

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



ТВЕРЖДАЮ

Директор института

Ю.А. Дорошенко

2021.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Производственная преддипломная

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 преддипломная

3. Формы проведения практики дискретно

4. Планируемые результаты обучения при прохождении практики

Категория (группа) компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания результата обучения при прохождении практики
Командная работа и лидерство	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.2. Использует нормативно-правовые документы при разработке и реализации профессиональных проектов.	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: Знания: основную законодательную и нормативно-правовую базу РФ, а также наиболее важные общепринятые в мире социально-экономические права, обязанности человека и организации; Умения: использовать нормативные и правовые документы в своей профессиональной деятельности; Навыки: владение навыками анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности.
		УК-2.4. Формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу и осуществляет ее решения посредством проектного управления.	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: Знания: экономическую сущность и содержание проектного управления: современные инструменты и методы, сущность и понятие «генеральная цель проекта», «стратегия проекта» «реализация стратегии», «результат проекта», «управляемые параметры проекта», «организационные структуры управления проектами» ; – классификацию типов проектов. Умения: разрабатывать организационную структуру проектного управления, различать управляемую подсистему и управляющую подсистему.

			<p>Навыки: владение методами анализа внутренней и внешней среды проектного управления, математическими методами анализа процесса управления проектами, навыками деления проекта на фазы (этапы, стадии), навыками принятия управленческого решения при управлении проектом.</p>
		<p>УК-2.6. Определяет потребность в ресурсах для реализации проекта, выбирает способ реализации проекта с учетом наличия ограничений и ресурсов, оценивает эффективность и социально-экономические последствия реализации проекта.</p>	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знания: понятийно-категориальный аппарат проектного менеджмента, его отличительные признаки, сущность и классификацию.</p> <p>Умения: определять цикл проекта, использовать программное обеспечение управления проектами, ставить цели и формировать задачи, связанные с созданием и коммерциализацией технологических и продуктовых инноваций, разрабатывать программы осуществления инновационной деятельности в организации и оценивать её эффективность.</p> <p>Навыки: навыками и инструментами разработки проекта, управления его стоимостью, рисками качеством, реализацией проекта.</p>
	<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>	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</p> <p>Знания: перечень и возможности применения методов и программных средств обработки бухгалтерской информации.</p> <p>Умения: применять методы и программные средства обработки бухгалтерской информации; использовать современные методы организации планирования операционной (производственной) деятельности.</p> <p>Навыки: навыками и</p>

			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	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</p> <p>Знания: перечень и возможности применения методов и программных средств обработки технико-экономической информации организации.</p> <p>Умения: применять методы и программные средства обработки технико-экономической информации организации; использовать современные методы организации планирования операционной (производственной) деятельности.</p> <p>Навыки: навыками и приемами взаимодействия со службами информационных технологий, использования корпоративных информационных систем.</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>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</p> <p>Знания: принципы сбора, классификации, обработки и использования информации, основы исследовательской и аналитической деятельности в этой области.</p> <p>Умения: ориентироваться в рыночных условиях и используя отличные предметные знания, осуществить сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения управленческих задач</p> <p>делать грамотные выводы по результатам проведенного анализа и предлагать мероприятия, повышающие эффективность компании</p> <p>Навыки: методами разработки и реализации маркетинговых программ, навыками проведения переговоров с экономическими</p>

			службами предприятий для сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов.
	ОПК-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия;	ОПК-3.2. Разрабатывает обоснованные организационно-управленческие решения, оценивает их социальную значимость и последствия для достижения стратегических целей развития организации	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: Знания: методы и основные теории стратегического менеджмента; содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления; подходы к анализу систем качества продукции, услуг – с целью обеспечения её конкурентоспособности. Умения: разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации; проводить анализ конкурентной сферы отрасли. Навыки: методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы; методами анализа отраслевых рынков в целях повышения конкурентоспособности организаций – участников этих рынков.
	ОПК-4.Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;	ОПК-4.2. Разрабатывает и обосновывает бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: Знания: основные бизнес-процессы в организации Умения: моделировать и оптимизировать бизнес-процессы Навыки: методами реинжиниринга бизнес-процессов и оценки их результативности
		ОПК-4.3.Анализирует общехозяйственную и рыночную конъюнктуру рынка, использует методы прогнозирования для выявления рыночных возможностей в условиях изменения внешней среды	В результате освоения дисциплины обучающийся должен Знания: методы исследования конкурентной среды, рыночной конъюнктуры; этапы процесса планирования и реализации маркетинговой деятельности организации; критерии, показатели

			<p>и методы оценки эффективности маркетинговых исследований.</p> <p>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.</p> <p>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-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>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</p> <p>Знания: возможности и границы применения программного обеспечения для анализа и качественного моделирования систем управления, системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных.</p> <p>Умения: владеть средствами программного обеспечения для ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов.</p> <p>Навыки: методами анализа информации применения средств программного обеспечения для ведения баз данных по различным показателям</p>
	<p>ПК-1.Способен прово-</p>	<p>ПК 1.3. Формулирует</p>	<p>В результате освоения дис-</p>

	<p>дить маркетинговые исследования, направленные на изучение рыночной конъюнктуры, конкурентной среды, потребительских предпочтений.</p>	<p>цель маркетингового исследования, составляет план и выбирает методы сбора информации необходимой для принятия управленческих решений</p>	<p>циплины 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 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.</p>
	<p>ПК-2. Способен систематизировать и проводить количественный и качественный анализ информации, полученной в ходе проведения маркетинговых исследований, осуществлять прогноз рыночных показателей</p>	<p>ПК-2.4. Обосновывает выбор количественных и качественных методов анализа, осуществляет сбор информации и её обработку</p>	<p>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</p>

			<p>тем, анализировать их адекватность и последствия применения; владеть средствами программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления.</p> <p>Навыки: навыками и методами экономического и организационно-управленческого моделирования; моделями адаптации моделей к конкретным задачам управления.</p>
	<p>ПК-3.Способен обосновывать решения в области товарной, ценовой, коммуникативной и сбытовой политики, разрабатывать маркетинговые программы и планы, формировать предложения по совершенствованию комплекса маркетинга, в том числе в цифровой среде</p>	<p>ПК-3.14. Совершенствует элементы комплекса маркетинга организации, разрабатывает маркетинговые программы и планы, формирует предложения по совершенствованию комплекса маркетинга, в том числе в цифровой среде</p>	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знания: Классификацию программ маркетинга. Этапы разработки маркетинговой программы (маркетинговых планов). Цели, задачи, предмет и объект маркетингового контроля.</p> <p>Умения: Составлять маркетинговые программы и планы. Планировать маркетинговую деятельности по уровням управления. Обосновывать стратегические и тактические решения на корпоративном уровне, на функциональном уровне. Обосновывать решения на инструментальном уровне, в т. ч. решения, касающиеся товарной, ценовой, коммуникативной и сбытовой политики. Проводить комплексный маркетинговый анализ. Оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений. Анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.</p> <p>Навыки: Методами оценки эффективности организации маркетинговой деятельности. Методологией состав-</p>

			ления маркетинговой программы. Методами анализа товарной, коммуникативной, ценовой и сбытовой политик.
	ПК-4. Способен формировать маркетинговую и коммуникационную стратегию организации, планировать и разрабатывать бюджет реализуемых маркетинговых проектов, оценивать эффективность маркетинговых мероприятий	ПК-4.9. Осуществляет диагностику маркетинговых проблем организации, выявляет факторы и источники конкурентных преимуществ организации, проектирует маркетинговую стратегию, разрабатывает её бюджет и оценивает эффективность	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: Знания: теоретические аспекты применения маркетингового подхода в деятельности фирм. Место маркетинга в системе управления предприятием. Функциональные связи маркетинга на предприятии. Виды организационных структур службы маркетинга. Основные понятия и критерии эффективности управленческой деятельности. Умения: согласовывать маркетинговые программы с целями, задачами и стратегиями других функциональных служб и организации в целом. Планировать маркетинговую деятельность. Навыки: Методами контроля и маркетингового анализа деятельности предприятия. Методами поиска новых привлекательных рынков и продуктов и умеет их использовать в формировании маркетинговых стратегий развития организации.

5. Место практики в структуре образовательной программы

Компетенция - УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

УК-2.2. Использует нормативно-правовые документы при разработке и реализации профессиональных проектов.

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами, практиками.

Стадия	Наименования дисциплины
1	Правоведение
2	Производственная преддипломная практика

УК-2.4. Формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу

и осуществляет ее решения посредством проектного управления.

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами, практиками.

Стадия	Наименования дисциплины
1	Социология и психология управления
2	Производственная преддипломная практика

УК-2.6. Определяет потребность в ресурсах для реализации проекта, выбирает способ реализации проекта с учетом наличия ограничений и ресурсов, оценивает эффективность и социально-экономические последствия реализации проекта.

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами, практиками.

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

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-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия.

ОПК-3.2. Разрабатывает обоснованные организационно-управленческие решения, оценивает их социальную значимость и последствия для достижения стратегических целей развития организации.

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами, практиками.

Стадия	Наименования дисциплины
1	Принятие стратегических управленческих решений
2	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-4.2. Разрабатывает и обосновывает бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций.

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами, практиками.

Стадия	Наименования дисциплины
1	Бизнес-планирование
2	Производственная преддипломная практика

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

сиональной 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

Компетенция - ПК-3. Способен обосновывать решения в области товарной, ценовой, коммуникативной и сбытовой политик, разрабатывать маркетинговые программы и планы, формировать предложения по совершенствованию комплекса маркетинга, в том числе в цифровой среде.

ПК-3.14. Совершенствует элементы комплекса маркетинга организации, разрабатывает маркетинговые программы и планы, формирует предложения по совершенствованию комплекса маркетинга, в том числе в цифровой среде.

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами, практиками.

Стадия	Наименования дисциплины
--------	-------------------------

1	Управление маркетинговыми рисками
2	Производственная преддипломная практика

Компетенция - ПК-4. Способен формировать маркетинговую и коммуникационную стратегию организации, планировать и разрабатывать бюджет реализуемых маркетинговых проектов, оценивать эффективность маркетинговых мероприятий.

ПК-4.9. Осуществляет диагностику маркетинговых проблем организации, выявляет факторы и источники конкурентных преимуществ организации, проектирует маркетинговую стратегию, разрабатывает её бюджет и оценивает эффективность

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами, практиками.

Стадия	Наименования дисциплины
1	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

Базами практики могут выступать предприятия отраслей народного хозяйства различных организационно-правовых форм; объекты инфраструктуры предприятия; проектные организации; научно-исследовательские учреждения; образовательные учреждения; 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	Включает следующие мероприятия: проведение общих собраний студентов, направляемых на производственную преддипломную практику. Собрания проводятся для ознакомления студентов: с целями и задачами производственной преддипломной практики; этапами ее проведения; требованиями, которые предъявляются к местам практики и студентам; с учебно-методическим и информационным обеспечением производственной практики.
2.	Основной этап (исследовательский и аналитический).	Преддипломная практика включает следующие разделы: ознакомительный, знакомство с организацией и ее руководителем или ответственным лицом от организации. Руководство преддипломной практикой осуществляют руководитель от кафедры и руководитель от организации. В этот период студенты выполняют свои обязанности, определенные программой практики и требованиями предприятия. Основной формой проведения практики являются консультации представителей предприятия и преподавателей университета, работа в отделе маркетинга или аналогичном отделе, самостоятельная работа. Основными методами изучения являются личное на-

		блюдене, экспертные оценки по опросам специалистов, выполнение общего и индивидуального заданий.
3.	Заключительный	Заключительный этап завершает преддипломную практику и проводится не позднее срока, установленного графиком учебного процесса. По окончании практики, перед зачетом, студенты представляют на кафедру оформленные: отчет по практике; индивидуальное задание с календарным планом и отметками о его выполнении.

8. Формы отчетности по практике

В период прохождения производственной преддипломной практики студент обязан осуществить сбор, анализ и оценку исходных данных(информации) по выбранному направлению исследования.

В ходе производственной преддипломной практики студент должен провести научные мероприятия, направленные на получение информации посредством анализа, оценки и апробации в контексте выбранного научного направления.

Отчет должен охватывать все вопросы программы производственной преддипломной практики.

Каждый вопрос освещается по возможности кратко, но в полном объеме. В необходимых случаях в отчете должны быть приведены схемы, графики, диаграммы, рисунки, фотографии, таблицы, расчетные формулы и примеры расчетов.

Те из них, которые не обсуждаются в тексте отчета, должны быть помещены в приложении к отчету.

Структура отчета и последовательность изложения разделов и вопросов должны соответствовать рабочей программе практики.

Производственная преддипломная практика включает решение задач выпускной квалифицированной работы, ознакомление с практическими проблемами по выбранному направлению исследования, оценка материала и составление библиографического списка по теме научного исследования, подготовка материала для написания ВКР и др. В индивидуальном задании студента руководителем производственной преддипломной практики определяется тематика, содержание и формы научной и исследовательской работы, проводимой в ходе производственной практики.

Обязательные направления анализа рынка: определение товарных границ рынка, оценка взаимозаменяемости и близости товаров из данной категории, определение географических границ рынка, тенденции развития рынка, оценка и прогноз емкости рынка, оценка насыщенности и устойчивости рынка, выявление наиболее популярных товарных марок, анализ ассортиментной структуры предложения, анализ состава продавцов или торговых представителей, оценка долей рынка конкурентов, оценка конкурентных преимуществ разных фирм-конкурентов, уровня концентрации, наличие входных барьеров на рынок, сегментирование и оценка потребителей, выявление потребительских предпочтений, оценка степени удовлетворенности покупателей.

Анализ должен основываться на статистических данных последних лет, информации из специальных, в том числе периодических, источников, а также на первичной информации, собранной студентом самостоятельно. Оценка результатов работы должна быть количественной и качественной, сравнение с известными

решениями следует проводить по всем аспектам выбранной проблемы. Необходимо четко показать практическую полезность работы в целом или отдельных ее частей, указать на возможность обобщений, дальнейшего развития методов и идей, использования результатов в смежных областях.

Заключение. В данном разделе должны быть коротко сформулированы выводы и предложения, вытекающие из содержания работы.

Библиографический список. Список литературы должен включать не менее 20 источников, в том числе статьи из экономических журналов сроком давности не более 3 лет, включая издания за последний год.

Студент должен рассмотреть сущность исследуемого вопроса; понятийный аппарат; различные точки зрения на теоретические проблемы, изложенные в специальной литературе; выработать и изложить собственный взгляд либо присоединиться к чьей-либо точке зрения. Теоретическое обоснование предусматривает рассмотрение основных категорий изучаемого процесса, раскрытия их социально-экономического содержания, сущность и генезис выбранного явления, возможные тенденции или сценарии развития явления.

Также в отчете он должен отразить следующую информацию:

- общую характеристику предприятия, на котором студент проходит преддипломную практику;
- обзор ситуации на наиболее важном с точки зрения продаж для предприятия рынке (с географической, продуктовой стороны, с позиции перспектив развития) рынке;
- экономический и/или маркетинговый анализ объекта исследования;
- анализ состояния проблемы по определенной в первой главе методике исследования. Характер и объем изучаемого фактического материала будет зависеть от особенностей этой методики и объекта исследования;
- предложения и рекомендации по решению проблемы;
- обоснование предложенных рекомендаций.

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

9.1. Реализация компетенций

Компетенция - УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Наименование индикатора достижения компетенции	Используемые средства оценивания
УК-2.2. Использует нормативно-правовые документы при разработке и реализации профессиональных проектов.	<i>Дневник практики, содержание отчет по практике, собеседование, дифференцированный зачет</i>
УК-2.4. Формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу и осуществляет ее решения посредством проектного управления.	<i>Дневник практики, содержание отчет по практике, собеседование, дифференцированный зачет</i>
УК-2.6. Определяет потребность в ресурсах для реализации проекта, выбирает способ реализации проекта с учетом наличия ограничений и ресурсов, оценивает эффективность и социально-экономические последствия реализации проекта.	<i>Дневник практики, содержание отчет по практике, собеседование, дифференцированный зачет</i>

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 отчет 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 отчет 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 отчет по практике, собеседование, дифференцированный зачет</i>

Компетенция - ОПК-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия;

Наименование индикатора достижения компетенции	Используемые средства оценивания
ОПК-3.2. Разрабатывает обоснованные организационно-управленческие решения, оценивает их социальную значимость и последствия для достижения стратегических целей развития организации	<i>Дневник практики, содержание отчет 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-4.2. Разрабатывает и обосновывает бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	<i>Дневник практики, содержание отчет по практике, собеседование, дифференцированный зачет</i>
ОПК-4.3. Анализирует общехозяйственную и рыночную	<i>Дневник практики, содержание отчет по практике, собеседование, дифференцированный зачет</i>

ную конъюнктуру рынка, использует методы прогнозирования для выявления рыночных возможностей в условиях изменения внешней среды.	<i>чет 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 решений.	<i>Дневник практики, содержание отчета по практике, собеседование, дифференцированный зачет</i>

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 отчета по практике, собеседование, дифференцированный зачет</i>

Компетенция - ПК-3. Способен обосновывать решения в области товарной, ценовой, коммуникативной и сбытовой политик, разрабатывать маркетинговые программы и планы, формировать предложения по совершенствованию комплекса маркетинга, в том числе в цифровой среде.

Наименование индикатора достижения компетенции	Используемые средства оценивания
ПК-3.14. Совершенствует элементы комплекса маркетинга организации, разрабатывает маркетинговые программы и планы, формирует предложения по совершенствованию комплекса маркетинга, в том числе в цифровой среде	<i>Дневник практики, содержание отчета по практике, собеседование, дифференцированный зачет</i>

Компетенция - ПК-4. Способен формировать маркетинговую и коммуникационную стратегию организации, планировать и разрабатывать бюджет реализуемых маркетинговых проектов, оценивать эффективность маркетинговых мероприятий

Наименование индикатора достижения компетенции	Используемые средства оценивания
ПК-4.9. Осуществляет диагностику маркетинговых проблем организации, выявляет факторы и источники конкурентных преимуществ организации, проектирует маркетинговую стратегию, разрабатывает её бюджет и оценивает эффективность	<i>Дневник практики, содержание отчета по практике, собеседование, дифференцированный зачет</i>

9.2. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации

Перечень контрольных вопросов (типовых заданий)

для дифференцированного зачета

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание вопросов (типовых заданий)
1	Подготовительный	<ol style="list-style-type: none"> 1) С какими методическими рекомендациями необходимо ознакомиться, приступая к практике? 2) Какие требования предъявляются к оформлению дневника ознакомительной практики? 3) Какие требования предъявляются к оформлению отчета по ознакомительной практике? 4) Каковы основные правила внутреннего распорядка организации (учреждения)? 5) Какие действуют основные требования по технике безопасности и охране труда в организации (учреждении)? 6) Какие существуют правила деловой этики в организации (учреждении)?
2	Основной этап: Адаптивно-производственный	<ol style="list-style-type: none"> 1) Охарактеризуйте средства и методы достижения целей организации. 2) Дайте характеристику результатов маркетинговой деятельности объекта практики за анализируемый период. 3) Назовите общую структуру организации, основные функции и задачи, решаемые организацией. 4) Каким образом осуществляется взаимодействие между отделом маркетинга и другими службами внутри организации? 5) Раскройте организацию и осуществление контроля за маркетинговой деятельностью 6) Раскройте организационную структуру управления объекта практики. 7) Охарактеризуйте эффективность коммуникационной политики организации. 8) Охарактеризуйте методы управления, применяемые в данной организации 9) Назовите наиболее и наименее эффективные технологии управления маркетингом. 10) Расскажите о порядке предоставления отчетов о проведенной работе структурными подразделениями организации руководству. 11) Какой организационно-управленческий опыт был приобретен в период практики? 12) Расскажите о товарной, коммуникативной, ценовой и сбытовой политиках предприятия, на котором проходили производственную практику. 13) Назовите основные стратегические и тактические цели предприятия. 14) Опишите применяемые Вами методы анализа ассортимента. Какие были получены выводы. 15) Какие Вами были сделаны выводы о маркетинговой деятельности предприятия на котором вы проходили производственную практику? 16) Как маркетинговые результаты связаны с результатами деятельности предприятия? 17) Что дает система оценки результативности маркетинга?
3	Основной этап: Расчетно-	<ol style="list-style-type: none"> 1) Дайте характеристику внешних условий функционирования объекта практики.

	аналитический	<p>2) Каким образом факторы маркетинговой среды оказывают влияние на деятельность предприятия?</p> <p>3) Дайте характеристику факторов, оказывающих негативное влияние на деятельность объекта практики.</p> <p>4) Проведите оценку выбранной организацией стратегии поведения на рынке.</p> <p>5) Дайте характеристику основных сегментов рынка, потребительских предпочтений на рынке.</p> <p>6) Почему маркетинговые исследования являются важным этапом процесса управления маркетингом?</p> <p>7) Какие методы сбора маркетинговой информации Вы использовали при подготовке отчета по производственной практике?</p> <p>8) Охарактеризуйте основные конкурентные преимущества предприятия.</p> <p>9) Дайте характеристику макро-, мезо- и микросреды функционирования предприятия.</p> <p>10) Каковы существуют основные коммуникации между предприятием (организацией) и внешней средой (органы государственного регулирования, потребители, поставщики и др.).</p> <p>11) Опишите существующие рыночные риски для предприятия. Кто является основным целевым сегментом для данного предприятия, дайте характеристику.</p> <p>12) Опишите конкурентную среду предприятия.</p>
4	Заключительный	<p>1) Назовите этапы заполнения дневника практики.</p> <p>2) Сформулируйте основные принципы формирования отчета.</p> <p>3) Какие информационные источники использовались при оформлении отчета?</p> <p>4) Охарактеризуйте структуру и содержание отчета.</p> <p>5) Произведите оценку полноты решений поставленных задач.</p>

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
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	
УК-2.2. Использует нормативно-правовые документы при разработке и реализации профессиональных проектов.	
Знания	Основную законодательную и нормативно-правовую базу РФ, а также наиболее важные общепринятые в мире социально-экономические права, обязанности человека и организации.
Умения	Использовать нормативные и правовые документы в своей профессиональной деятельности.
Навыки	Навыками анализа и использования нормативных и правовых докумен-

	тов в своей профессиональной деятельности.
<p>УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>УК-2.4. Формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу и осуществляет ее решения посредством проектного управления.</p>	
Знания	Экономическую сущность и содержание проектного управления: современные инструменты и методы, сущность и понятие «генеральная цель проекта», «стратегия проекта» «реализация стратегии», «результат проекта», «управляемые параметры проекта», «организационные структуры управления проектами» классификацию типов проектов.
Умения	Разрабатывать организационную структуру проектного управления, различать управляемую подсистему и управляющую подсистему.
Навыки	Методами анализа внутренней и внешней среды проектного управления, математическими методами анализа процесса управления проектами, навыками деления проекта на фазы (этапы, стадии), навыками принятия управленческого решения при управлении проектом.
<p>УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>УК-2.6. Определяет потребность в ресурсах для реализации проекта, выбирает способ реализации проекта с учетом наличия ограничений и ресурсов, оценивает эффективность и социально-экономические последствия реализации проекта.</p>	
Знания	Понятийно-категориальный аппарат проектного менеджмента, его отличительные признаки, сущность и классификацию.
Умения	Определять цикл проекта, использовать программное обеспечение управления проектами, ставить цели и формировать задачи, связанные с созданием и коммерциализацией технологических и продуктовых инноваций, разрабатывать программы осуществления инновационной деятельности в организации и оценивать её эффективность.
Навыки	Навыками и инструментами разработки проекта, управления его стоимостью, рисками качеством, реализацией проекта.
<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-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия.</p> <p>ОПК-3.2. Разрабатывает обоснованные организационно-управленческие решения, оценивает их социальную значимость и последствия для достижения стратегических целей развития организации.</p>	
Знания	Методы и основные теории стратегического менеджмента; содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления; подходы к анализу систем качества продукции, услуг – с целью обеспечения её конкурентоспособности.
Умения	Разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации; проводить анализ конкурентной сферы отрасли.
Навыки	Методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы; методами анализа отраслевых рынков в целях повышения конкурентоспособности организаций – участников этих рынков.
<p>ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций.</p> <p>ОПК-4.2. Разрабатывает и обосновывает бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций.</p>	
Знания	Основные бизнес-процессы в организации.
Умения	Моделировать и оптимизировать бизнес-процессы.
Навыки	Методами реинжиниринга бизнес-процессов и оценки их результативности
<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 эффективно-

	сти 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.
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.	
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.
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	
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 мо-

	делирования систем управления.
Навыки	Навыками и методами экономического и организационно-управленческого моделирования; Моделями адаптации моделей к конкретным задачам управления.
<p>ПК-3. Способен обосновывать решения в области товарной, ценовой, коммуникативной и сбытовой политик, разрабатывать маркетинговые программы и планы, формировать предложения по совершенствованию комплекса маркетинга, в том числе в цифровой среде.</p> <p>ПК-3.14. Совершенствует элементы комплекса маркетинга организации, разрабатывает маркетинговые программы и планы, формирует предложения по совершенствованию комплекса маркетинга, в том числе в цифровой среде</p>	
Знания	Классификацию программ маркетинга. Этапы разработки маркетинговой программы (маркетинговых планов). Цели, задачи, предмет и объект маркетингового
Умения	Составлять маркетинговые программы и планы. Планировать маркетинговую деятельности по уровням управления. Обосновывать стратегические и тактические решения на корпоративном уровне, на функциональном уровне. Обосновывать решения на инструментальном уровне, в т.ч. решения, касающиеся товарной, ценовой, коммуникативной и сбытовой политик. Проводить комплексный маркетинговый анализ. Оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений. Анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.
Навыки	Методами оценки эффективности организации маркетинговой деятельности. Методологией составления маркетинговой программы. Методами анализа товарной, коммуникативной, ценовой и сбытовой политик.
<p>ПК-4. Способен формировать маркетинговую и коммуникационную стратегию организации, планировать и разрабатывать бюджет реализуемых маркетинговых проектов, оценивать эффективность маркетинговых мероприятий.</p> <p>ПК-4.9. Осуществляет диагностику маркетинговых проблем организации, выявляет факторы и источники конкурентных преимуществ организации, проектирует маркетинговую стратегию, разрабатывает её бюджет и оценивает эффективность</p>	
Знания	Теоретические аспекты применения маркетингового подхода в деятельности фирм. Место маркетинга в системе управления предприятием. Функциональные связи маркетинга на предприятии. Виды организационных структур службы маркетинга. Основные понятия и критерии эффективности управленческой деятельности.
Умения	Согласовывать маркетинговые программы с целями, задачами и стратегиями других функциональных служб и организации в целом. Планировать маркетинговую деятельность.
Навыки	Методами контроля и маркетингового анализа деятельности предприятия. Методами поиска новых привлекательных рынков и продуктов и умеет их использовать в формировании маркетинговых стратегий развития организации.

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
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограни-				

чений УК-2.2. Использует нормативно-правовые документы при разработке и реализации профессиональных проектов.				
Знание основной законодательной и нормативно-правовой базы РФ, а также наиболее важных общепринятых в мире социально-экономических прав, обязанностей человека и организации.	Не знает основную законодательную и нормативно-правовую базу РФ, а также наиболее важные общепринятые в мире социально-экономические права, обязанности человека и организации.	Знает некоторые основную законодательную и нормативно-правовую базу РФ, а также наиболее важные общепринятые в мире социально-экономические права, обязанности человека и организации.	Знает основную законодательную и нормативно-правовую базу РФ, а также наиболее важные общепринятые в мире социально-экономические права, обязанности человека и организации, но иногда допускает незначительные ошибки.	Обладает исчерпывающим знанием основной законодательной и нормативно-правовой базы РФ, а также наиболее важных общепринятых в мире социально-экономических прав, обязанностей человека и организации.
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений				
УК-2.4. Формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу и осуществляет ее решения посредством проектного управления.				
Знание экономической сущности и содержание проектного управления: современных инструментов и методов, сущности и понятия «генеральная цель проекта», «стратегия проекта» «реализация стратегии», «результат проекта», «управляемые параметры проекта», «организационные структуры управления проектами» классификацию типов проектов.	Не знает экономическую сущность и содержание проектного управления: современные инструменты и методы, сущность и понятие «генеральная цель проекта», «стратегия проекта» «реализация стратегии», «результат проекта», «управляемые параметры проекта», «организационные структуры управления проектами» классификацию типов проектов.	Знает некоторые экономической сущности и содержание проектного управления: современных инструментов и методов, сущности и понятия «генеральная цель проекта», «стратегия проекта» «реализация стратегии», «результат проекта», «управляемые параметры проекта», «организационные структуры управления проектами» классификацию типов проектов.	Знает экономическую сущность и содержание проектного управления: современные инструменты и методы, сущность и понятие «генеральная цель проекта», «стратегия проекта» «реализация стратегии», «результат проекта», «управляемые параметры проекта», «организационные структуры управления проектами» классификацию типов проектов, но допускает незначительные	Обладает исчерпывающим знанием экономической сущности и содержание проектного управления: современные инструменты и методы, сущность и понятие «генеральная цель проекта», «стратегия проекта» «реализация стратегии», «результат проекта», «управляемые параметры проекта», «организационные структуры управления проектами» классификацию типов проектов

			ошибки.	
<p>УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>УК-2.6. Определяет потребность в ресурсах для реализации проекта, выбирает способ реализации проекта с учетом наличия ограничений и ресурсов, оценивает эффективность и социально-экономические последствия реализации проекта.</p>				
Знание понятийно-категориального аппарата проектного менеджмента, его отличительные признаки, сущность и классификацию.	Не знает понятийно-категориальный аппарат проектного менеджмента, его отличительные признаки, сущность и классификацию.	Знает понятийно-категориальный аппарат проектного менеджмента, не может назвать его отличительные признаки, сущность и классификацию.	Знает понятийно-категориальный аппарат проектного менеджмента, его отличительные признаки, сущность и классификацию, но допускает некоторые ошибки.	Обладает исчерпывающим знанием понятийно-категориального аппарата проектного менеджмента, его отличительные признаки, сущность и классификацию.
<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>				
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.
<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>				
Знание перечня и возможностей применения методов и программных средств обработки технической информации организации	Не знает перечень и возможности применения методов и программных средств обработки технической информации организации	Знает некоторые перечни и возможности применения методов и программных средств обработки технической информации организации. Отвечает с помощью преподавателя. Говорит не уверенно, путает некоторые определения.	Знает перечень и возможности применения методов и программных средств обработки технической информации организации, но иногда допускает незначительные ошибки.	Обладает исчерпывающим знанием перечней и возможностей применения методов и программных средств обработки технической информации организации.

		чает с помощью преподавателя. Говорит не уверенно, путает некоторые определения.	иногда допускает незначительные ошибки.	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-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия.</p> <p>ОПК-3.2. Разрабатывает обоснованные организационно-управленческие решения, оценивает их социальную значимость и последствия для достижения стратегических целей развития организации.</p>				
Знание методов и основных теорий стратегического менеджмента; содержания и взаимосвязи основных элементов процесса стратегического управления; подходов к анализу систем качества продукции, услуг с целью обеспечения её конкурентоспособности.	Не знает методы и основные теории стратегического менеджмента; содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления; подходы к анализу систем качества продукции, услуг – с целью обеспечения её конкурентоспосо	Знает некоторые методы и основные теории стратегического менеджмента; Не может рассказать их содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления; подходы к анализу систем качества продукции, услуг – с целью обеспечения её	Знает методы и основные теории стратегического менеджмента; содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления; подходы к анализу систем качества продукции, услуг – с целью обеспечения её конкурентоспосо	Обладает исчерпывающим знанием методов и основных теорий стратегического менеджмента; содержания и взаимосвязи основных элементов процесса стратегического управления; подходов к анализу систем качества продукции, услуг с целью

	бности.	конкурентоспо- бности.	пускает неточно- сти при изложе- нии материала.	обеспечения её конкурентоспо- бности.
<p>ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций.</p> <p>ОПК-4.2. Разрабатывает и обосновывает бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций.</p>				
Знание основных бизнес-процессов в организации	Не знает основные бизнес-процессы в организации	Знает некоторые основные бизнес-процессы в организации, путается в определении и терминологии, отвечает не уверенно.	Знает основные бизнес-процессы в организации, но допускает неточности и путает основные понятия.	Обладает исчерпывающим знанием основных бизнес-процессов в организации
<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; критерии, показатели и методы оценки эффективности маркетинговых исследований.	Не знает методы исследования конкурентной среды, рыночной конъюнктуры; этапы процесса планирования и реализации маркетинговой деятельности организации; критерии, показатели и методы оценки эффективности маркетинговых исследований.	Знает некоторые методы исследования конкурентной среды, рыночной конъюнктуры; этапы процесса планирования и реализации маркетинговой деятельности организации; 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 маркетинговой деятельности организации; критерии, показатели и методы оценки эффективности маркетинговых исследований, но иногда допускает незначительные ошибки.	Обладает исчерпывающим знанием методов исследования конкурентной среды, рыночной конъюнктуры; этапы процесса планирования и реализации маркетинговой деятельности организации; критерии, показатели и методы оценки эффективности маркетинговых исследований.
<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>				
Знание подходов и способов организации систем получения, хранения и переработки информации и виды и ти-	Не знает подходы и способы организации систем получения, хранения и переработки информации и виды и	Знает некоторые подходы и способы организации систем получения, хранения и переработки информации,	Знает подходы и способы организации систем получения, хранения и переработки информации и виды и типы до-	Обладает исчерпывающим знанием подходов и способов организации систем получения, хранения и переработ-

пы документов, справочно-библиографический аппарат и электронные библиотечные системы библиотеки, средства и способы поиска информации, технологию оформления научных работ.	типы документов, справочно-библиографический аппарат и электронные библиотечные системы библиотеки, средства и способы поиска информации, технологию оформления научных работ.	и виды, и типы документов, справочно-библиографический аппарат и электронные библиотечные системы библиотеки, средства и способы поиска информации, технологию оформления научных работ. Отвечает с помощью преподавателя. Говорит не уверенно, путает некоторые определения.	кументов, справочно-библиографический аппарат и электронные библиотечные системы библиотеки, средства и способы поиска информации, технологию оформления научных работ, но иногда допускает незначительные ошибки.	ки информации и виды и типы документов, справочно-библиографический аппарат и электронные библиотечные системы библиотеки, 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 методов	Не знает основные подходы к применению количественных методов	Знает некоторые подходы к применению количественных методов	Знает основные подходы к применению количественных методов	Обладает исчерпывающим знанием основных подходов к применению количественных методов
---	---	---	--	--

<p>ственных и качественных методов анализа при принятии управленческих решений, принципы и алгоритмы построения экономических, финансовых и организационно управленческих моделей.</p>	<p>личественных и качественных методов анализа при принятии управленческих решений, принципы и алгоритмы построения экономических, финансовых и организационно управленческих моделей.</p>	<p>ственных и качественных методов анализа при принятии управленческих решений, принципы и алгоритмы построения экономических, финансовых и организационно управленческих моделей. Отвечает с помощью преподавателя. Говорит не уверенно, путает некоторые определения.</p>	<p>ственных и качественных методов анализа при принятии управленческих решений, принципы и алгоритмы построения экономических, финансовых и организационно управленческих моделей, но иногда допускает незначительные ошибки.</p>	<p>подходы к применению количественных и качественных методов анализа при принятии управленческих решений, принципы и алгоритмы построения экономических, финансовых и организационно управленческих моделей.</p>
<p>ПК-3. Способен обосновывать решения в области товарной, ценовой, коммуникативной и сбытовой политик, разрабатывать маркетинговые программы и планы, формировать предложения по совершенствованию комплекса маркетинга, в том числе в цифровой среде.</p> <p>ПК-3.14. Совершенствует элементы комплекса маркетинга организации, разрабатывает маркетинговые программы и планы, формирует предложения по совершенствованию комплекса маркетинга, в том числе в цифровой среде.</p>				
<p>Знание классификации программ маркетинга, этапы разработки маркетинговой программы (маркетинговых планов), цели, задачи, предмет и объект маркетингового контроля.</p>	<p>Не знает классификацию программ маркетинга, этапы разработки маркетинговой программы (маркетинговых планов), цели, задачи, предмет и объект маркетингового контроля.</p>	<p>Знает некоторые классификации программ маркетинга, этапы разработки маркетинговой программы. Говорит не уверенно, путает некоторые определения.</p>	<p>Знает классификацию программ маркетинга. Этапы разработки маркетинговой программы (маркетинговых планов). Цели, задачи, предмет и объект маркетингового контроля, но допускает неточности в определениях.</p>	<p>Обладает исчерпывающим знанием классификации программ маркетинга, этапы разработки маркетинговой программы (маркетинговых планов), цели, задачи, предмет и объект маркетингового контроля.</p>
<p>ПК-4. Способен формировать маркетинговую и коммуникационную стратегию организации, планировать и разрабатывать бюджет реализуемых маркетинговых проектов, оценивать эффективность маркетинговых мероприятий.</p> <p>ПК-4.9. Осуществляет диагностику маркетинговых проблем организации, выявляет факторы и источники конкурентных преимуществ организации, проектирует маркетинговую стратегию, разрабатывает её бюджет и оценивает эффективность</p>				
<p>Знание теоретических аспектов применения маркетингового подхода в деятельности фирм. Знать место маркетинга в системе управления</p>	<p>Не знает теоретические аспекты применения маркетингового подхода в деятельности фирм. Место маркетинга в системе управления предпринимательства</p>	<p>Знает некоторые теоретические аспекты применения маркетингового подхода в деятельности фирм. Место маркетинга в системе управления</p>	<p>Знает теоретические аспекты применения маркетингового подхода в деятельности фирм. Место маркетинга в системе управления предпринимательства</p>	<p>Обладает исчерпывающим знанием теоретических аспектов применения маркетингового подхода в деятельности</p>

предприятием, его функциональные связи на предприятии, виды организационных структур службы маркетинга, основные понятия и критерии эффективности управленческой деятельности.	ятием. Функциональные связи маркетинга на предприятии. Виды организационных структур службы маркетинга. Основные понятия и критерии эффективности управленческой деятельности.	ления предприятием. Не может назвать функциональные связи маркетинга на предприятии. Виды организационных структур службы маркетинга. Путает основные понятия и критерии эффективности управленческой деятельности.	ятием. Функциональные связи маркетинга на предприятии. Виды организационных структур службы маркетинга. Основные понятия и критерии эффективности управленческой деятельности. Допускает неточности при ответе.	фирм. Знать место маркетинга в системе управления предприятием, его функциональные связи на предприятии, виды организационных структур службы маркетинга, основные понятия и критерии эффективности управленческой деятельности.
--	--	---	---	--

Оценка сформированности компетенций по показателю Умения

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
<p>УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>УК-2.2. Использует нормативно-правовые документы при разработке и реализации профессиональных проектов.</p>				
Умение использовать нормативные и правовые документы в своей профессиональной деятельности.	Не умеет использовать нормативные и правовые документы в своей профессиональной деятельности.	Испытывает затруднения при использовании нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности.	Правильно умеет использовать нормативные и правовые документы в своей профессиональной деятельности. Допускает ошибки и неточности.	Правильно умеет использовать нормативные и правовые документы в своей профессиональной деятельности;
<p>УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>УК-2.4. Формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу и осуществляет ее решения посредством проектного управления.</p>				
Умение разрабатывать организационную структуру проектного управления, различать управляемую подсистему и управ-	Не умеет разрабатывать организационную структуру проектного управления, различать управляемую подсистему и	Испытывает затруднения в разработке организационной структуры проектного управления, не может различать управ-	Правильно умеет разрабатывать организационную структуру проектного управления, различать управляемую подсистему и	Правильно умеет разрабатывать организационную структуру проектного управления, различать управляемую подсистему и

ляющую подсистему.	управляющую подсистему.	ляемую подсистему и управляющую подсистему.	тему и управляющую подсистему. Допускает ошибки и неточности.	тему и управляющую подсистему.
<p>УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>УК-2.6. Определяет потребность в ресурсах для реализации проекта, выбирает способ реализации проекта с учетом наличия ограничений и ресурсов, оценивает эффективность и социально-экономические последствия реализации проекта.</p>				
Умение	Не умеет	Испытывает затруднения	Правильно умеет Допускает ошибки и неточности.	Правильно умеет
<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 технической экономической информации организации; использовать современные методы организации планирования операционной	Не умеет применять методы и программные средства обработки технической экономической информации организации; использовать современные методы организации планирования операционной	Испытывает затруднения в применении методов и программных средства обработки технической экономической информации организации; использовать современные методы организации	Правильно умеет применять методы и программные средства обработки технической экономической информации организации; использовать современные методы организации планирования операционной	Правильно умеет применять методы и программные средства обработки технической 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-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия.</p> <p>ОПК-3.2. Разрабатывает обоснованные организационно-управленческие решения, оценивает их социальную значимость и последствия для достижения стратегических целей развития организации.</p>				
Умение разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации; проводить анализ конкурентной сферы отрасли.	Не умеет разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации; проводить анализ конкурентной сферы отрасли.	Испытывает затруднения в разработке корпоративных, конкурентных и функциональных стратегий развития организации; в проведении анализа конкурентной сферы отрасли.	Правильно умеет разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации; проводить анализ конкурентной сферы отрасли. Допускает ошибки и неточности.	Правильно умеет разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации; проводить анализ конкурентной сферы отрасли.

ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций.				
ОПК-4.2. Разрабатывает и обосновывает бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций.				
Умение моделировать и оптимизировать бизнес-процессы.	Не умеет моделировать и оптимизировать бизнес-процессы.	Испытывает затруднения в моделировании и оптимизации бизнес-процессов.	Правильно умеет моделировать и оптимизировать бизнес-процессы. Допускает ошибки и неточности.	Правильно умеет моделировать и оптимизировать бизнес-процессы.
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				
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.
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.				
Умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры понимать и применять на практике компьютерные технологии	Не умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры понимать и применять на практике компьютерные технологии	Испытывает затруднения в решении стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры понимать и применять на практике ком-	Правильно умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры понимать и применять на практике компьютер-	Правильно умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры понимать и применять на практике компьютер-

для решения различных задач, использовать стандартное программное обеспечение.	для решения различных задач, использовать стандартное программное обеспечение.	компьютерные технологии для решения различных задач, использовать стандартное программное обеспечение.	новые технологии для решения различных задач, использовать стандартное программное обеспечение. Допускает ошибки и неточности	новые технологии для решения различных задач, использовать стандартное программное обеспечение.
<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>				
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.
<p>ПК-2. Способен систематизировать и проводить количественный и качественный анализ информации, полученной в ходе проведения маркетинговых исследований, осуществлять прогноз рыночных показателей</p> <p>ПК-2.4. Обосновывает выбор количественных и качественных методов анализа, осуществляет сбор информации и её обработку</p>				
Умение осуществлять выбор математических моделей организационных систем, анализировать их адекватность и последствия применения; владеть средствами программного обеспечения анализа	Не умеет осуществлять выбор математических моделей организационных систем, анализировать их адекватность и последствия применения; владеть средствами программного обеспечения анализа	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	Правильно умеет осуществлять выбор математических моделей организационных систем, анализировать их адекватность и последствия применения; владеть средствами программного обеспечения

и количественного моделирования систем управления.	и количественного моделирования систем управления.	ного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления.	ния анализа и количественного моделирования систем управления. Допускает ошибки и неточности.	ния анализа и количественного моделирования систем управления.
--	--	---	---	--

ПК-3. Способен обосновывать решения в области товарной, ценовой, коммуникативной и сбытовой политик, разрабатывать маркетинговые программы и планы, формировать предложения по совершенствованию комплекса маркетинга, в том числе в цифровой среде.

ПК-3.14. Совершенствует элементы комплекса маркетинга организации, разрабатывает маркетинговые программы и планы, формирует предложения по совершенствованию комплекса маркетинга, в том числе в цифровой среде.

Умение составлять маркетинговые программы и планы. Планировать маркетинговую деятельность по уровням управления. Обосновывать стратегические и тактические решения на корпоративном уровне, на функциональном уровне. Обосновывать решения на инструментальном уровне, в т.ч. решения, касающиеся товарной, ценовой, коммуникативной и сбытовой политик. Проводить комплексный маркетинговый анализ. Оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений. Анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансирован-	Не умеет составлять маркетинговые программы и планы. Планировать маркетинговую деятельность по уровням управления. Обосновывать стратегические и тактические решения на корпоративном уровне, на функциональном уровне. Обосновывать решения на инструментальном уровне, в т.ч. решения, касающиеся товарной, ценовой, коммуникативно й и сбытовой политик. Проводить комплексный маркетинговый анализ. Оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений. Анализировать	Испытывает затруднения в составлении маркетинговых программ и планы. Планировать маркетинговую деятельность по уровням управления. Обосновывать стратегические и тактические решения на корпоративном уровне, на функциональном уровне. Обосновывать решения на инструментальном уровне, в т.ч. решения, касающиеся товарной, ценовой, коммуникативно й и сбытовой политик. Проводить комплексный маркетинговый анализ. Оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений.	Правильно умеет составлять маркетинговые программы и планы. Планировать маркетинговую деятельность по уровням управления. Обосновывать стратегические и тактические решения на корпоративном уровне, на функциональном уровне. Обосновывать решения на инструментальном уровне, в т.ч. решения, касающиеся товарной, ценовой, коммуникативно й и сбытовой политик. Проводить комплексный маркетинговый анализ. Оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений. Анализировать	Правильно умеет составлять маркетинговые программы и планы. Планировать маркетинговую деятельность по уровням управления. Обосновывать стратегические и тактические решения на корпоративном уровне, на функциональном уровне. Обосновывать решения на инструментальном уровне, в т.ч. решения, касающиеся товарной, ценовой, коммуникативно й и сбытовой политик. Проводить комплексный маркетинговый анализ. Оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений. Анализировать
--	--	--	---	---

ных управленческих решений.	взаимосвязи между функциональным и стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.	Анализировать взаимосвязи между функциональным и стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.	взаимосвязи между функциональным и стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений. Допускает ошибки и неточности.	взаимосвязи между функциональным и стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.
-----------------------------	---	---	--	---

ПК-4. Способен формировать маркетинговую и коммуникационную стратегию организации, планировать и разрабатывать бюджет реализуемых маркетинговых проектов, оценивать эффективность маркетинговых мероприятий.

ПК-4.9. Осуществляет диагностику маркетинговых проблем организации, выявляет факторы и источники конкурентных преимуществ организации, проектирует маркетинговую стратегию, разрабатывает её бюджет и оценивает эффективность

Умение согласовывать маркетинговые программы с целями, задачами и стратегиями других функциональных служб и организации в целом. Планировать маркетинговую деятельность.	Не умеет согласовывать маркетинговые программы с целями, задачами и стратегиями других функциональных служб и организации в целом. Планировать маркетинговую деятельность.	Испытывает затруднения в согласовании маркетинговых программ с целями, задачами и стратегиями других функциональных служб и организации в целом. Планировать маркетинговую деятельность.	Правильно умеет согласовывать маркетинговые программы с целями, задачами и стратегиями других функциональных служб и организации в целом. Планировать маркетинговую деятельность. Допускает ошибки и неточности.	Правильно умеет согласовывать маркетинговые программы с целями, задачами и стратегиями других функциональных служб и организации в целом. Планировать маркетинговую деятельность.
--	--	--	--	---

Оценка сформированности компетенций по показателю Навыки

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений				
УК-2.2. Использует нормативно-правовые документы при разработке и реализации профессиональных проектов.				
Владеет навыками анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности.	Не владеет навыками анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности.	Испытывает затруднения в проведении анализа и использования нормативных и правовых документов в своей	Частично владеет навыками анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессионально	Полностью владеет навыками анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессионально

		профессионально й деятельности.	й деятельности.	й деятельности.
<p>УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>УК-2.4. Формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу и осуществляет ее решения посредством проектного управления.</p>				
Владеет навыками анализа внутренней и внешней среды проектного управления, математическим и методами анализа процесса управления проектами, навыками деления проекта на фазы (этапы, стадии), навыками принятия управленческого решения при управлении проектом.	Не владеет навыками анализа внутренней и внешней среды проектного управления, математическим и методами анализа процесса управления проектами, навыками деления проекта на фазы (этапы, стадии), навыками принятия управленческого решения при управлении проектом.	Испытывает затруднения в анализе внутренней и внешней среды проектного управления, математическим и методами анализа процесса управления проектами, навыками деления проекта на фазы (этапы, стадии), навыками принятия управленческого решения при управлении проектом.	Частично владеет методами анализа внутренней и внешней среды проектного управления, математическим и методами анализа процесса управления проектами, навыками деления проекта на фазы (этапы, стадии), навыками принятия управленческого решения при управлении проектом.	Полностью владеет методами анализа внутренней и внешней среды проектного управления, математическим и методами анализа процесса управления проектами, навыками деления проекта на фазы (этапы, стадии), навыками принятия управленческого решения при управлении проектом.
<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	Не владеет навыками и приемами взаимодействия	Испытывает затруднения во взаимодействии со службами	Частично владеет навыками и приемами взаимодействия	Полностью владеет навыками и приемами взаимодействия

информационных технологий, использования корпоративных информационных систем.	со службами информационных технологий, использования корпоративных информационных систем.	информационных технологий, использования корпоративных информационных систем.	со службами информационных технологий, использования корпоративных информационных систем.	со службами информационных технологий, использования корпоративных информационных систем.
---	---	---	---	---

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

Владеет навыками 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.	Не 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.	Испытывает затруднения в разработке 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.	Частично 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.	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.
---	---	--	---	--

ОПК-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия.

ОПК-3.2. Разрабатывает обоснованные организационно-управленческие решения, оценивает их социальную значимость и последствия для достижения стратегических целей развития организации.

Владеет навыками формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы; методами анализа отраслевых рынков в целях повышения конкурентоспособности организаций –	Не владеет методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы; методами анализа отраслевых рынков в целях повышения конкурентоспособности организаций –	Испытывает затруднения в формулировании и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы; методами анализа отраслевых рынков в целях повышения конкурентоспособности организаций –	Частично владеет методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы; методами анализа отраслевых рынков в целях повышения конкурентоспособности организаций –	Полностью владеет методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы; методами анализа отраслевых рынков в целях повышения конкурентоспособности организаций –
---	--	---	--	---

участников этих рынков.	участников этих рынков.	участников этих рынков.	участников этих рынков.	участников этих рынков.
<p>ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций.</p> <p>ОПК-4.2. Разрабатывает и обосновывает бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций.</p>				
Владеет навыками методами реинжиниринга бизнес-процессов и оценки их результативности	Не владеет методами реинжиниринга бизнес-процессов и оценки их результативности	Испытывает затруднения в реинжиниринге бизнес-процессов и оценки их результативности	Частично владеет методами реинжиниринга бизнес-процессов и оценки их результативности	Полностью владеет методами реинжиниринга бизнес-процессов и оценки их результативности
<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>				
Владеет навыками подготовки аналитических отчетов о динамике 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 динамике 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 динамике 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 динамике 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 динамике 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
<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>				
Владеет способностью решать стандартные задачи профессиональной деятель-	Не владеет способностью решать стандартные задачи профессиональной	Испытывает затруднения при решении стандартных задач профессиональ-	Частично владеет способностью решать стандартные задачи профессиональ-	В полной мере владеет способностью решать стандартные задачи профессиональ-

ности 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.	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.	ной 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.	ной 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.	нальной 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, организации и решения конкретных задач маркетинговых исследований; методическими приемами разработки рекомендаций по решению маркетинговых проблем организации по результатам исследования.	Не владеет 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	Испытывает затруднения в подготовке 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	Частично владеет 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	Полностью владеет 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.	исследования.	исследования.	исследования.
<p>ПК-2. Способен систематизировать и проводить количественный и качественный анализ информации, полученной в ходе проведения маркетинговых исследований, осуществлять прогноз рыночных показателей</p> <p>ПК-2.4. Обосновывает выбор количественных и качественных методов анализа, осуществляет сбор информации и её обработку</p>				
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.
<p>ПК-3. Способен обосновывать решения в области товарной, ценовой, коммуникативной и сбытовой политик, разрабатывать маркетинговые программы и планы, формировать предложения по совершенствованию комплекса маркетинга, в том числе в цифровой среде.</p> <p>ПК-3.14. Совершенствует элементы комплекса маркетинга организации, разрабатывает маркетинговые программы и планы, формирует предложения по совершенствованию комплекса маркетинга, в том числе в цифровой среде</p>				
Владеет навыками оценки эффективности организации маркетинговой деятельности. Методологией составления маркетинговой программы. Методами анализа товарной, коммуникативной, ценовой и сбытовой политик.	Не владеет Методами оценки эффективности организации маркетинговой деятельности. Методологией составления маркетинговой программы. Методами анализа товарной, коммуникативной, ценовой и сбытовой политик.	Испытывает затруднения в оценке эффективности организации маркетинговой деятельности. Методологией составления маркетинговой программы. Методами анализа товарной, коммуникативной, ценовой и сбытовой политик.	Частично владеет методами оценки эффективности организации маркетинговой деятельности. Методологией составления маркетинговой программы. Методами анализа товарной, коммуникативной, ценовой и сбытовой политик.	Полностью владеет методами оценки эффективности организации маркетинговой деятельности. Методологией составления маркетинговой программы. Методами анализа товарной, коммуникативной, ценовой и сбытовой политик.
<p>ПК-4. Способен формировать маркетинговую и коммуникационную стратегию организации, планировать и разрабатывать бюджет реализуемых маркетинговых проектов, оценивать эффективность маркетинговых мероприятий.</p> <p>ПК-4.9. Осуществляет диагностику маркетинговых проблем организации, выявляет факторы и источники конкурентных преимуществ организации, проектирует маркетинговую стратегию, разрабатывает её бюджет и оценивает эффективность</p>				
Владеет навыками контроля и маркетингового анализа деятельности	Не владеет методами контроля и маркетингового анализа	Испытывает затруднения в контроле и маркетинговом анализе	Частично владеет методами контроля и маркетингового анализа	Полностью владеет методами контроля и маркетингового анализа

предприятия. Методами поиска новых привлекательных рынков и продуктов и умеет их использовать в формировании маркетинговых стратегий развития организации.	деятельности предприятия. Методами поиска новых привлекательных рынков и продуктов и умеет их использовать в формировании маркетинговых стратегий развития организации.	деятельности предприятия. Методами поиска новых привлекательных рынков и продуктов и умеет их использовать в формировании маркетинговых стратегий развития организации.	деятельности предприятия. Методами поиска новых привлекательных рынков и продуктов и умеет их использовать в формировании маркетинговых стратегий развития организации.	деятельности предприятия. Методами поиска новых привлекательных рынков и продуктов и умеет их использовать в формировании маркетинговых стратегий развития организации.
--	--	--	--	--

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

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

а) основная литература:

1. Методические указания к прохождению преддипломной практики для студентов очной и заочной форм обучения направления бакалавриата 38.03.02 – Менеджмент профиля подготовки «Маркетинг» / БГТУ им. В. Г. Шухова, каф. маркетинга; сост.: Е. Д. Щетинина, Т. А. Дубровина. - Белгород: Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2016. - 16 с.

1. 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>

2. 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>

3. 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>

4. 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>

5. 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>

6. 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>

7. 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>

8. Трансформация моделей маркетингового взаимодействия: монография / М. С. Старикова [и др.]. - Белгород: Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2015. - 271 с. Экземпляры всего: 5

9. 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>

10. 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>

11. 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

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 дей-

№	Перечень лицензионного программного обеспечения.	Реквизиты подтверждающего документа
		ствия лицензии 19.08.2022г.
4	Google Chrome	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения
5	Mozilla Firefox	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения