

- полнота изучения всех вопросов, предусмотренных программой практики;
- проявление обучающимся самостоятельности и творческого подхода к работе;
- участие обучающегося в текущей работе или решении перспективных задач цеха, отдела, службы, бюро, организации;
- участие обучающегося в разработке или реализации проектов;
- соблюдение правил внутреннего трудового распорядка, требований охраны труда и техники безопасности;
- трудности, препятствовавшие нормальному прохождению практики;
- замечания и пожелания факультету/ институту ФГБОУ ВО БГУ.

Руководитель по практической подготовке от профильной организации/
Руководитель по практической подготовке от университета

(Фамилия И.О., должность, подпись, печать)

М.П.

Адрес организации:

Контактная информация (тел., e-mail):

ПРИЛОЖЕНИЕ 5

(обязательное)

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе прохождения практики

Бланк оценки результатов прохождения практики

обучающегося магистратуры группы _____

Фамилия И.О. _____

№	Оцениваемые показатели (в полном соответствии с разработанным ФОС)	Оценка (в баллах) максимальная	Оценка фактическая
1	Разработка задания и графика выполнения работ по практике с учетом специфики объекта. Работа в соответствии с графиком. Критерий: точное соблюдение графика выполнения работ до 5 б.	5	
2	Разработка задания и графика выполнения работ по практике с учетом специфики объекта. Согласование индивидуального задания и графика прохождения практики. Критерий: своевременное получение задания, формирование плана исследования (задания) до 5 б.	5	
3	Выполнение общей характеристики предприятия (организации). Общая характеристика предприятия. Критерий: полнота управленческого и экономического анализа деятельности предприятия до 20 б.	20	
4	Выполнение управленческого, экономического и маркетингового анализа деятельности предприятия.. Маркетинговый анализ и анализ маркетинговой деятельности предприятия. Критерий: полнота маркетингового анализа деятельности предприятия на основе характеристики его места на рынке до 20 б.	20	
5	Выполнение управленческого, экономического и маркетингового анализа деятельности предприятия.. Экономический анализ деятельности предприятия. Критерий: полнота экономического анализа деятельности предприятия до 15 б.	15	
6	Синтез собранного материала, формулирование выводов и обоснование проблемы магистерского исследования. Выводы по результатам экономического и маркетингового анализа. Критерий: осмысленность (систематизированность) и логичность результатов проведенного анализа до 20 б.	20	
7	Подготовка, оформление и защита отчета по практике. Оформление и защита отчета. Критерий: готовность материала для подготовки раздела вкр до 15 б.	15	
Общее количество баллов		100	

Общая оценка за прохождение практики _____

Комментарии и пожелания (при наличии) _____

Руководитель по практической подготовке
от университета _____

подпись

ученое звание, должность, Фамилия И.О. _____

ПРИЛОЖЕНИЕ 6

Структура отчета о практической подготовке

Титульный лист

Индивидуальные задания, выполняющиеся в период практики (не входит в общую нумерацию)

Оглавление

Введение

Раздел 1

1.1.

1.2.

.....

Раздел 2

2.1.

2.2.

.....

Раздел

Заключение

Приложения к отчету

Дневник прохождения практики (если предусмотрен программой практики)

Отзыв руководителя (руководителей) практической подготовки от университета/ профильной организации (если предусмотрен программой практики)

Бланк оценки результатов прохождения практики руководителем (руководителями) от университета.

ПРИЛОЖЕНИЕ 7

Указания по прохождению практики

Производственная (по профилю профессиональной деятельности) практика проводится как правило в сторонних организациях. Базами проведения практики являются различные учреждения и организации различных сфер деятельности. Выбранные организации могут быть как государственной, так и негосударственной формы собственности (НКО, коммерческие предприятия).

В период практики студенты магистратуры подчиняются всем правилам внутреннего распорядка и техники безопасности, установленным в подразделении и на рабочих местах. Во время прохождения производственной (по профилю профессиональной деятельности) практики магистрант имеет право занимать оплачиваемые должности, участвовать в хоздоговорах; по согласованию с руководителем практики от учреждения имеет право на свободные от прохождения практики «библиотечные дни» для сбора данных по теме работы, например, 1-2 дня в неделю.

Общее методическое руководство практикой возложено на выпускающую кафедру, которая осуществляет подготовку магистрантов по программе.

Организацию и непосредственное руководство работой обучающегося во время производственной (по профилю профессиональной деятельности) практики обеспечивает его руководитель. Сроки прохождения практики устанавливаются в соответствии с годовым календарным учебным графиком.

Обязанности магистранта во время прохождения производственной (технологической) практики:

Перед выходом на практику должны:

- ознакомиться с программой практики;
- получить индивидуальное задание от научного руководителя по практике;
- получить направление на практику;
- получить необходимые консультации по организации и методике работ, отчетности у руководителя практики;
- подобрать и изучить рекомендуемую научную и справочную литературу.

Во время прохождений практики обязаны:

- выполнять все виды работ, предусмотренные программой практики и индивидуальным заданием;
- подчиняться действующим в учреждении, организации правилам внутреннего трудового распорядка, дисциплины;
- выполнять административные, производственные и научно-технические указания руководителей практики, обеспечивать высокое качество выполняемых работ;
- производить необходимые исследования, наблюдения, изучать нормативную документацию и собирать материал для отчета;
- принимать активное участие в работе учреждения, вносить свои предложения по совершенствованию;
- вести аналитическую работу по оценке места предприятия практики на туристском рынке.

По окончании практики составляет письменный отчет и сдает его руководителю практики. По окончании практики защищает отчет научному руководителю по практике от кафедры.

Руководитель производственной (по профилю профессиональной деятельности) практики:

Руководство практикой осуществляется с двух сторон:

- со стороны университета руководителем практики - преподавателем выпускающей кафедры;
- со стороны учреждения - руководителями или менеджером среднего или высшего звена.

Руководитель практики от кафедры:

- разъясняет цели и задачи при прохождении практики;
- проводит организационное собрание для разъяснения целей и содержания практики, порядка ее прохождения, а также выдачи методических материалов и задания;
- осуществляет контроль условий прохождения практики;
- контролирует сроки прохождения практики, ведение дневника, выполнение индивидуального задания;
- осуществляет методическое руководство;
- проверяет и оценивает отчет по практике.

Руководитель практики от учреждения:

- организует прохождение практики в соответствии с программой;
- организует проведение экскурсий по компании, ее подразделениям;
- проводит консультации по программе практики;
- организует доступ к информации, необходимой для написания отчета по практике;
- знакомит с законодательными и нормативными документами по направлению деятельности компании;
- организует проведение инструктажа по технике безопасности, знакомство с правилами внутреннего распорядка;
- оценивает работу студентов во время практики и дает характеристику о проделанной работе.

ПРИЛОЖЕНИЕ 8

Описание показателей, критериев и шкал оценивания при выполнении и защите отчета по практике

Характеристики работы		Макс. балл
1. Согласование графика и индивидуального задания		
1.1.	Согласование графика	До 2
1.2.	Согласование индивидуального задания	До 3
Всего баллов		До 5
2. Прохождение практики		
2.1.	Работа в соответствии с графиком	До 5
2.2.	Общая характеристика и экономический анализ деятельности предприятия	До 35
2.3.	Анализ маркетинговой деятельности предприятия	До 10
2.4.	Маркетинговый анализ	До 10
2.5.	Синтез собранного материала, формулирование выводов и обоснование проблемы магистерского исследования	До 20
Всего баллов		До 80
3. Подготовка и защита отчета		
3.1.	Подготовка отчета	До 5
3.2.	Защита отчета	До 10
Всего баллов		До 15
Итого		До 100

П.1.1 Согласование графика прохождения практики

2 балла выставляется в том случае, если обучающийся согласовал рабочий график с руководителем практики от университета и профильной организации в течение двух дней со дня начала практики;

1 балл выставляется в том случае, если обучающийся согласовал рабочий график с руководителем практики от университета и профильной организации в течение недели со дня начала практики.

П.1.2 Согласование индивидуального задания

3 балла выставляется в том случае, если обучающийся согласовал индивидуальное задание с руководителем практики от университета и профильной организации в течение двух дней со дня начала практики;

2 балла выставляется в том случае, если обучающийся согласовал индивидуальное задание с руководителем практики от университета и профильной организации в течение недели со дня начала практики;

1 балл выставляется в том случае, если обучающийся согласовал индивидуальное задание с руководителем практики от университета и профильной организации в течение двух недель со дня начала практики.

П.2.1 Работа в соответствии с графиком

5 баллов выставляется в случае своевременной сдачи и защиты работы, выполненной полностью самостоятельно и ответственно с необходимыми ссылками на использованные источники;

4 балла выставляется в случае несвоевременной сдачи работы и ее своевременной защиты, выполненной полностью самостоятельно и ответственно с необходимыми ссылками на использованные источники;

3 балла выставляется в случае несвоевременной сдачи и защиты работы, выполненной полностью самостоятельно и ответственно с необходимыми ссылками на использованные источники;

2 балла своевременной сдачи и защиты работы, выполненной полностью самостоятельно, но без необходимых ссылок на использованные источники;

1 балл выставляется в случае несвоевременной сдачи работы и ее своевременной защиты, выполненной частично самостоятельно и без необходимых ссылок на использованные источники;

0 баллов выставляется в случае несвоевременной сдачи и защиты работы, выполненной полностью самостоятельно и без необходимых ссылок на использованные источники

П.2.2 Общая характеристика и экономический анализ деятельности предприятия

30-35 баллов выставляется в случае, если обучающийся указал все основные данные о предприятии (историю создания, адрес, организационно-правовую форму и проч.); правильно представил производственную структуру и организационную структуру, определил ее тип; полно и точно описал основные виды выпускаемой продукции или оказываемых услуг; представил анализ объемов производства и продаж товаров (оказываемых услуг), себестоимости, рентабельности, финансовой устойчивости и других показателей экономической деятельности; данные приведены в динамике за 5 или более лет;

25-29 баллов выставляется в случае, если обучающийся указал основные данные о предприятии (историю создания, адрес, организационно-правовую форму и проч.); правильно представил производственную структуру и организационную структуру, определил ее тип; полно и точно описал основные виды выпускаемой продукции или оказываемых услуг; представил анализ объемов производства и продаж товаров (оказываемых услуг), себестоимости, рентабельности, финансовой устойчивости и других показателей экономической деятельности; данные приведены в динамике за последние 3 года;

20-24 баллов выставляется в случае, если обучающийся указал основные данные о предприятии (историю создания, адрес, организационно-правовую форму и проч.); правильно представил производственную структуру и организационную структуру, определил ее тип; полно и точно

описал основные виды выпускаемой продукции или оказываемых услуг; представил анализ объемов производства и продаж товаров (оказываемых услуг), себестоимости, рентабельности, финансовой устойчивости и других показателей экономической деятельности; данные приведены в динамике за последний год;

15-19 баллов выставляется в случае, если обучающийся указал часть основных данных о предприятии (историю создания, адрес, организационно-правовую форму и проч.); правильно представил производственную структуру и организационную структуру, определил ее тип; неполно или неточно описал основные виды выпускаемой продукции или оказываемых услуг; представил неполный анализ объемов производства и продаж товаров (оказываемых услуг), себестоимости, рентабельности, финансовой устойчивости и других показателей экономической деятельности; данные приведены в динамике за последние 3 года и более;

10-14 баллов выставляется в случае, если обучающийся указал часть основных данных о предприятии (историю создания, адрес, организационно-правовую форму и проч.); правильно представил производственную структуру и организационную структуру, определил ее тип; неполно или неточно описал основные виды выпускаемой продукции или оказываемых услуг; представил неполный анализ объемов производства и продаж товаров (оказываемых услуг), себестоимости, рентабельности, финансовой устойчивости и других показателей экономической деятельности; данные приведены в динамике за последний год;

1-9 баллов выставляется в случае, если обучающийся указал часть основных данных о предприятии (историю создания, адрес, организационно-правовую форму и проч.); с ошибками представил производственную структуру и организационную структуру; неполно или неточно описал основные виды выпускаемой продукции или оказываемых услуг; представил лишь некоторые показатели экономической деятельности.

П.2.3 Маркетинговый анализ

8-10 баллов выставляется в случае проведения полного и точного анализа внутренней и внешней среды предприятия с применением эмпирического материала: использования 3-х методик анализа макросреды (STEP/PEST-анализ, ЕТОМ-анализ, QUEST-анализ), характеристики факторов микросреды; использования методики SWOT-анализа; оценивания конкурентных сил по М. Портеру;

6-7 баллов выставляется в случае проведения неполного, но точного анализа внутренней и внешней среды предприятия с применением эмпирического материала: использования 2-х методик анализа макросреды, характеристики факторов микросреды; использования методики SWOT-анализа; оценивания конкурентных сил по М. Портеру;

4-5 баллов выставляется в случае проведения неполного, но точного анализа внутренней и внешней среды предприятия с применением эмпирического материала: использования одной методики анализа

макросреды, характеристики факторов микросреды; использования методики SWOT-анализа; оценивания конкурентных сил по М. Портеру;

2-3 баллов выставляется в случае проведения неполного, но точного анализа внутренней и внешней среды предприятия с применением эмпирического материала: использования одной методики анализа макросреды, скудной характеристики микросреды; использования методики SWOT-анализа; без оценивания конкурентных сил по М. Портеру;

1 баллов выставляется в случае проведения неточного анализа внутренней и внешней среды предприятия: использования одной методики анализа макросреды, скудной характеристики микросреды; использования методики SWOT-анализа; без оценивания конкурентных сил по М. Портеру;

0 баллов выставляется в случае проведения неполного и неточного анализа внутренней и внешней среды организации. При анализе внутренней среды рассмотрен неполный перечень необходимых вопросов. При анализе внешней среды не используются специальные методы. Приведенный материал в целом оторван от практики.

П.2.4 Анализ маркетинговой деятельности предприятия

8-10 баллов выставляется в случае правильного описания состава и места маркетинговой службы в структуре управления предприятием; анализа маркетинговой деятельности в полном объеме: правильного выполнения анализа товарной и ценовой политики, структуры клиентской базы предприятия, политики сбыта, системы маркетинговых коммуникаций, разработки стратегических планов и т.п.; в случае использования стандартных методов анализа: ABC-анализа, интегрированного ABC-XYZ-анализа, матричных видов анализа (БКГ, GE, McKinsey, Портера, Ансоффа и др.), построения многоугольника конкурентоспособности предприятия, карты рынка и др.;

5-7 баллов выставляется в случае правильного описания состава и места маркетинговой службы в структуре управления предприятием; анализа маркетинговой деятельности в полном объеме: правильного выполнения анализа товарной и ценовой политики, структуры клиентской базы предприятия, политики сбыта, системы маркетинговых коммуникаций, разработки стратегических планов и т.п.; в случае ограниченного использования стандартных методов анализа: ABC-анализа, интегрированного ABC-XYZ-анализа, матричных видов анализа (БКГ, GE, McKinsey, Портера, Ансоффа и др.), построения многоугольника конкурентоспособности предприятия, карты рынка и др.;

3-4 балла выставляется в случае правильного описания состава и места маркетинговой службы в структуре управления предприятием; анализа маркетинговой деятельности в полном объеме: правильного выполнения анализа товарной и ценовой политики, структуры клиентской базы предприятия, политики сбыта, системы маркетинговых коммуникаций,

разработки стратегических планов и т.п.; в случае малого использования стандартных методов анализа: ABC-анализа, интегрированного ABC-XYZ-анализа, матричных видов анализа (БКГ, GE, McKinsey, Портера, Ансоффа и др.), построения многоугольника конкурентоспособности предприятия, карты рынка и др.;

2-3 балла выставляется в случае неточного описания состава и места маркетинговой службы в структуре управления предприятием; анализа маркетинговой деятельности в неполном объеме: правильного выполнения анализа товарной и ценовой политики, структуры клиентской базы предприятия, политики сбыта, системы маркетинговых коммуникаций, разработки стратегических планов и т.п.; в случае скудного использования стандартных методов анализа;

1-3 баллов выставляется в случае неточного описания состава и места маркетинговой службы в структуре управления предприятием; анализа маркетинговой деятельности в неполном объеме: выполнения анализа товарной и ценовой политики, структуры клиентской базы предприятия, политики сбыта, системы маркетинговых коммуникаций, разработки стратегических планов и т.п.; в случае отсутствия использования стандартных методов анализа.

П.2.5 Синтез собранного материала, формулирование выводов и обоснование проблемы магистерского исследования

15-20 баллов выставляется в случае, если обучающийся системно и полно сформулировал выводы по материалу предыдущих разделов отчета; выявил весь спектр маркетинговых проблем и возможностей развития предприятия: внутренние проблемы, изменения во внешней среде и предоставляет ли она новые возможности для развития, какими возможностями для развития организация располагает и т.д.; корректно обосновал исследовательскую проблему маркетингового управления, решению которой будет посвящена ВКР;

10-14 баллов выставляется в случае, если обучающийся системно и полно сформулировал выводы по материалу предыдущих разделов отчета; выявил частично маркетинговые проблемы и возможности развития предприятия: внутренние проблемы, изменения во внешней среде и предоставляет ли она новые возможности для развития, какими возможностями для развития организация располагает и т.д.; в целом корректно обосновал исследовательскую проблему маркетингового управления, решению которой будет посвящена ВКР;

5-9 балла выставляется в случае, если обучающийся несистемно и неполно сформулировал выводы по материалу предыдущих разделов отчета; выявил частично маркетинговые проблемы и возможности развития предприятия: внутренние проблемы, изменения во внешней среде и предоставляет ли она новые возможности для развития, какими возможностями

для развития организация располагает и т.д.; не вполне корректно обосновал исследовательскую проблему маркетингового управления, решению которой будет посвящена ВКР;

1-4 балла выставляется в случае, если обучающийся несистемно и неполно сформулировал выводы по материалу предыдущих разделов отчета; четко не выявил маркетинговые проблемы и возможности развития предприятия; некорректно обосновал исследовательскую проблему маркетингового управления, решению которой будет посвящена ВКР.

П.3.1 Оформление отчета

5 баллов выставляется в случае, если обучающийся оформил отчет полностью в соответствии с требованиями ГОСТ;

4 балла выставляется в случае, если обучающийся неверно отформатировал текст;

3 балла выставляется в случае, если обучающийся неверно отформатировал текст, неверно оформил заголовки и подзаголовки, абзацные отступы, таблицы и рисунки;

2 балла выставляется в случае, если обучающийся неверно отформатировал текст, неверно оформил заголовки и подзаголовки, абзацные отступы, таблицы и рисунки, сноски и список использованных источников;

1 балл выставляется в случае, если обучающийся неверно отформатировал текст, неверно оформил заголовки и подзаголовки, абзацные отступы, таблицы и рисунки, сноски и список использованных источников, приложения.

П.3.2 Защита отчета

10 баллов выставляется за грамотно структурированный доклад, сделанный (в основном) «своими словами», с соблюдением регламента по оформлению работы, хорошим научным языком с использованием профессиональной терминологии, который полностью соответствует содержанию практики. Выставляется за развернутый, обоснованный ответ, при котором при обосновании собственной позиции делаются ссылки на мнение различных авторов по проблеме, кратко излагается зарубежный и отечественный опыт, приводятся практические примеры. При этом ответ по существу является правильным;

9 баллов выставляется за хорошо структурированный в основном прочитанный доклад, сделанный с незначительными отклонениями от регламента по оформлению работы, хорошим научным языком, который в целом соответствует содержанию практики. Выставляется за развернутый, обоснованный ответ, при котором при обосновании собственной позиции делаются ссылки на мнение различных авторов по проблеме, кратко излагается зарубежный и отечественный опыт, приводятся практические примеры. При этом ответ по существу является правильным;

8 баллов выставляется в случае, когда доклад недостаточно структурирован, регламент по оформлению работы не соблюден, доклад

прочитан по бумаге. Выставляется за развернутый, обоснованный ответ, при котором при обосновании собственной позиции делаются ссылки на мнение различных авторов по проблеме, кратко излагается зарубежный и отечественный опыт, приводятся практические примеры. При этом ответ по существу является правильным;

7 баллов выставляется за грамотно структурированный доклад, сделанный (в основном) «своими словами», с соблюдением регламента по оформлению работы, хорошим научным языком с использованием профессиональной терминологии, который полностью соответствует содержанию практики. Выставляется за развернутый, обоснованный ответ, при котором при обосновании собственной позиции делаются ссылки на мнение различных авторов по проблеме, кратко излагается зарубежный и отечественный опыт, приводятся практические примеры. При этом ответ по существу является правильным

6 баллов выставляется за грамотно структурированный доклад, сделанный (в основном) «своими словами», с соблюдением регламента по оформлению работы, хорошим научным языком с использованием профессиональной терминологии, который полностью соответствует содержанию практики. Выставляется за подробный, обоснованный ответ, при котором при обосновании собственной позиции делаются ссылки на мнение различных авторов по проблеме, кратко излагается отечественный опыт. При этом ответ по существу является правильным;

5 баллов выставляется за хорошо структурированный в основном прочитанный доклад, сделанный с незначительными отклонениями от регламента по оформлению работы, хорошим научным языком, который в целом соответствует содержанию практики. Выставляется за краткий ответ, который не подкреплён ссылками на отечественный опыт или мнением различных авторов, но по существу является верным;

3-4 балла выставляется в случае, когда доклад недостаточно структурирован, регламент по оформлению работы не соблюден, доклад прочитан по бумаге. Выставляется за частично правильный ответ на вопрос, содержащий отдельные неточности, либо за ответ, полученный с использованием наводящих вопросов;

0-2 балла выставляется в случае, когда доклад недостаточно структурирован, регламент по оформлению работы не соблюден, доклад прочитан по бумаге. Выставляется за попытку дать ответ на вопрос, но по существу неверный ответ на него, связанный с непониманием или неверной трактовкой теоретических положений или неверной интерпретацией эмпирических данных, результатов расчетов и т.п. или в случае отсутствия ответа на вопрос.