

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.Г.ШУХОВА»**
(БГТУ им. В.Г. Шухова)



ПОДПИСАЮ

Ю.А. Дорошенко

2021.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Производственная технологическая (проектно-технологическая)

Направление подготовки (специальность):

38.03.02 Менеджмент

Направленность программы (профиль, специализация):

Маркетинг

Квалификация

бакалавр

Форма обучения

очная


Институт экономики и менеджмента

Кафедра маркетинга

Белгород 2021

Рабочая программа практики составлена на основании требований:


- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970;
- учебного плана, утвержденного Ученым советом БГТУ им. В.Г. Шухова в 2021 году.

Составитель (составители): д-р экон. наук, проф.  (Е.Д. Щетинина)

ст. преподаватель  (Т.А. Дубровина)


Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры маркетинга

«14» мая 2021 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой: д-р экон. наук, проф.  (Е.Д. Щетинина)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

Рабочая программа согласована с выпускающей кафедрой


маркетинга
(наименование кафедры/кафедр)

Заведующий кафедрой: д-р экон. наук, проф.  (Е.Д. Щетинина)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

«14» мая 2021 г., протокол № 10

Рабочая программа одобрена методической комиссией института

«18» мая 2021 г., протокол № 9

Председатель: канд. экон. наук, доц.  (Л.И. Журавлева)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

1. Вид практики производственная

2. Тип практики технологическая

3. Формы проведения практики дискретно

4. Планируемые результаты обучения при прохождении практики

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания результата обучения при прохождении практики
ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;	ОПК-2.3. Осуществляет сбор, обработку, анализ и использование данных бухгалтерского учета, необходимых для решения поставленных управленческих задач	В результате освоения дисциплины обучающийся должен Знания: перечень и возможности применения методов и программных средств обработки бухгалтерской информации. Умения: применять методы и программные средства обработки бухгалтерской информации; использовать современные методы организации планирования операционной (производственной) деятельности. Навыки: навыками и приемами взаимодействия со службами информационных технологий, использования корпоративных информационных систем.
	ОПК-2.4. Осуществляет сбор, обработку и анализ данных в области экономики организации, необходимых для решения поставленных управленческих задач	В результате освоения дисциплины обучающийся должен Знания: перечень и возможности применения методов и программных средств обработки технико-экономической информации организации. Умения: применять методы и программные средства обработки технико-экономической информации организации; использовать современные методы организации планирования операционной (производственной) деятельности. Навыки: навыками и приемами взаимодействия со службами информационных технологий, использования корпоративных информационных систем.
	ОПК-2.5. Использует технологии проведения маркетингового исследования, осуществляет сбор, обработку и анализ данных в области маркетинга, необходимых для решения поставленных	В результате освоения дисциплины обучающийся должен Знать: принципы сбора, классификации, обработки и использования информации, основы исследовательской и аналитической деятельности в этой области.

	<p>управленческих задач</p>	<p>Умения: ориентироваться в рыночных условиях и используя отличные предметные знания, осуществить сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения управленческих задач делать грамотные выводы по результатам проведенного анализа и предлагать мероприятия, повышающие эффективность компании Навыки: методами разработки и реализации маркетинговых программ, навыками проведения переговоров с экономическими службами предприятий для сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов.</p>
<p>ОПК-4.Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;</p>	<p>ОПК-4.3.Анализирует общехозяйственную и рыночную конъюнктуру рынка, использует методы прогнозирования для выявления рыночных возможностей в условиях изменения внешней среды</p>	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен Знания: методы исследования конкурентной среды, рыночной конъюнктуры; этапы процесса планирования и реализации маркетинговой деятельности организации; критерии, показатели и методы оценки эффективности маркетинговых исследований. Умения: организовывать проведение маркетинговых исследований; выносить аргументированные решения по результатам; оценивать риски и эффективность принимаемых по результатам исследований решений; составлять отчет в соответствии с современными требованиями к предоставлению информации. Навыки: навыками подготовки аналитических отчетов о состоянии и динамики развития рынков товаров и услуг, практическими навыками постановки, организации и решения конкретных задач маркетинга; методическими приемами разработки рекомендаций по решению маркетинговых проблем организации по результатам исследования.</p>
<p>ОПК-5. Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные</p>	<p>ОПК-5.1. Использует современные продукты и программные средства в сфере ИКТ для решения стандартных профессиональных за-</p>	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен Знания: Функции материально-технического снабжения в организации высокотехнологичного произ-</p>

<p>средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ</p>	<p>дач, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ</p>	<p>водства; формы и методы научной работы. Умения: Определять сметную стоимость научно-исследовательских и проектно-конструкторских работ; определять потребность в материалах, для наукоемких предприятий; рассчитывать периодичности и объем заказа; осуществлять выбор поставщиков и оптимизировать затраты на рынках; Навыки: современными методами сбора и обработки экономических и социальных данных; современными методами анализа.</p>
<p>ОПК-6.Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-6.2.Использует современные информационные технологии при сборе, обработке и анализе данных, необходимых для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>Знания: возможности и границы применения программного обеспечения для анализа и качественного моделирования систем управления, системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных. Умения: владеть средствами программного обеспечения для ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов. Навыки: методами анализа информации применения средств программного обеспечения для ведения баз данных по различным показателям</p>
<p>ПК-1.Способен проводить маркетинговые исследования, направленные на изучение рыночной конъюнктуры, конкурентной среды, потребительских предпочтений.</p>	<p>ПК 1.3. Формулирует цель маркетингового исследования, составляет план и выбирает методы сбора информации необходимой для принятия управленческих решений</p>	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен Знания: методы исследования конкурентной среды, рыночной конъюнктуры; этапы процесса планирования и реализации маркетингового исследования; критерии, показатели и методы оценки эффективности маркетинговых исследований. Умения: организовывать проведение маркетинговых исследований; выносить аргументированные решения по результатам; оценивать риски и эффективность принимаемых по результатам исследований решений; составлять отчет в соответствии с современными требованиями к предоставлению информации. Навыки: навыками подготовки аналитических отчетов о состоянии</p>

		и динамики развития рынков товаров и услуг, методами оценки эффективности маркетинговых исследований; практическими навыками постановки, организации и решения конкретных задач маркетинговых исследований; методическими приемами разработки рекомендаций по решению маркетинговых проблем организации по результатам исследования.
ПК-2. Способен систематизировать и проводить количественный и качественный анализ информации, полученной в ходе проведения маркетинговых исследований, осуществлять прогноз рыночных показателей	ПК-2.4. Обосновывает выбор количественных и качественных методов анализа, осуществляет сбор информации и её обработку	В результате освоения дисциплины обучающийся должен Знания: основные подходы к применению количественных и качественных методов анализа при принятии управленческих решений, принципы и алгоритмы построения экономических, финансовых и организационно управленческих моделей. Умения: осуществлять выбор математических моделей организационных систем, анализировать их адекватность и последствия применения; владеть средствами программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления. Навыки: навыками и методами экономического и организационно-управленческого моделирования; моделями адаптации моделей к конкретным задачам управления.

5. Место практики в структуре образовательной программы

Компетенция - ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем.

ОПК-2.3. Осуществляет сбор, обработку, анализ и использование данных бухгалтерского учета, необходимых для решения поставленных управленческих задач.

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами, практиками.

Стадия	Наименования дисциплины
1	Учет и анализ
2	Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика
3	Производственная преддипломная практика

ОПК-2.4. Осуществляет сбор, обработку и анализ данных в области экономики организации, необходимых для решения поставленных управленческих задач.

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами, практиками.

Стадия	Наименования дисциплины
1	Экономика организации (предприятия)
2	Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика
3	Производственная преддипломная практика

ОПК-2.5. Использует технологии проведения маркетингового исследования, осуществляет сбор, обработку и анализ данных в области маркетинга, необходимых для решения поставленных управленческих задач.

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами, практиками.

Стадия	Наименования дисциплины
1	Маркетинг
2	Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика
3	Производственная преддипломная практика

Компетенция - ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций.

ОПК-4.3. Анализирует общехозяйственную и рыночную конъюнктуру рынка, использует методы прогнозирования для выявления рыночных возможностей в условиях изменения внешней среды.

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами, практиками.

Стадия	Наименования дисциплины
1	Конъюнктурно-ценовые исследования
2	Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика
3	Производственная преддипломная практика

Компетенция - ОПК-5. Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.

ОПК-5.1. Использует современные продукты и программные средства в сфере ИКТ для решения стандартных профессиональных задач, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами, практиками.

Стадия	Наименования дисциплины
1	Базовые информационные технологии в экономике и управлении

2	Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика
---	--

Компетенция - ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

ОПК-6.2. Использует современные информационные технологии при сборе, обработке и анализе данных, необходимых для решения задач профессиональной деятельности.

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами, практиками.

Стадия	Наименования дисциплины
1	Учебная ознакомительная практика
2	Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика
3	Производственная преддипломная практика

Компетенция - ПК-1. Способен проводить маркетинговые исследования, направленные на изучение рыночной конъюнктуры, конкурентной среды, потребительских предпочтений.

ПК 1.3. Формулирует цель маркетингового исследования, составляет план и выбирает методы сбора информации необходимой для принятия управленческих решений

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами, практиками.

Стадия	Наименования дисциплины
1	Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика
2	Производственная преддипломная практика

Компетенция - ПК-2. Способен систематизировать и проводить количественный и качественный анализ информации, полученной в ходе проведения маркетинговых исследований, осуществлять прогноз рыночных показателей.

ПК-2.4. Обосновывает выбор количественных и качественных методов анализа, осуществляет сбор информации и её обработку.

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами, практиками.

Стадия	Наименования дисциплины
1	Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика
2	Производственная преддипломная практика

6. Объем практики

Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.

Практика реализуется в рамках практической подготовки.

Общая продолжительность практики 4 недели.

7. Содержание практики

Производственная технологическая практика, т.е. практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, является составной частью учебного процесса подготовки студентов. Во время практики происходит закрепление и конкретизация результатов теоретического обучения, приобретение студентами практических навыков и компетенций по избранной профессиональной деятельности. Практика проводится в четвертом и шестом семестрах, по две недели в учебном году.

Целью производственной практики является закрепление, расширение и углубление теоретических знаний, полученных на основе изученных дисциплин, приобретение навыков самостоятельного сбора и анализа определенной информации по программе практики и ее оценке, обеспечение формирования общепрофессиональных и профессиональных компетенций по направлению «Менеджмент» посредством знакомства с задачами профессиональной деятельности.

Задачи производственной практики состоят в следующем:

- систематизация и практическое закрепление, расширение знаний, полученных при изучении дисциплин учебного плана;
- развитие профессиональных навыков в условиях профессиональной деятельности;
- овладение навыками самостоятельной информационно-аналитической и организационно-управленческой работы;
- освоение существующих методов и способов сбора информации, ее обработки, анализа и интерпретации с учетом характерных особенностей, и специфики обследуемых объектов;
- освоение методами сбора, обработки и анализа информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;
- изучение существующей внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
- изучение существующей системы внутреннего документооборота организации;
- изучение существующей системы организации маркетинговой деятельности на предприятии;
- изучение особенностей и проблем деятельности конкретной организации;
- овладение навыками подготовки отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности.

Базами практики могут выступать предприятия отраслей народного хозяйства (преимущественно промышленные) различных организационно-правовых форм; объекты инфраструктуры предприятия; проектные организации; научно-исследовательские учреждения; образовательные учреждения; структурные подразделения БГТУ им. В.Г. Шухова; органы государственного управления и местного самоуправления; муниципальные организации; коммерческие организации (любой организационно-правовой формы).

Выбор мест прохождения практик для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

Основанием для назначения конкретной организации базой практики для студентов очной формы обучения является наличие заключенного договора между университетом и организацией на прохождение практики. Студенты заочной формы обучения направляются на практику по месту жительства и/или работы.

Руководство практикой осуществляет преподаватель кафедры и работник базового предприятия. Руководитель от университета, посещая предприятие, контролирует прохождение практики, проводит консультации. Руководитель практики от предприятия определяет рабочее место студентов, организует ознакомительную экскурсию, содействует студентам в получении необходимой информации, контролирует соблюдение студентами трудовой дисциплины и правил охраны труда, предварительно оценивает отчет и дает отзыв о работе студента-практиканта.

№ П/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы, на практике включая самостоятельную работу студентов
1.	Подготовительный	Проведение общих собраний студентов, направляемых на производственную практику. Собрания проводятся для ознакомления студентов: с целями и задачами производственной практики; этапами ее проведения; требованиями, которые предъявляются к местам практики и студентам; с учебно-методическим и информационным обеспечением производственной практики. Перед тем, как приступить к работе, студенты проходят инструктаж по технике безопасности, знакомятся с правилами внутреннего распорядка предприятия.
2.	Основной этап (исследовательский и аналитический).	<p>Производственная практика включает в себя исследовательский и аналитический этапы. На исследовательском этапе последовательно осуществляется: знакомство с организацией и ее руководителем или ответственным лицом от организации, сбор информации о предприятии, изучение основных характеристик организации, оценка деятельности предприятия на различных уровнях, изучение документации, внешних и внутренних связей, среды предприятия, оценка маркетинговой информационной системы, маркетинговых коммуникаций, эффективности деятельности службы маркетинга на предприятии. На аналитическом этапе студент должен обработать полученную на предыдущем этапе информацию, обобщить результаты, сформулировать выводы и сформулировать предложения (рекомендации) по маркетинговой деятельности предприятия.</p> <p>Руководство производственной практикой осуществляют руководитель от кафедры и руководитель от организации. В этот период студенты выполняют свои обязанности, определенные программой практики и требованиями предприятия.</p> <p>Основной формой проведения практики являются консультации представителей предприятия и преподавателей университета, сбор информации в структурных подразделениях предприятия, самостоятельная работа. Основными методами изучения являются личное наблюдение, экспертные оценки по опросам специалистов, выполнение общего и индивидуального заданий.</p> <p>Программу практики студенты выполняют путем:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Общего ознакомления с предприятием и основными показателями его деятельности; – Ознакомления с работой соответствующих отделов и служб; – Выполнение порученных работ в соответствующих отделах; – Сбор материалов для выполнения отчета по практике и курсовых работ (проектов), а также научно-исследовательской деятельности; – Беседами с рабочими, руководителями, специалистами, экспертами, маркетологами; – Самостоятельной работы с технической и экономической

		<p>литературой, с отчетной документацией предприятия.</p> <p>Сбор материалов для отчета, курсовых работ (проектов), для научно-исследовательской деятельности может осуществляться в следующих отделах:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Отдел маркетинга; – Планово-экономический отдел; – Финансовый отдел; – Бухгалтерия; – Отдел кадров; – Отдел труда и заработной платы; – Производственно-технический отдел; – Отдел сбыта и логистики; – В других экономических (технических) службах и посредством сети интернет.
3.	Заключительный	<p>Заключительный этап завершает производственную практику и проводится не позднее срока, установленного графиком учебного процесса. По окончании практики, перед зачетом, студенты представляют на кафедру оформленные: отчет по практике; отзыв руководителя практики от предприятия.</p> <p>Отчет рассматривается руководителем практики от кафедры. Отчет предварительно оценивается и допускается к защите после проверки его соответствия требованиям программы производственной практики.</p> <p>Практика для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.</p>

8. Формы отчетности по практике

Форма отчетности по производственной технологической практике в 4 семестре

Отчет о производственной практике должен быть составлен и оформлен в организации, где его предварительно оценивает руководитель практики от предприятия. Рекомендуемый объем отчета – 20-40 страниц. Текст отчета должен быть отредактирован и напечатан с соблюдением правил оформления научных работ, предусмотренных ГОСТами.

Материалы отчета, представлены в форме, не соответствующей перечисленным требованиям, возвращаются студентам на доработку.

Обязательные элементы отчета располагаются в следующем порядке:

1. Титульный лист.
2. Отзыв руководителя практики от предприятия.
3. Содержание
4. Введение.
5. Основная часть (состоит из разделов программы практики, индивидуального задания).
6. Заключение.
7. Список использованных источников.

Титульный лист является первой страницей работы и оформляется на стандартном бланке.

Оглавление включает введение, наименование всех разделов и подразделов работы, заключение, список использованных источников и наименование приложений.

Общая структура введения следующая: цель производственной практики, содержание задач по ее достижению; объект исследования; виды источников информации, использованных для выполнения отчета; виды методов, используемых при составлении отчета по практике; структура отчета по практике. Рекомендуемый объем введения 1-2 стр.

В заключении должны быть отражены итоговые результаты проведенных расчетов, анали-

за и оценки, а также наиболее интересные рекомендации и предложения автора. Объем заключения должен составлять 2-3 страницы. Следует отметить, что хорошо написанные введение и заключение дают четкое представление читающему о качестве проведенного исследования, круге рассматриваемых вопросов, методах и результатах исследования.

Основная часть (состоит из разделов программы практики и индивидуального задания). К обязательным разделам производственной практики №1 относятся:

- 1) общая характеристика предприятия;
- 2) исследование рынка и конкурентной среды;
- 3) оценка структурных элементов комплекса маркетинга;
- 4) индивидуальное задание по практике;
- 5) общие выводы и рекомендации.

Индивидуальное задание определяется руководителем практики от университета. Примерный перечень индивидуальных заданий с основными разделами основной части приведен ниже.

Задание 1.

Изучить общие сведения об организации: состояние и перспективы развития производственно-хозяйственной и маркетинговой деятельности: сферу деятельности (производственная, торговая, банковская и т.п.); специфику и специализацию деятельности, назначение товаров (услуг, работ); основные технико-экономические показатели работы организации: объем производства и реализации продукции (работ, услуг); объем продаж; показатели себестоимости (затрат) на производство и реализацию продукции; финансовые результаты его деятельности (доход, прибыль, рентабельность); показатели качества продукции и ее конкурентоспособности.

Содержание основной части отчета:

1. Организационно-экономическая характеристика предприятия.
2. Исследование рынка и конкурентной среды.
3. Оценка структурных элементов комплекса маркетинга.
4. Оценка качества и конкурентоспособности продукции предприятия.
5. Общие выводы и рекомендации.

Задание 2.

Исследовать состояние маркетинговой деятельности организации, особое внимание, обратив на следующие составляющие: макро- и микросреда организации; конкурентная среда организации; состояние и динамика целевого рынка; тенденции сбыта в различных сегментах рынка; ценовая политика; коммуникационный процесс (коммуникации между уровнями управления и подразделениями; коммуникации между предприятием (организацией) и внешней средой (органы государственного регулирования, потребители, поставщики и др.); информационная система управления (характеристика общей схемы информационных потоков в организации; средства передачи и преобразования информации; документооборот предприятия и его характеристика; организация делопроизводства, рационализация документооборота предприятия); организация каналов распределения продукции; стимулирование продаж: реклама, персональные продажи, PR-программы.

Содержание основной части отчета:

1. Организационно-экономическая характеристика предприятия.
2. Исследование рынка и конкурентной среды.
3. Оценка структурных элементов комплекса маркетинга.
4. Оценка сбытовой системы предприятия (коммуникации между предприятием и внешней средой, общая схема информационных потоков, организация каналов распределения продукции, стимулирование продаж).
5. Общие выводы и рекомендации.

Задание 3.

Оценить уровень организации маркетинга: дать общую характеристику предприятия (цели, задачи, масштаб деятельности); описать миссию и имидж предприятия; показать организационную структуру управления; характер организационных отношений между структурными

подразделениями; изучить кадровый потенциал предприятия; изучить организационную структуру маркетингового подразделения; квалификационный состав работников маркетинговой службы; состав и содержание выполняемых функций маркетинга в системе управления; место маркетингового подразделения.

Содержание основной части отчета:

1. Организационно-экономическая характеристика предприятия.
2. Исследование рынка и конкурентной среды.
3. Оценка структурных элементов комплекса маркетинга.
4. Оценка качества работы маркетингового подразделения предприятия.
5. Общие выводы и рекомендации

Задание 4.

Изучить деятельности коммерческой организации по следующей схеме:

1. Организационно-экономическая характеристика: организационно-правовая форма; виды деятельности; общая схема структурного построения и управления деятельностью; характеристика кадрового состава организации, формы оплаты труда, стимулирование персонала; структура, функции, задачи и взаимодействие основных маркетинговых служб с другими подразделениями; основные экономические показатели деятельности организации;

2. Характеристика маркетинговой среды: элементы макросреды; элементы микросреды (наиболее подробно рассмотреть конкурентов, их сильные и слабые стороны, а также целевые рынки и их характеристики).

3. Комплекс маркетинга, его оценка: наличие маркетинговой политики и стратегии организации; маркетинговая оценка ассортимента товаров (услуг); методики установления цен, организации в области ценообразования; рациональности имеющейся системы распространения; комплекс маркетинговых коммуникаций организации.

Содержание основной части отчета:

1. Организационно-экономическая характеристика предприятия.
2. Исследование рынка и конкурентной среды.
3. Оценка структурных элементов комплекса маркетинга.
4. Исследование маркетинговой политики и стратегии организации.
5. Общие выводы и рекомендации

Задание 5.

Изучить коммуникативную политику предприятия. Задание строится по следующей схеме: дать организационно-экономическую характеристику предприятия (сфера деятельности, основные технико-экономические показатели, организационная структура); провести анализ макро-, мезо- и микро маркетинговой среды; провести комплексный анализ коммуникативной политики (перечень видов рекламных продуктов в разрезе услуг, представляемых организацией; маркетинг и маркетинговые исследования при создании рекламного продукта; основные применяемые технологии, виды работ, привлекаемые подрядчики, работа организации с клиентами и СМИ; организация расчетов с рекламодателями за оказание услуг; организация взаимоотношений организации со СМИ при распространении рекламных обращений).

1. Организационно-экономическая характеристика предприятия.
2. Исследование рынка и конкурентной среды.
3. Оценка структурных элементов комплекса маркетинга.
4. Комплексный анализ коммуникативной политики предприятия.
5. Общие выводы и рекомендации

Форма отчетности по производственной технологической практике в 6 семестре

Основная часть (состоит из разделов программы практики и индивидуального задания). К обязательным разделам производственной практики №2 относятся:

- 1) общая характеристика предприятия;
- 2) исследование рынка и конкурентной среды;

- 3) оценка структурных элементов комплекса маркетинга;
- 4) индивидуальное задание по практике;
- 5) проведение маркетингового исследования (сбор первичной информации);
- 6) общие выводы и рекомендации.

В ходе производственной практики №2 студент должен обновить и углубить сведения о предприятии, собранные в ходе предыдущей производственной практики, а также подготовить исходную информацию для выполнения курсовых проектов (работ) в следующем учебном семестре. Если выбран иной объект исследования, тогда в данном разделе студенты должны собрать полную информацию по программе практики.

Индивидуальное задание определяется руководителем практики от университета. Примерный перечень индивидуальных заданий с основными разделами основной части приведен ниже.

Задание 1.

Изучить общие сведения об организации: состояние и перспективы развития производственно-хозяйственной и маркетинговой деятельности: сферу деятельности (производственная, торговая, банковская и т.п.); специфику и специализацию деятельности, назначение товаров (услуг, работ); основные технико-экономические показатели работы организации: объем производства и реализации продукции (работ, услуг); объем продаж; показатели себестоимости (затрат) на производство и реализацию продукции; финансовые результаты его деятельности (доход, прибыль, рентабельность); показатели качества продукции и ее конкурентоспособности.

Содержание основной части отчета:

6. Организационно-экономическая характеристика предприятия.
7. Исследование рынка и конкурентной среды.
8. Оценка структурных элементов комплекса маркетинга.
9. Оценка качества и конкурентоспособности продукции предприятия.
10. Проведение опроса потребителей (удовлетворенность потребителями качеством товаров, изучение реакции потребителей на модифицированный товар).
11. Общие выводы и рекомендации.

Задание 2.

Исследовать состояние маркетинговой деятельности организации, особое внимание, обратить на следующие составляющие: макро- и микросреда организации; конкурентная среда организации; состояние и динамика целевого рынка; тенденции сбыта в различных сегментах рынка; ценовая политика; коммуникационный процесс (коммуникации между уровнями управления и подразделениями; коммуникации между предприятием (организацией) и внешней средой (органы государственного регулирования, потребители, поставщики и др.); информационная система управления (характеристика общей схемы информационных потоков в организации; средства передачи и преобразования информации; документооборот предприятия и его характеристика; организация делопроизводства, рационализация документооборота предприятия); организация каналов распределения продукции; стимулирование продаж: реклама, персональные продажи, PR-программы.

Содержание основной части отчета:

1. Организационно-экономическая характеристика предприятия.
2. Исследование рынка и конкурентной среды.
3. Оценка структурных элементов комплекса маркетинга.
4. Оценка сбытовой системы предприятия (коммуникации между предприятием и внешней средой, общая схема информационных потоков, организация каналов распределения продукции, стимулирование продаж).
5. Проведение интервьюирования персонала для выявления стратегических возможностей.

Задание 3.

Оценить уровень организации маркетинга: дать общую характеристику предприятия (цели, задачи, масштаб деятельности); описать миссию и имидж предприятия; показать организационную структуру управления; характер организационных отношений между структурными подразделениями; изучить кадровый потенциал предприятия; изучить организационную струк-

туру маркетингового подразделения; квалификационный состав работников маркетинговой службы; состав и содержание выполняемых функций маркетинга в системе управления; место маркетингового подразделения.

Содержание основной части отчета:

6. Организационно-экономическая характеристика предприятия.
7. Исследование рынка и конкурентной среды.
8. Оценка структурных элементов комплекса маркетинга.
9. Оценка качества работы маркетингового подразделения предприятия.
10. Выявление резервов повышения эффективности деятельности отдела маркетинга с помощью метода фокус-группового исследования.
11. Общие выводы и рекомендации

Задание 4.

Изучить деятельности коммерческой организации по следующей схеме:

1. Организационно-экономическая характеристика: организационно-правовая форма; виды деятельности; общая схема структурного построения и управления деятельностью; характеристика кадрового состава организации, формы оплаты труда, стимулирование персонала; структура, функции, задачи и взаимодействие основных маркетинговых служб с другими подразделениями; основные экономические показатели деятельности организации;

2. Характеристика маркетинговой среды: элементы макросреды; элементы микросреды (наиболее подробно рассмотреть конкурентов, их сильные и слабые стороны, а также целевые рынки и их характеристики).

3. Комплекс маркетинга, его оценка: наличие маркетинговой политики и стратегии организации; маркетинговая оценка ассортимента товаров (услуг); методики установления цен, организации в области ценообразования; рациональности имеющейся системы распространения; комплекс маркетинговых коммуникаций организации.

Содержание основной части отчета:

1. Организационно-экономическая характеристика предприятия.
2. Исследование рынка и конкурентной среды.
3. Оценка структурных элементов комплекса маркетинга.
4. Исследование маркетинговой политики и стратегии организации.
5. Исследование деятельности конкурентов методом наблюдения.
6. Общие выводы и рекомендации

Задание 5.

Изучить коммуникативную политику предприятия. Задание строится по следующей схеме: дать организационно-экономическую характеристику предприятия (сфера деятельности, основные технико-экономические показатели, организационная структура); провести анализ макро-, мезо- и микро маркетинговой среды; провести комплексный анализ коммуникативной политики (перечень видов рекламных продуктов в разрезе услуг, представляемых организацией; маркетинг и маркетинговые исследования при создании рекламного продукта; основные применяемые технологии, виды работ, привлекаемые подрядчики, работа организации с клиентами и СМИ; организация расчетов с рекламодателями за оказание услуг; организация взаимоотношений организации со СМИ при распространении рекламных обращений).

1. Организационно-экономическая характеристика предприятия.
2. Исследование рынка и конкурентной среды.
3. Оценка структурных элементов комплекса маркетинга.
4. Комплексный анализ коммуникативной политики предприятия.
5. Исследование качества маркетинговых коммуникаций, узнаваемость бренда и МК.
6. Общие выводы и рекомендации

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

9.1. Реализация компетенций

Компетенция - ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем.

Наименование индикатора достижения компетенции	Используемые средства оценивания
ОПК-2.3. Осуществляет сбор, обработку, анализ и использование данных бухгалтерского учета, необходимых для решения поставленных управленческих задач.	<i>Дневник практики, содержание отчета по практике, собеседование, дифференцированный зачет</i>
ОПК-2.4. Осуществляет сбор, обработку и анализ данных в области экономики организации, необходимых для решения поставленных управленческих задач.	<i>Дневник практики, содержание отчета по практике, собеседование, дифференцированный зачет</i>
ОПК-2.5. Использует технологии проведения маркетингового исследования, осуществляет сбор, обработку и анализ данных в области маркетинга, необходимых для решения поставленных управленческих задач.	<i>Дневник практики, содержание отчета по практике, собеседование, дифференцированный зачет</i>

Компетенция - ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций.

Наименование индикатора достижения компетенции	Используемые средства оценивания
ОПК-4.3. Анализирует общехозяйственную и рыночную конъюнктуру рынка, использует методы прогнозирования для выявления рыночных возможностей в условиях изменения внешней среды.	<i>Дневник практики, содержание отчета по практике, собеседование, дифференцированный зачет</i>

Компетенция - ОПК-5. Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.

Наименование индикатора достижения компетенции	Используемые средства оценивания
ОПК-5.1. Использует современные продукты и программные средства в сфере ИКТ для решения стандартных профессиональных задач, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.	<i>Дневник практики, содержание отчета по практике, собеседование, дифференцированный зачет</i>

Компетенция - ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.

Наименование индикатора достижения компетенции	Используемые средства оценивания
ОПК-6.2. Использует современные информационные технологии при сборе, обработке и анализе данных, необходимых для решения задач профессиональной деятельности.	<i>Дневник практики, содержание отчета по практике, собеседование, дифференцированный зачет</i>

Компетенция - ПК-1. Способен проводить маркетинговые исследования, направленные на изучение рыночной конъюнктуры, конкурентной среды, потребительских предпочтений.

Наименование индикатора достижения компетенции	Используемые средства оценивания
ПК 1.3. Формулирует цель маркетингового исследования, составляет план и выбирает методы сбора информации необходимой для принятия управленческих ре-	<i>Дневник практики, содержание отчета по практике, собеседование, дифференцированный зачет</i>

шений.	
--------	--

Компетенция - ПК-2. Способен систематизировать и проводить количественный и качественный анализ информации, полученной в ходе проведения маркетинговых исследований, осуществлять прогноз рыночных показателей.

Наименование индикатора достижения компетенции	Используемые средства оценивания
ПК-2.4. Обосновывает выбор количественных и качественных методов анализа, осуществляет сбор информации и её обработку.	<i>Дневник практики, содержание отчет по практике, собеседование, дифференцированный зачет</i>

9.2. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации

Перечень контрольных вопросов (типовых заданий) для дифференцированного зачета

Компетенции	Вопрос
ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем.	Назовите источники информации для сбора данных, необходимых для решения экономических, маркетинговых и профессиональных задач?
	Какие существуют способы сбора данных, необходимых для решения Экономических, маркетинговых и профессиональных задач?
	Какие существуют способы обработки данных, необходимых для решения профессиональных задач в области менеджмента?
	Какие информационные технологии при сборе, обработке и анализе данных используются в организации (учреждении)?
	Какие современные технические средства и информационные технологии используются в процессе формирования управленческих решений в области деятельности хозяйствующего субъекта?
	Какие показатели можно рассчитать, используя информацию, размещенную в компьютерной сети Интернет?
	Какие методы анализа информации о состоянии внешней и внутренней среды предприятий применяются при формировании управленческих решений в области деятельности хозяйствующего субъекта
ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций.	Что понимают под термином «управленческое решение»?
	Какие существуют методы оценки управленческих решений?
	Какие виды управленческих решений Вы знаете?
	Кто может быть лицом, принимающим управленческое решение?
	Перечислите основные этапы обоснования и разработки бизнес-плана
	Охарактеризуйте методы оценки эффективности инвестиционных проектов.
	Какие существуют методы исследования конкурентной среды
	Назовите методы исследования рыночной конъюнктуры
	Опишите основные рыночные риски
Опишите основные рыночные возможности предприятия (организации)	
ОПК-5. Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, вклю-	Какие существуют критерии выбора программного обеспечения?
	Какие программные средства используют для решения профессиональных задач?
	Охарактеризуйте основные современные информационные технологии, используемые для решения профессиональных задач
	Критерии принятия стратегического решения в условиях неопределенности
	Методы анализа статистических данных для решения управленческих задач

Компетенции	Вопрос
чая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.	Какие существуют способы обработки данных, необходимых для решения профессиональных задач
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	Назовите источники информации для сбора данных, необходимых для решения экономических и профессиональных задач?
	Какие существуют способы сбора данных, необходимых для решения экономических и профессиональных задач?
	Какие существуют способы обработки данных, необходимых для решения профессиональных задач в области менеджмента?
	Что такое компьютерная справочная правовая система?
	Какие информационные системы имеются в Интернете?
	Какие показатели можно рассчитать, используя информацию, размещенную в компьютерной сети Интернет?
	Какие методы поиска и обработки информации используются в организации (учреждении)?
ПК-1. Способен проводить маркетинговые исследования, направленные на изучение рыночной конъюнктуры, конкурентной среды, потребительских предпочтений.	Этапы процесса планирования и реализации маркетингового исследования
	Критерии, показатели и методы оценки эффективности маркетинговых исследований
	Содержание и значение конкурентного анализа
	Методы исследования конкурентной среды
	Конъюнктурообразующие факторы, стимулирующие развитие бизнеса организации.
	Технология проведения конъюнктурного анализа
	Методический инструментарий конъюнктурного и конкурентного анализа
	Количественные и качественные показатели оценки рыночной конъюнктуры
	Сущность и технология прогнозирования конъюнктуры товарного рынка
	Дайте характеристику основных сегментов рынка, потребительских предпочтений на рынке.
ПК-2. Способен систематизировать и проводить количественный и качественный анализ информации, полученной в ходе проведения маркетинговых исследований, осуществлять прогноз рыночных показателей.	Основные подходы к применению количественных и качественных методов анализа при принятии управленческих решений
	Почему маркетинговые исследования являются важным этапом процесса управления маркетингом?
	Какие показатели использовались при анализе эффективности коммерческой деятельности?
	Способы организации проведения маркетинговых исследований с использованием современных методов и цифровых технологий
	Принципы и алгоритмы построения экономических, финансовых и организационно управленческих моделей
	Перечислите факторы прогнозы развития рынка.
	Какие задачи выдвигаются в маркетинговом прогнозировании.
	Опишите процедуру организации маркетингового прогнозирования?
	Какие группы методов прогнозирования чаще всего используются при проведении маркетинговых исследований?

9.3. Описание критериев оценивания компетенций и шкалы оценивания

При промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета, используется следующая шкала оценивания: 2 – неудовлетворительно, 3 – удовлетворительно, 4 – хорошо, 5 – отлично.

Критериями оценивания достижений показателей являются:

Наименование показателя оценивания результата обучения по практике	Критерий оценивания
<p>ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;</p> <p>ОПК-2.3. Осуществляет сбор, обработку, анализ и использование данных бухгалтерского учета, необходимых для решения поставленных управленческих задач</p>	
Знания	Перечень и возможности применения методов и программных средств обработки бухгалтерской информации.
Умения	Применять методы и программные средства обработки бухгалтерской информации; использовать современные методы организации планирования операционной (производственной) деятельности.
Навыки	Навыками и приемами взаимодействия со службами информационных технологий, использования корпоративных информационных систем.
<p>ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;</p> <p>ОПК-2.4. Осуществляет сбор, обработку и анализ данных в области экономики организации, необходимых для решения поставленных управленческих задач</p>	
Знания	Перечень и возможности применения методов и программных средств обработки технико-экономической информации организации.
Умения	Применять методы и программные средства обработки технико-экономической информации организации; использовать современные методы организации планирования операционной (производственной) деятельности.
Навыки	Навыками и приемами взаимодействия со службами информационных технологий, использования корпоративных информационных систем.
<p>ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;</p> <p>ОПК-2.5. Использует технологии проведения маркетингового исследования, осуществляет сбор, обработку и анализ данных в области маркетинга, необходимых для решения поставленных управленческих задач.</p>	
Знания	Принципы сбора, классификации, обработки и использования информации, основы исследовательской и аналитической деятельности в этой области.
Умения	Ориентируясь в рыночных условиях и используя отличные предметные знания, осуществить сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения управленческих задач Делать грамотные выводы по результатам проведенного анализа и предлагать мероприятия, повышающие эффективность компании.
Навыки	Методами разработки и реализации маркетинговых программ, навыками проведения переговоров с экономическими службами предприятий для сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов.
<p>ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;</p> <p>ОПК-4.3. Анализирует общехозяйственную и рыночную конъюнктуру рынка, использует методы прогнозирования для выявления рыночных возможностей в условиях изменения внешней среды</p>	

Знания	Методы исследования конкурентной среды, рыночной конъюнктуры; этапы процесса планирования и реализации маркетинговой деятельности организации; критерии, показатели и методы оценки эффективности маркетинговых исследований.
Умения	Организовывать проведение маркетинговых исследований; выносить аргументированные решения по результатам; оценивать риски и эффективность принимаемых по результатам исследований решений; составлять отчет в соответствии с современными требованиями к предоставлению информации.
Навыки	Навыками подготовки аналитических отчетов о состоянии и динамики развития рынков товаров и услуг, практическими навыками постановки, организации и решения конкретных задач маркетинга; методическими приемами разработки рекомендаций по решению маркетинговых проблем организации по результатам исследования.
<p>ОПК-5. Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ</p> <p>ОПК-5.1. Использует современные продукты и программные средства в сфере ИКТ для решения стандартных профессиональных задач, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ</p>	
Знания	Функции материально-технического снабжения в организации высокотехнологичного производства; формы и методы научной работы.
Умения	Определять сметную стоимость научно-исследовательских и проектно-конструкторских работ; определять потребность в материалах, для наукоемких предприятий; рассчитывать периодичности и объем заказа; осуществлять выбор поставщиков и оптимизировать затраты на рынках.
Навыки	Современными методами сбора и обработки экономических и социальных данных; современными методами анализа.
<p>ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-6.2. Использует современные информационные технологии при сборе, обработке и анализе данных, необходимых для решения задач профессиональной деятельности.</p>	
Знания	Возможности и границы применения программного обеспечения для анализа и качественного моделирования систем управления, системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных.
Умения	Владеть средствами программного обеспечения для ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов.
Навыки	Методами анализа информации применения средств программного обеспечения для ведения баз данных по различным показателям.
<p>ПК-1. Способен проводить маркетинговые исследования, направленные на изучение рыночной конъюнктуры, конкурентной среды, потребительских предпочтений.</p> <p>ПК 1.3. Формулирует цель маркетингового исследования, составляет план и выбирает методы сбора информации необходимой для принятия управленческих решений</p>	
Знания	Методы исследования конкурентной среды, рыночной конъюнктуры; этапы процесса планирования и реализации маркетингового исследования; критерии, показатели и методы оценки эффективности маркетинговых исследований.
Умения	Организовывать проведение маркетинговых исследований; выносить аргументированные решения по результатам; оценивать риски и эффективность принимаемых по результатам исследований решений; составлять отчет в соответствии с современными требованиями к предоставлению информации.
Навыки	Навыками подготовки аналитических отчетов о состоянии и динамики

	развития рынков товаров и услуг, методами оценки эффективности маркетинговых исследований; практическими навыками постановки, организации и решения конкретных задач маркетинговых исследований; методическими приемами разработки рекомендаций по решению маркетинговых проблем организации по результатам исследования.
ПК-2. Способен систематизировать и проводить количественный и качественный анализ информации, полученной в ходе проведения маркетинговых исследований, осуществлять прогноз рыночных показателей	
ПК-2.4. Обосновывает выбор количественных и качественных методов анализа, осуществляет сбор информации и её обработку	
Знания	Основные подходы к применению количественных и качественных методов анализа при принятии управленческих решений, принципы и алгоритмы построения экономических, финансовых и организационно управленческих моделей.
Умения	Осуществлять выбор математических моделей организационных систем, анализировать их адекватность и последствия применения; владеть средствами программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления.
Навыки	Навыками и методами экономического и организационно-управленческого моделирования; Моделями адаптации моделей к конкретным задачам управления.

Оценка преподавателем выставляется интегрально с учётом всех показателей и критериев оценивания.

Оценка сформированности компетенций по показателю Знания

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;				
ОПК-2.3. Осуществляет сбор, обработку, анализ и использование данных бухгалтерского учета, необходимых для решения поставленных управленческих задач				
Знание перечня и возможностей применения методов и программных средств обработки бухгалтерской информации.	Не знает перечень и возможности применения методов и программных средств обработки бухгалтерской информации.	Знает некоторые перечни и возможности применения методов и программных средств обработки бухгалтерской информации. Отвечает с помощью преподавателя. Говорит не уверенно, путает некоторые определения.	Знает перечень и возможности применения методов и программных средств обработки бухгалтерской информации, но иногда допускает незначительные ошибки.	Обладает исчерпывающим знанием перечня и возможностей применения методов и программных средств обработки бухгалтерской информации.
ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;				
ОПК-2.4. Осуществляет сбор, обработку и анализ данных в области экономики организации, необходимых для решения поставленных управленческих задач				
Знание перечня и	Не знает пере-	Знает некоторые	Знает перечень и	Обладает исчер-

возможностей применения методов и программных средств обработки технико-экономической информации организации	чень и возможности применения методов и программных средств обработки технико-экономической информации организации	перечни и возможности применения методов и программных средств обработки технико-экономической информации организации. Отвечает с помощью преподавателя. Говорит не уверенно, путает некоторые определения.	возможности применения методов и программных средств обработки технико-экономической информации организации, но иногда допускает незначительные ошибки.	пывающим знанием перечней и возможностей применения методов и программных средств обработки технико-экономической информации организации
<p>ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;</p> <p>ОПК-2.5. Использует технологии проведения маркетингового исследования, осуществляет сбор, обработку и анализ данных в области маркетинга, необходимых для решения поставленных управленческих задач.</p>				
Знание принципов сбора, классификации, обработки и использования информации, основы исследовательской и аналитической деятельности в этой области.	Не знает принципы сбора, классификации, обработки и использования информации, основы исследовательской и аналитической деятельности в этой области.	Знает некоторые принципы сбора, классификации, обработки и использования информации, основы исследовательской и аналитической деятельности в этой области. Отвечает с помощью преподавателя. Говорит не уверенно, путает некоторые определения.	Знает принципы сбора, классификации, обработки и использования информации, основы исследовательской и аналитической деятельности в этой области, но иногда допускает незначительные ошибки.	Обладает исчерпывающим знанием принципов сбора, классификации, обработки и использования информации, основы исследовательской и аналитической деятельности в этой области
<p>ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;</p> <p>ОПК-4.3. Анализирует общехозяйственную и рыночную конъюнктуру рынка, использует методы прогнозирования для выявления рыночных возможностей в условиях изменения внешней среды</p>				
Знание методов исследования конкурентной среды, рыночной конъюнктуры; этапы процесса планирования и реализации маркетинговой деятельности организации; крите-	Не знает методы исследования конкурентной среды, рыночной конъюнктуры; этапы процесса планирования и реализации маркетинговой деятельности организации; крите-	Знает некоторые методы исследования конкурентной среды, рыночной конъюнктуры; этапы процесса планирования и реализации маркетинговой деятельности организации;	Знает методы исследования конкурентной среды, рыночной конъюнктуры; этапы процесса планирования и реализации маркетинговой деятельности организации; крите-	Обладает исчерпывающим знанием методов исследования конкурентной среды, рыночной конъюнктуры; этапы процесса планирования и реализации маркетинговой деятельно-

рии, показатели и методы оценки эффективности маркетинговых исследований.	рии, показатели и методы оценки эффективности маркетинговых исследований.	критерии, показатели и методы оценки эффективности маркетинговых исследований. Отвечает с помощью преподавателя. Говорит не уверенно, путает некоторые определения.	рии, показатели и методы оценки эффективности маркетинговых исследований, но иногда допускает незначительные ошибки.	сти организации; критерии, показатели и методы оценки эффективности маркетинговых исследований.
---	---	---	--	---

ОПК-5. Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ

ОПК-5.1. Использует современные продукты и программные средства в сфере ИКТ для решения стандартных профессиональных задач, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ

Знание функций материально-технического снабжения в организации высокотехнологичного производства; формы и методы научной работы.	Не знает Функции материально-технического снабжения в организации высокотехнологичного производства; формы и методы научной работы.	Знает некоторые Функции материально-технического снабжения в организации высокотехнологичного производства; формы и методы научной работы. Отвечает с помощью преподавателя. Говорит не уверенно, путает некоторые определения.	Знает Функции материально-технического снабжения в организации высокотехнологичного производства; формы и методы научной работы, но иногда допускает незначительные ошибки.	Обладает исчерпывающим знанием функций материально-технического снабжения в организации высокотехнологичного производства; формы и методы научной работы.
---	---	---	---	---

ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

ОПК-6.2. Использует современные информационные технологии при сборе, обработке и анализе данных, необходимых для решения задач профессиональной деятельности.

Знание подходов и способов организации систем получения, хранения и переработки информации и виды и типы документов, справочно-библиографический аппарат и электронные библиотечные системы библиотеки, средства и способы поиска	Не знает подходы и способы организации систем получения, хранения и переработки информации и виды и типы документов, справочно-библиографический аппарат и электронные библиотечные системы библиотеки, средства и способы поиска	Знает некоторые подходы и способы организации систем получения, хранения и переработки информации, и виды, и типы документов, справочно-библиографический аппарат и электронные библиотечные системы библиотеки, средства и способы поиска	Знает подходы и способы организации систем получения, хранения и переработки информации и виды и типы документов, справочно-библиографический аппарат и электронные библиотечные системы библиотеки, средства и способы поиска	Обладает исчерпывающим знанием подходов и способов организации систем получения, хранения и переработки информации и виды и типы документов, справочно-библиографический аппарат и электронные библиотечные системы библиотеки, средства и способы поиска
---	---	--	--	---

информации, технологию оформления научных работ.	информации, технологию оформления научных работ.	способы поиска информации, технологию оформления научных работ. Отвечает с помощью преподавателя. Говорит не уверенно, путает некоторые определения.	информации, технологию оформления научных работ, но иногда допускает незначительные ошибки.	теки, средства и способы поиска информации, технологию оформления научных работ.
--	--	--	---	--

ПК-1. Способен проводить маркетинговые исследования, направленные на изучение рыночной конъюнктуры, конкурентной среды, потребительских предпочтений.

ПК 1.3. Формулирует цель маркетингового исследования, составляет план и выбирает методы сбора информации необходимой для принятия управленческих решений

Знание методов исследования конкурентной среды, рыночной конъюнктуры; этапы процесса планирования и реализации маркетингового исследования; критерии, показатели и методы оценки эффективности маркетинговых исследований.	Не знает методы исследования конкурентной среды, рыночной конъюнктуры; этапы процесса планирования и реализации маркетингового исследования; критерии, показатели и методы оценки эффективности маркетинговых исследований.	Знает некоторые методы исследования конкурентной среды, рыночной конъюнктуры; этапы процесса планирования и реализации маркетингового исследования; критерии, показатели и методы оценки эффективности маркетинговых исследований. Отвечает с помощью преподавателя. Говорит не уверенно, путает некоторые определения.	Знает методы исследования конкурентной среды, рыночной конъюнктуры; этапы процесса планирования и реализации маркетингового исследования; критерии, показатели и методы оценки эффективности маркетинговых исследований, но иногда допускает незначительные ошибки.	Знание методов исследования конкурентной среды, рыночной конъюнктуры; этапы процесса планирования и реализации маркетингового исследования; критерии, показатели и методы оценки эффективности маркетинговых исследований.
--	---	---	---	--

ПК-2. Способен систематизировать и проводить количественный и качественный анализ информации, полученной в ходе проведения маркетинговых исследований, осуществлять прогноз рыночных показателей

ПК-2.4. Обосновывает выбор количественных и качественных методов анализа, осуществляет сбор информации и её обработку

Знание основных подходы к применению количественных и качественных методов анализа при принятии управленческих решений, принципы и алгоритмы построения экономических, фи-	Не знает основные подходы к применению количественных и качественных методов анализа при принятии управленческих решений, принципы и алгоритмы построения экономических, фи-	Знает некоторые подходы к применению количественных и качественных методов анализа при принятии управленческих решений, принципы и алгоритмы построения экономических, фи-	Знает основные подходы к применению количественных и качественных методов анализа при принятии управленческих решений, принципы и алгоритмы построения экономических, фи-	Обладает исчерпывающим знанием основных подходы к применению количественных и качественных методов анализа при принятии управленческих решений, принципы и алгоритмы по-
--	--	--	---	--

нансовых и организационно управленческих моделей.	финансовых и организационно управленческих моделей.	нансовых и организационно управленческих моделей. Отвечает с помощью преподавателя. Говорит не уверенно, путает некоторые определения.	нансовых и организационно управленческих моделей, но иногда допускает незначительные ошибки.	строения экономических, финансовых и организационно управленческих моделей.
---	---	--	--	---

Оценка сформированности компетенций по показателю Умения

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
<p>ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;</p> <p>ОПК-2.3. Осуществляет сбор, обработку, анализ и использование данных бухгалтерского учета, необходимых для решения поставленных управленческих задач</p>				
Умение применять методы и программные средства обработки бухгалтерской информации; использовать современные методы организации планирования операционной (производственной) деятельности.	Не умеет применять методы и программные средства обработки бухгалтерской информации; использовать современные методы организации планирования операционной (производственной) деятельности.	Испытывает затруднения в применении методов и программных средств обработки бухгалтерской информации; использовать современные методы организации планирования операционной (производственной) деятельности.	Правильно умеет применять методы и программные средства обработки бухгалтерской информации; использовать современные методы организации планирования операционной (производственной) деятельности. Допускает ошибки и неточности.	Правильно умеет применять методы и программные средства обработки бухгалтерской информации; использовать современные методы организации планирования операционной (производственной) деятельности.
<p>ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;</p> <p>ОПК-2.4. Осуществляет сбор, обработку и анализ данных в области экономики организации, необходимых для решения поставленных управленческих задач</p>				
Умение применять методы и программные средства обработки технико-экономической информации организации; использовать современные методы организации планирования операционной	Не умеет применять методы и программные средства обработки технико-экономической информации организации; использовать современные методы организации планирования операционной	Испытывает затруднения в применении методов и программных средств обработки технико-экономической информации организации; использовать современные методы организации планирования операционной	Правильно умеет применять методы и программные средства обработки технико-экономической информации организации; использовать современные методы организации планирования операционной	Правильно умеет применять методы и программные средства обработки технико-экономической информации организации; использовать современные методы организации планирования операционной

(производственной) деятельности.	(производственной) деятельности.	планирования операционной (производственной) деятельности.	(производственной) деятельности. Допускает ошибки и неточности.	(производственной) деятельности.
<p>ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;</p> <p>ОПК-2.5. Использует технологии проведения маркетингового исследования, осуществляет сбор, обработку и анализ данных в области маркетинга, необходимых для решения поставленных управленческих задач.</p>				
Умение ориентироваться в рыночных условиях и используя различные предметные знания, осуществить сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения управленческих задач делать грамотные выводы по результатам проведенного анализа и предлагать мероприятия, повышающие эффективность компании	Не умеет ориентироваться в рыночных условиях и используя различные предметные знания, осуществить сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения управленческих задач делать грамотные выводы по результатам проведенного анализа и предлагать мероприятия, повышающие эффективность компании	Испытывает затруднения при осуществлении сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения управленческих задач делать грамотные выводы по результатам проведенного анализа и предлагать мероприятия, повышающие эффективность компании	Правильно умеет, ориентируясь в рыночных условиях и используя различные предметные знания, осуществить сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения управленческих задач делать грамотные выводы по результатам проведенного анализа и предлагать мероприятия, повышающие эффективность компании. Допускает ошибки и неточности.	Правильно умеет, ориентируясь в рыночных условиях и используя различные предметные знания, осуществить сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения управленческих задач делать грамотные выводы по результатам проведенного анализа и предлагать мероприятия, повышающие эффективность компании
<p>ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;</p> <p>ОПК-4.3. Анализирует общехозяйственную и рыночную конъюнктуру рынка, использует методы прогнозирования для выявления рыночных возможностей в условиях изменения внешней среды</p>				
Умение организовывать проведение маркетинговых исследований; выносить аргументированные решения по результатам; оценивать риски и эффективность принимаемых по результатам исследований решений; состав-	Не умеет организовывать проведение маркетинговых исследований; выносить аргументированные решения по результатам; оценивать риски и эффективность принимаемых по результатам исследований решений; состав-	Испытывает затруднения в организации проведения маркетинговых исследований; выносить аргументированные решения по результатам; оценивать риски и эффективность принимаемых по результатам иссле-	Правильно умеет организовывать проведение маркетинговых исследований; выносить аргументированные решения по результатам; оценивать риски и эффективность принимаемых по результатам исследований реше-	Правильно умеет организовывать проведение маркетинговых исследований; выносить аргументированные решения по результатам; оценивать риски и эффективность принимаемых по результатам исследований реше-

<p>лять отчет в соответствии с современными требованиями к предоставлению информации.</p>	<p>лять отчет в соответствии с современными требованиями к предоставлению информации.</p>	<p>дований решений; составлять отчет в соответствии с современными требованиями к предоставлению информации.</p>	<p>ний; составлять отчет в соответствии с современными требованиями к предоставлению информации. Допускает ошибки и неточности.</p>	<p>ний; составлять отчет в соответствии с современными требованиями к предоставлению информации.</p>
<p>ОПК-5. Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ</p> <p>ОПК-5.1. Использует современные продукты и программные средства в сфере ИКТ для решения стандартных профессиональных задач, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ</p>				
<p>Умение определять сметную стоимость научно-исследовательских и проектно-конструкторских работ; определять потребность в материалах, для наукоемких предприятий; рассчитывать периодичности и объем заказа; осуществлять выбор поставщиков и оптимизировать затраты на рынках;</p>	<p>Не умеет определять сметную стоимость научно-исследовательских и проектно-конструкторских работ; определять потребность в материалах, для наукоемких предприятий; рассчитывать периодичности и объем заказа; осуществлять выбор поставщиков и оптимизировать затраты на рынках;</p>	<p>Испытывает затруднения в определении сметной стоимости научно-исследовательских и проектно-конструкторских работ; определять потребность в материалах, для наукоемких предприятий; рассчитывать периодичности и объем заказа; осуществлять выбор поставщиков и оптимизировать затраты на рынках;</p>	<p>Правильно умеет определять сметную стоимость научно-исследовательских и проектно-конструкторских работ; определять потребность в материалах, для наукоемких предприятий; рассчитывать периодичности и объем заказа; осуществлять выбор поставщиков и оптимизировать затраты на рынках. Допускает ошибки и неточности.</p>	<p>Правильно умеет определять сметную стоимость научно-исследовательских и проектно-конструкторских работ; определять потребность в материалах, для наукоемких предприятий; рассчитывать периодичности и объем заказа; осуществлять выбор поставщиков и оптимизировать затраты на рынках;</p>
<p>ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-6.2. Использует современные информационные технологии при сборе, обработке и анализе данных, необходимых для решения задач профессиональной деятельности.</p>				
<p>Умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры понимать и применять на практике компьютерные технологии для решения различных задач,</p>	<p>Не умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры понимать и применять на практике компьютерные технологии для решения различных задач,</p>	<p>Испытывает затруднения в решении стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры понимать и применять на практике компьютерные технологии для ре-</p>	<p>Правильно умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры понимать и применять на практике компьютерные технологии для решения раз-</p>	<p>Правильно умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры понимать и применять на практике компьютерные технологии для решения раз-</p>

использовать стандартное программное обеспечение.	использовать стандартное программное обеспечение.	шения различных задач, использовать стандартное программное обеспечение.	личных задач, использовать стандартное программное обеспечение. Допускает ошибки и неточности	личных задач, использовать стандартное программное обеспечение.
---	---	--	---	---

ПК-1. Способен проводить маркетинговые исследования, направленные на изучение рыночной конъюнктуры, конкурентной среды, потребительских предпочтений.

ПК 1.3. Формулирует цель маркетингового исследования, составляет план и выбирает методы сбора информации необходимой для принятия управленческих решений

Умение организовывать проведение маркетинговых исследований; выносить аргументированные решения по результатам; оценивать риски и эффективность принимаемых по результатам исследований решений; составлять отчет в соответствии с современными требованиями к предоставлению информации.	Не умеет организовывать проведение маркетинговых исследований; выносить аргументированные решения по результатам; оценивать риски и эффективность принимаемых по результатам исследований решений; составлять отчет в соответствии с современными требованиями к предоставлению информации.	Испытывает затруднения в организации проведения маркетинговых исследований; выносить аргументированные решения по результатам; оценивать риски и эффективность принимаемых по результатам исследований решений; составлять отчет в соответствии с современными требованиями к предоставлению информации.	Правильно умеет организовывать проведение маркетинговых исследований; выносить аргументированные решения по результатам; оценивать риски и эффективность принимаемых по результатам исследований решений; составлять отчет в соответствии с современными требованиями к предоставлению информации. Допускает ошибки и неточности.	Правильно умеет организовывать проведение маркетинговых исследований; выносить аргументированные решения по результатам; оценивать риски и эффективность принимаемых по результатам исследований решений; составлять отчет в соответствии с современными требованиями к предоставлению информации.
---	---	--	---	--

ПК-2. Способен систематизировать и проводить количественный и качественный анализ информации, полученной в ходе проведения маркетинговых исследований, осуществлять прогноз рыночных показателей

ПК-2.4. Обосновывает выбор количественных и качественных методов анализа, осуществляет сбор информации и её обработку

Умение осуществлять выбор математических моделей организационных систем, анализировать их адекватность и последствия применения; владеть средствами программного обеспечения анализа и количественного моделирова-	Не умеет осуществлять выбор математических моделей организационных систем, анализировать их адекватность и последствия применения; владеть средствами программного обеспечения анализа и количественного моделирова-	Испытывает затруднения в осуществлении выбор математических моделей организационных систем, анализировать их адекватность и последствия применения; владеть средствами программного обеспечения анализа	Правильно умеет осуществлять выбор математических моделей организационных систем, анализировать их адекватность и последствия применения; владеть средствами программного обеспечения анализа и количественно-	Правильно умеет осуществлять выбор математических моделей организационных систем, анализировать их адекватность и последствия применения; владеть средствами программного обеспечения анализа и количественно-
--	--	---	--	--

ния систем управления.	ния систем управления.	и количественно-го моделирования систем управления.	го моделирования систем управления. Допускает ошибки и неточности.	го моделирования систем управления.
------------------------	------------------------	---	--	-------------------------------------

Оценка сформированности компетенций по показателю Навыки

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
<p>ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;</p> <p>ОПК-2.3. Осуществляет сбор, обработку, анализ и использование данных бухгалтерского учета, необходимых для решения поставленных управленческих задач</p>				
Владеет навыками и приемами взаимодействия со службами информационных технологий, использования корпоративных информационных систем.	Не владеет навыками и приемами взаимодействия со службами информационных технологий, использования корпоративных информационных систем.	Испытывает затруднения во взаимодействии со службами информационных технологий, использования корпоративных информационных систем.	Частично владеет навыками и приемами взаимодействия со службами информационных технологий, использования корпоративных информационных систем.	Полностью владеет навыками и приемами взаимодействия со службами информационных технологий, использования корпоративных информационных систем.
<p>ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;</p> <p>ОПК-2.4. Осуществляет сбор, обработку и анализ данных в области экономики организации, необходимых для решения поставленных управленческих задач</p>				
Владеет навыками и приемами взаимодействия со службами информационных технологий, использования корпоративных информационных систем.	Не владеет навыками и приемами взаимодействия со службами информационных технологий, использования корпоративных информационных систем.	Испытывает затруднения во взаимодействии со службами информационных технологий, использования корпоративных информационных систем.	Частично владеет навыками и приемами взаимодействия со службами информационных технологий, использования корпоративных информационных систем.	Полностью владеет навыками и приемами взаимодействия со службами информационных технологий, использования корпоративных информационных систем.
<p>ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;</p> <p>ОПК-2.5. Использует технологии проведения маркетингового исследования, осуществляет сбор, обработку и анализ данных в области маркетинга, необходимых для решения поставленных управленческих задач.</p>				
Владеет методами разработки и реализации маркетинговых программ,	Не владеет методами разработки и реализации маркетинговых программ,	Испытывает затруднения в разработке и реализации маркетинговых программ,	Частично владеет методами разработки и реализации маркетинговых программ,	Полностью владеет методами разработки и реализации маркетинговых программ,

навыками проведения переговоров с экономическими службами предприятий для сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов.	навыками проведения переговоров с экономическими службами предприятий для сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов.	навыками проведения переговоров с экономическими службами предприятий для сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов.	навыками проведения переговоров с экономическими службами предприятий для сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов.	навыками проведения переговоров с экономическими службами предприятий для сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов.
---	---	---	---	---

ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;

ОПК-4.3. Анализирует общехозяйственную и рыночную конъюнктуру рынка, использует методы прогнозирования для выявления рыночных возможностей в условиях изменения внешней среды

Владеет навыками подготовки аналитических отчетов о состоянии и динамики развития рынков товаров и услуг, практическими навыками постановки, организации и решения конкретных задач маркетинга; методическими приемами разработки рекомендаций по решению маркетинговых проблем организации по результатам	Не владеет навыками подготовки аналитических отчетов о состоянии и динамики развития рынков товаров и услуг, практическими навыками постановки, организации и решения конкретных задач маркетинга; методическими приемами разработки рекомендаций по решению маркетинговых проблем организации по результатам	Испытывает затруднения в подготовке аналитических отчетов о состоянии и динамики развития рынков товаров и услуг, практическими навыками постановки, организации и решения конкретных задач маркетинга; методическими приемами разработки рекомендаций по решению маркетинговых проблем организации по результатам	Частично владеет навыками подготовки аналитических отчетов о состоянии и динамики развития рынков товаров и услуг, практическими навыками постановки, организации и решения конкретных задач маркетинга; методическими приемами разработки рекомендаций по решению маркетинговых проблем организации по результатам	Полностью владеет навыками подготовки аналитических отчетов о состоянии и динамики развития рынков товаров и услуг, практическими навыками постановки, организации и решения конкретных задач маркетинга; методическими приемами разработки рекомендаций по решению маркетинговых проблем организации по результатам
--	---	--	---	--

ОПК-5. Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ

ОПК-5.1. Использует современные продукты и программные средства в сфере ИКТ для решения стандартных профессиональных задач, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ

Владеет современными методами сбора и	Не владеет современными методами сбора и	Испытывает затруднения в современном	Частично владеет современными методами сбора и	Полностью владеет современными
---------------------------------------	--	--------------------------------------	--	--------------------------------

обработки экономических и социальных данных; современными методами анализа.	обработки экономических и социальных данных; современными методами анализа.	сборе и обработке экономических и социальных данных; современными методами анализа.	обработки экономических и социальных данных; современными методами анализа.	методами сбора и обработки экономических и социальных данных; современными методами анализа.
---	---	---	---	--

ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

ОПК-6.2. Использует современные информационные технологии при сборе, обработке и анализе данных, необходимых для решения задач профессиональной деятельности.

Владеет способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности и методами и средствами получения, хранения и переработки информации.	Не владеет способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности и методами и средствами получения, хранения и переработки информации.	Испытывает затруднения при решении стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности и методами и средствами получения, хранения и переработки информации.	Частично владеет способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности и методами и средствами получения, хранения и переработки информации.	В полной мере владеет способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности и методами и средствами получения, хранения и переработки информации.
---	--	---	--	---

ПК-1. Способен проводить маркетинговые исследования, направленные на изучение рыночной конъюнктуры, конкурентной среды, потребительских предпочтений.

ПК 1.3. Формулирует цель маркетингового исследования, составляет план и выбирает методы сбора информации необходимой для принятия управленческих решений

Владеет навыками подготовки аналитических отчетов о состоянии и динамики развития рынков товаров и услуг, методами оценки эффективности маркетинговых исследований; практическими навыками постановки,	Не владеет навыками подготовки аналитических отчетов о состоянии и динамики развития рынков товаров и услуг, методами оценки эффективности маркетинговых исследований; практическими навыками	Испытывает затруднения в подготовке аналитических отчетов о состоянии и динамики развития рынков товаров и услуг, методами оценки эффективности маркетинговых исследований; практическими навыками	Частично владеет навыками подготовки аналитических отчетов о состоянии и динамики развития рынков товаров и услуг, методами оценки эффективности маркетинговых исследований; практическими навыками	Полностью владеет навыками подготовки аналитических отчетов о состоянии и динамики развития рынков товаров и услуг, методами оценки эффективности маркетинговых исследований; практическими навыками
--	---	--	---	--

организации и решения конкретных задач маркетинговых исследований; методическими приемами разработки рекомендаций по решению маркетинговых проблем организации по результатам исследования.	постановки, организации и решения конкретных задач маркетинговых исследований; методическими приемами разработки рекомендаций по решению маркетинговых проблем организации по результатам исследования.	постановки, организации и решения конкретных задач маркетинговых исследований; методическими приемами разработки рекомендаций по решению маркетинговых проблем организации по результатам исследования.	постановки, организации и решения конкретных задач маркетинговых исследований; методическими приемами разработки рекомендаций по решению маркетинговых проблем организации по результатам исследования.	постановки, организации и решения конкретных задач маркетинговых исследований; методическими приемами разработки рекомендаций по решению маркетинговых проблем организации по результатам исследования.
ПК-2. Способен систематизировать и проводить количественный и качественный анализ информации, полученной в ходе проведения маркетинговых исследований, осуществлять прогноз рыночных показателей				
ПК-2.4. Обосновывает выбор количественных и качественных методов анализа, осуществляет сбор информации и её обработку				
Владеет навыками и методами экономического и организационно-управленческого моделирования; моделями адаптации моделей к конкретным задачам управления.	Не владеет навыками и методами экономического и организационно-управленческого моделирования; моделями адаптации моделей к конкретным задачам управления.	Испытывает затруднения в применении методов экономического и организационно-управленческого моделирования; моделями адаптации моделей к конкретным задачам управления.	Частично владеет навыками и методами экономического и организационно-управленческого моделирования; моделями адаптации моделей к конкретным задачам управления.	Полностью владеет навыками и методами экономического и организационно-управленческого моделирования; моделями адаптации моделей к конкретным задачам управления.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

10.1. Перечень учебной литературы, интернет ресурсов, профессиональных баз данных, информационно-справочных систем

а) основная литература:

1. Щетинина Е. Д. Методические указания к прохождению производственной практики для студентов очной и заочной форм обучения направления подготовки 38.03.02 - Менеджмент профиля "Маркетинг" / сост.: Е. Д. Щетинина, Т. А. Дубровина. - Белгород: Издательство БГТУ им. В. Г. Шухова, 2017. - 14 с.

2. Бренд-менеджмент и его составляющие: монография / Е. Д. Щетинина [и др.]; БГТУ им. В. Г. Шухова. - Белгород: Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2014. - 134 с.

<https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2015102916501688500000659777>

3. Дубино, Н. В. Деловые коммуникации промышленного предприятия : учебное пособие для студентов заочной формы обучения с применением дистанционных технологий обучающихся по направлению подготовки бакалавриата 38.03.02 «Менеджмент» / Н. В. Дубино, Е. Д. Щетинина, М. С. Старикова. - Белгород: Издательство БГТУ им. В. Г. Шухова, 2016. - 305 с. <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2016072813593593900000659713>
4. Инновационный маркетинг: методы и инструменты: монография / Е. Д. Щетинина [и др.]; БГТУ им. В. Г. Шухова. - Белгород: Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2014. - 209 с. <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2014121617255375300000656502>
5. Конкурентоспособность промышленного предприятия в условиях импортозамещения: монография / Е. Д. Щетинина [и др.]; ред.: Е. Д. Щетинина, Т. А. Дубровина. - Белгород: Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2015. - 170 с. <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2015101214484323900000655488>
6. Пономарева, Т. Н. Информационные системы маркетинга : учеб. пособие для студентов очной и заоч. форм обучения направления бакалавриата 080200 - Менеджмент профиля подгот. «Маркетинг» / Т. Н. Пономарева, М. С. Старикова; БГТУ им. В. Г. Шухова. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2015. : <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2015111312242385100000659785>
7. Старикова, М. С. Теория и практика маркетинга : учеб. пособие для студентов направления бакалавриата 080002 - Менеджмент / М. С. Старикова, Т. Н. Пономарева, С. М. Микалут ; БГТУ им. В. Г. Шухова. - Белгород: Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2013. - 320 с. (Экз. 58) / [Электронный ресурс] : <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2014040921153893869400001791>
8. Старикова, М. С. Управление деловыми взаимодействиями промышленной корпорации : монография / М. С. Старикова, Е. Д. Щетинина. - Белгород: Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2015. - 134 с. <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2016061710241470800000659588>
9. Трансформация моделей маркетингового взаимодействия: монография / М. С. Старикова [и др.]. - Белгород: Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2015. - 271 с. Экземпляры всего: 5
10. Формирование и оценка конкурентных позиций предприятий промышленности: монография / Е. Д. Щетинина [и др.]. - Белгород: Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2016. - 228 с. <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2016051914122391300000657733>
11. Щетинина, Е. Д. Стратегическая диагностика промышленного предприятия: проблемы и методы : монография / Е. Д. Щетинина, С. К. Кочина. - Белгород: Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2016. - 193 с. <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2016082613085819000000653662>
12. Щетинина, Е. Д. Управление конкурентоспособностью предприятия : учебное пособие для магистров направления 38.04.02 - Менеджмент профилей подготовки "Корпоративный маркетинг", "Стратегический менеджмент" / Е. Д. Щетинина, Н. В. Дубино. - Белгород: Издательство БГТУ им. В. Г. Шухова, 2016. <https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2016080115065357300000655811>

б) дополнительная литература:

1. Бердышев С.Н. Информационный маркетинг: практическое пособие /

Бердышев С.Н.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. 216— с. <http://www.iprbookshop.ru/5996>

2. Егорова М.М. Маркетинг: учебное пособие / Егорова М.М., Логинова Е.Ю., Швайко И.Г.— С.: Научная книга, 2012. 159— с. <http://www.iprbookshop.ru/6297>

3. Кметь Е.Б. Управление маркетингом: учебник / Кметь Е.Б., Ким А.Г.— С.: Вузовское образование, 2016. 284 с. <http://www.iprbookshop.ru/43373>

4. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - 12-е изд. - Санкт-Петербург: ПИТЕР, 2009, 2010. - 814 с. - (Классический зарубежный учебник). - ISBN 978-5-469-00989-4: Экземпляры всего: 6

5. Ламбен, Ж. -Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок = Market-driven management : учеб. для слушателей, обучающихся по программе "Мастер делового администрирования" / Ж. -Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг. - 2-е изд. - Москва; Санкт-Петербург; Нижний Новгород: Питер, 2012. - 720 с. - ISBN 978-5-4237-02559-5: Экземпляры всего: 15

в) интернет-ресурсы:

1) www.statsoft.ru (Официальный сайт российского представительства компании StatSoft)

2) www.gks.ru - Федеральная служба государственной статистики (Росстат) собирает и агрегирует всю официальную информацию, собираемую государственными службами и ведомствами. В Росстате можно получить подробную информацию по различным отраслям и регионам России.

3) <http://www.marketing.spb.ru/> - Энциклопедия Маркетинга. Проект содержит большое количество аналитических материалов и описаний управленческих технологий в разделах «Маркетинг Менеджмент», «Маркетинговый анализ», «Маркетинговые коммуникации» и др.

4) <http://marketing.rbc.ru/> - РосБизнесКонсалтинг. Проект РБК — «Исследования рынков» систематизирует маркетинговые исследования ведущих российских компаний о практически всех товарных рынках и услугах. Сейчас в базе данных компании хранится около 4500 исследований разных отраслевых рынков, а также бизнес-планов и рекомендаций.

10.2. Материально-техническая база

№	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Учебная аудитория для проведения лекционных и практических занятий, консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации и самостоятельной работы	Специализированная мебель; мультимедийный проектор; экран; ноутбук
2	Читальный зал библиотеки для самостоятельной работы	Специализированная мебель; компьютерная техника подключенная к сети «Интернет» и имеющая доступ в электронную информационную образовательную среду; автоматизированный экран; доска

10.3. Перечень программного обеспечения

Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

№	Перечень лицензионного программного обеспечения.	Реквизиты подтверждающего документа
1	Microsoft Windows 10 Корпоративная	Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633. Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2023). Договор поставки ПО 0326100004117000038-0003147-01 от 06.10.2017
2	Microsoft Office Professional Plus 2016	Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633. Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2023
3	Kaspersky Endpoint Security «Стандартный Russian Edition»	Сублицензионный договор № 102 от 24.05.2018. Срок действия лицензии до 19.08.2020 Гражданско-правовой Договор (Контракт) № 27782 «Поставка продления права пользования (лицензии) Kaspersky Endpoint Security от 03.06.2020. Срок действия лицензии 19.08.2022г.
4	Google Chrome	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения
5	Mozilla Firefox	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения