

Частное образовательное учреждение высшего образования  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ  
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

---

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

На заседании кафедры экономики  
и управления социально-экономическими  
системами  
Протокол № 10 от 25.05.2023

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор  
Авдашкевич С.В.  
28.06.2023

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Наименование практики:	Б2.В.01(П) Производственная практика (Профессионально-маркетинговая практика)
Направление подготовки:	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль):	«Маркетинг»
Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Форма обучения:	Очная, очно-заочная, заочная
Разработчики:	Пастухов А.Л. – кандидат философских наук, доцент Афанасьева Т.С. – кандидат экономических наук, доцент

38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг»  
 Рабочая программа практики. Производственная практика (Профессионально-маркетинговая практика)  
 Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная  
 Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года  
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

### 1. Вид, тип, объем практики, продолжительность и место проведения практики

Вид практики: производственная.

Тип практики: профессионально-маркетинговая.

Объем практики – 3 зачетных единиц;

Продолжительность практики – 2 недели.

*Место проведения практики.* Студенты, обучающиеся по направлению 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг», проходят практику в профильной организации, с которой заключен договор на практическую подготовку, или в структурном подразделении университета или на кафедре.

### 2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОПОП ВО)

Прохождение практики направлено на формирование следующих компетенций:

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
<b>ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ</b>		
ПК-1. Способен осуществлять поиск, сбор, хранение, обработку и оценку первичной и вторичной маркетинговой информации	ПК-1.1. Знает нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность.	08.035 Профессиональный стандарт «Маркетолог»
	ПК-1.2. Умеет применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации.	
	ПК-1.3. Способен осуществлять поиск первичной и вторичной маркетинговой информации, планировать и организовывать сбор, хранение, систематизацию и обобщение больших объемов информации, оценивать первичную и вторичную маркетинговую информацию; обрабатывать полученные данные с помощью методов математической статистики.	
ПК-2. Способен определять инструменты для проведения маркетингового исследования	ПК-2.1. Знает основные маркетинговые инструменты, технологии их подбора для проведения маркетингового исследования; методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов.	08.035 Профессиональный стандарт «Маркетолог»
	ПК-2.2. Умеет определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования.	
	ПК-2.3. Способен определять маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования.	
ПК-3. Способен планировать проведение маркетингового исследования и участвовать в его прове-	ПК-3.1. Знает методы проведения маркетингового исследования с учетом особенностей проведения социологических исследований, психологических особенностей поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях, правил,	08.035 Профессиональный стандарт «Маркетолог»

38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг»

Рабочая программа практики. Производственная практика (Профессионально-маркетинговая практика)

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

дени	норм и основных принципов этики делового общения и основ менеджмента.	
	ПК-3.2. Умеет подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования.	
	ПК-3.3. Способен планировать проведение маркетингового исследования; формировать и согласовывать план проведения маркетингового исследования; подготавливать процесс проведения маркетингового исследования, устанавливать сроки и требования к проведению маркетингового исследования.	
ПК-4. Способен разрабатывать технические задания для проведения маркетингового исследования	ПК-4.1. Знает технологию разработки технического задания для проведения маркетингового исследования.	08.035 Профессиональный стандарт «Маркетолог»
	ПК-4.2. Умеет составлять точное техническое задание для проведения маркетингового исследования.	
	ПК-4.3. Способен разрабатывать техническое задание для проведения маркетингового исследования с учетом целей маркетингового исследования.	
ПК-5. Способен составлять отчет и разрабатывать рекомендации по результатам маркетингового исследования	ПК-5.1. Знает требования к составлению отчета маркетингового исследования, содержание его разделов, требования к оформлению документации.	08.035 Профессиональный стандарт «Маркетолог»
	ПК-5.2. Умеет создавать отчет по результатам маркетингового исследования с учетом требований службы качества организации.	
	ПК-5.3. Способен подготавливать отчеты и представлять рекомендации по результатам маркетинговых исследований, формировать предложения по совершенствованию товарной, ценовой политики, совершенствованию систем сбыта и продаж, улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.	
ПК-6. Способен проводить анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг	ПК-6.1. Знает принципы системного анализа, рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики, особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынков товаров и услуг; методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства.	08.035 Профессиональный стандарт «Маркетолог»
	ПК-6.2. Умеет анализировать текущую конъюнктуру рынка товаров и услуг, использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков.	
	ПК-6.3. Способен выявлять проблемы и формулировать цели исследования; анализировать конъюнктуру рынка товаров и услуг.	

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по практике
ПК-1.1. Знает нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность.	Знание нормативных правовых актов, регулирующих маркетинговую деятельность.
ПК-1.2. Умеет применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации.	Умение применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации.
ПК-1.3. Способен осуществлять поиск первичной и вторичной маркетинговой информации, планировать и организовывать сбор, хранение, систематизацию и	Способность осуществлять поиск первичной и вторичной маркетинговой информации, планировать и организовывать сбор, хранение, систематизацию и обобщение

## 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг»

Рабочая программа практики. Производственная практика (Профессионально-маркетинговая практика)

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

обобщение больших объемов информации, оценивать первичную и вторичную маркетинговую информацию; обрабатывать полученные данные с помощью методов математической статистики.	больших объемов информации, оценивать первичную и вторичную маркетинговую информацию; обрабатывать полученные данные с помощью методов математической статистики для маркетинговой деятельности.
ПК-2.1. Знает основные маркетинговые инструменты, технологии их подбора для проведения маркетингового исследования; методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов.	Знание основных маркетинговых инструментов, технологий их подбора для проведения маркетингового исследования; методов использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов.
ПК-2.2. Умеет определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования.	Умение определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования.
ПК-2.3. Способен определять маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования.	Способность определять маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования.
ПК-3.1. Знает методы проведения маркетингового исследования с учетом особенностей проведения социологических исследований, психологических особенностей поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях, правил, норм и основных принципов этики делового общения и основ менеджмента.	Знание методов проведения маркетингового исследования с учетом особенностей проведения социологических исследований, психологических особенностей поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях, правил, норм и основных принципов этики делового общения и основ менеджмента, маркетинга.
ПК-3.2. Умеет подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования.	Умение подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования.
ПК-3.3. Способен планировать проведение маркетингового исследования; формировать и согласовывать план проведения маркетингового исследования; подготавливать процесс проведения маркетингового исследования, устанавливать сроки и требования к проведению маркетингового исследования.	Способность планировать проведение маркетингового исследования; формировать и согласовывать план проведения маркетингового исследования; подготавливать процесс проведения маркетингового исследования, устанавливать сроки и требования к проведению маркетингового исследования.
ПК-4.1. Знает технологию разработки технического задания для проведения маркетингового исследования.	Знание технологии разработки технического задания для проведения маркетингового исследования.
ПК-4.2. Умеет составлять точное техническое задание для проведения маркетингового исследования.	Умение составлять точное техническое задание для проведения маркетингового исследования.
ПК-4.3. Способен разрабатывать техническое задание для проведения маркетингового исследования с учетом целей маркетингового исследования.	Способность разрабатывать техническое задание для проведения маркетингового исследования с учетом целей маркетингового исследования.
ПК-5.1. Знает требования к составлению отчета маркетингового исследования, содержание его разделов, требования к оформлению документации.	Знание требований к составлению отчета маркетингового исследования, содержание его разделов, требования к оформлению документации.
ПК-5.2. Умеет создавать отчет по результатам маркетингового исследования с учетом требований службы качества организации.	Умение создавать отчет по результатам маркетингового исследования с учетом требований службы качества организации.
ПК-5.3. Способен подготавливать отчеты и представлять рекомендации по результатам маркетинговых исследований, формировать предложения по совершенствованию товарной, ценовой политики, совершенствованию систем сбыта и продаж, улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.	Способность подготавливать отчеты и представлять рекомендации по результатам маркетинговых исследований, формировать предложения по совершенствованию товарной, ценовой политики, совершенствованию систем сбыта и продаж, улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.
ПК-6.1. Знает принципы системного анализа, рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики, особенности конъюнктуры внут-	Знание принципов системного анализа, рыночных методов хозяйствования, закономерностей и особенностей развития экономики, особенностей конъюнктуры внут-

38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг»  
 Рабочая программа практики. Производственная практика (Профессионально-маркетинговая практика)  
 Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная  
 Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года  
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

юнктуры внутреннего и внешнего рынков товаров и услуг; методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства.	ренного и внешнего рынков товаров и услуг; методик расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства.
ПК-6.2. Умеет анализировать текущую конъюнктуру рынка товаров и услуг, использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков.	Умение анализировать текущую конъюнктуру рынка товаров и услуг, использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков.
ПК-6.3. Способен выявлять проблемы и формулировать цели исследования; анализировать конъюнктуру рынка товаров и услуг.	Способность выявлять проблемы и формулировать цели исследования; анализировать конъюнктуру рынка товаров и услуг.

### 3. Содержание практики

Программа формирования контролируемых компетенций в процессе прохождения практики:

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Кол-во часов		Код компетенций	Оценочные средства
		Контактная работа	СРС (Практическая подготовка)		
<b>1. Подготовительный этап</b>					
1	Проведение инструктивного совещания, ознакомление обучающегося с содержанием практики, доведение до обучающихся информации о порядке организации практики, видах отчетности, правах и обязанностях участников практики, получение документации по практике (организационное собрание)	2	-	ПК-1 ПК-5	Отчет по практике Дневник по практике
2	Вводная беседа с руководителем практики от университета, получение индивидуального задания на практику	2	-	ПК-1	Отчет по практике Дневник по практике
3	Изучение соответствующей литературы, рекомендованной руководителем практики от университета, изучение порядка и требований к оформлению работ	-	24	ПК-1 ПК-5	Отчет по практике
<b>2. Практический этап</b>					
1	Инструктаж по технике безопасности и ознакомление с правилами внутреннего трудового распорядка по месту проведения практики	-	2	ПК-1	Отчет по практике Дневник по практике
2	Выполнение обучающимся индивидуальных заданий.	-	24	ПК-1 ПК-2 ПК-5	Отчет по практике Дневник по практике
3	Сбор материалов для выполнения самостоятельного исследования, в том числе сбор, обработка, анализ и систематизация полученной во время прохождения практики информации	-	24	ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4 ПК-5 ПК-6	Отчет по практике Дневник по практике
<b>3. Аналитический этап</b>					
1	Обработка и анализ полученной информации, анализ проделанной работы и подведение ее итогов	-	16	ПК-5	Отчет по практике
2	Отчет перед руководителем практики от университета о выполненных индивидуальных заданиях	-	2	ПК-1	Отчет по практике Дневник по практике

38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг»  
 Рабочая программа практики. Производственная практика (Профессионально-маркетинговая практика)  
 Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная  
 Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года  
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

					тике
3	Оформление дневника (при прохождении практики в профильной организации, структурном подразделении университета) и отчета по практике	-	8	ПК-5	Отчет по практике Дневник по практике
<b>4. Заключительный этап (оценка сформированности компетенций)</b>					
1	Представление отчета по практике, сдача дневника (при прохождении практики в профильной организации, структурном подразделении университета) по практике	-	2	ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4	Отчет по практике Дневник по практике
2	Защита отчета по практике	-	2*	ПК-5 ПК-6	Отчет по практике Дневник по практике Оценочный лист практики Защита отчета (зачет с оценкой)
Итого: 108 часов		4	104		

\*Подготовка к сдаче дифференцированного зачета

#### 4. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики

##### *Основная литература:*

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510093>
2. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489346>
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490035>
4. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07859-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513376>
5. Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511398>

##### *Дополнительная литература:*

1. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 419 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13841-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489446> Карасев, А. П. Маркетинговые исследо-

- вания и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489480>
2. Маркетинг территорий : учебник для вузов / А. А. Угрюмова [и др.] ; под общей редакцией А. А. Угрюмовой, М. В. Савельевой, Е. В. Ерохиной. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 446 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14967-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515029>
  3. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для бакалавров / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 408 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2661-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509104>
  4. Ямпольская, Д. О. Маркетинговый анализ: технология и методы проведения : учебник и практикум для вузов / Д. О. Ямпольская, А. И. Пилипенко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 268 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06305-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515455>

*Периодические издания:*

1. Маркетинг в России и за рубежом [Электронный ресурс] : журнал. — Режим доступа: [https://www.elibrary.ru/title\\_about.asp?id=8819](https://www.elibrary.ru/title_about.asp?id=8819)
2. Маркетинг и логистика [Электронный ресурс] : журнал. — Режим доступа: [https://www.elibrary.ru/title\\_about\\_new.asp?id=57984](https://www.elibrary.ru/title_about_new.asp?id=57984)
3. Современные гуманитарные исследования [Электронный ресурс] : журнал. — Режим доступа: [https://www.elibrary.ru/title\\_about\\_new.asp?id=26084](https://www.elibrary.ru/title_about_new.asp?id=26084)

*Ресурсы сети «Интернет»:*

1. [ibooks.ru](http://ibooks.ru): электронно-библиотечная система [Электронный ресурс]: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://ibooks.ru>. - Текст: электронный
2. Электронно-библиотечная система СПбУТУиЭ: электронно-библиотечная система [Электронный ресурс]: профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://libume.ru>. - Текст: электронный
3. Юрайт: электронно-библиотечная система [Электронный ресурс]: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://urait.ru/>. - Текст: электронный
4. [eLibrary.ru](http://elibrary.ru): научная электронная библиотека [Электронный ресурс]: профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>. - Текст: электронный
5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс]: профессиональная база данных. - Режим доступа: [arhiv.nikon.ru](http://arhiv.nikon.ru). - Текст: электронный
6. КиберЛенинка: научная электронная библиотека [Электронный ресурс]: информационная справочная система. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный
7. Лань: электронно-библиотечная система [Электронный ресурс]: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>. - Текст: электронный
8. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс]: информационная справочная система. - Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/>. - Текст: электронный
9. [Sostav](https://www.sostav.ru/) [Электронный ресурс]: информационная справочная система. - Режим доступа: <https://www.sostav.ru/>. - Текст: электронный

38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг»  
Рабочая программа практики. Производственная практика (Профессионально-маркетинговая практика)  
Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная  
Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года  
Обновлена на 2023/2024 учебный год

10. AdIndex.ru [Электронный ресурс]: информационная справочная система. - Режим доступа: <https://adindex.ru/>. - Текст: электронный

#### **5. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

1. Антивирусное программное обеспечение
2. LMS Moodle
3. Операционная система
4. Вебинарная платформа
5. Пакет офисных прикладных программ
6. КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
7. Гарант: справочно-правовая система [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/>.

#### **6. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики**

В случае прохождения практики на выпускающей кафедре Университета необходима учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа - практических занятий, оборудованная: рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенного специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, программным обеспечением; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской и/или

учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа - практических занятий – компьютерный класс, оборудованный рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, программным обеспечением; рабочим местом преподавателя, оснащенного специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, программным обеспечением; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской.

Помещение для самостоятельной работы, оборудованное специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, программным обеспечением.

В случае прохождения практики в структурном подразделении университета (за исключением кафедры) или профильной организации, осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы, в том числе в структурном подразделении профильной организации, предназначенном для проведения практической подготовки обучающиеся используют материально-техническая база структурного подразделения/ профильной организации – обучающимся предоставляются рабочие места, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда, оснащенные персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет», а также с установленным программным обеспечением, необходимым для выполнения индивидуального задания на практику.

При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий организационно-методическое сопровождение и аттестация по итогам практики, осуществляется через информационно-образовательный портал ([umeos.ru](http://umeos.ru)) электронной информационно-



образовательной среды Университета. Авторизация на информационно-образовательном портале Университета осуществляются с использованием персональной учетной записи.

## 7. Оценочные материалы по практике

*Формы отчетности по практике.* По результатам прохождения практики обучающийся обязан предоставить руководителю практики от университета (основание для допуска к промежуточной аттестации по практике):

- при прохождении практики в профильной организации / в структурном подразделении университета – дневник практики и отчет по практике;
- при прохождении практики на кафедре – отчет по практике.

Форма и содержание дневника практики определяется требованиями «Положения о практике обучающихся (уровень высшего образования – бакалавриат, магистратура)».

Результаты прохождения практики оцениваются посредством проведения промежуточной аттестации: форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой (дифференцированный зачет).

### Показатели и критерии оценивания результатов прохождения практики (оценочный лист практики) в форме дифференцированного зачета (при прохождении практики в профильной организации):

№ п/п	Показатели оценки	Код компетенций	Критерии оценивания	Баллы
1	Качество оформления (заполнения) дневника  <i>-Заключительный этап</i>	ПК-5	Оформление (заполнение) не соответствует требованиям, предъявляемым к дневнику	0
			Много недочетов в оформлении	6
			Имеются недочеты в оформлении отдельных частей дневника	8
			Дневник оформлен в соответствии со всеми требованиями, предъявляемыми к заполнению дневника, аккуратно и полно	10
2	Рабочий график (план) проведения практики  <i>- Подготовительный этап</i> <i>- Практический этап</i> <i>- Аналитический этап</i> <i>- Заключительный этап</i>	ПК-5	Сроки не соблюдались	0
			С небольшим нарушением сроков без объективных причин	6
			С небольшим нарушением сроков по объективным причинам	8
			Соблюдение запланированных сроков	10
3	Оценка по практике (руководитель практики от организации): 1) полнота и качество выполнения студентами-практикантами программы; 2) степень самостоятельности при работе, умение работать с оргтехникой; 3) уровень профессиональной подготовки в целом; 4) умение применять полученные знания на практике; 5) организаторские способности, инициативность, коммуникабельность.  <i>- Подготовительный этап</i> <i>- Практический этап</i>	ПК-1 ПК-5	Каждый из предложенных показателей оценивается по критерию « <b>выполнен - выполнен частично - не выполнен</b> », что соответствует следующему распределению баллов « <b>1 балл – 0,5 баллов – 0 баллов</b> »	2-5

## 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг»

Рабочая программа практики. Производственная практика (Профессионально-маркетинговая практика)

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

	- <i>Аналитический этап</i>			
4	Оценка по практике (руководитель практики от университета): 1) полнота и качество выполнения студентами-практикантами программы; 2) степень самостоятельности при работе, умение работать с оргтехникой; 3) уровень профессиональной подготовки в целом; 4) умение применять полученные знания на практике; 5) организаторские способности, инициативность, коммуникабельность.  - <i>Подготовительный этап</i> - <i>Практический этап</i> - <i>Аналитический этап</i>	ПК-1 ПК-5	Каждый из предложенных показателей оценивается по критерию « <b>выполнен - выполнен частично - не выполнен</b> », что соответствует следующему распределению баллов « <b>1 балл – 0,5 баллов – 0 баллов</b> »	2-5
5	Оценка трудовой дисциплины за период прохождения практики  - <i>Подготовительный этап</i> - <i>Практический этап</i> - <i>Аналитический этап</i> - <i>Заключительный этап</i>	ПК-1	Систематические нарушения трудовой дисциплины, отсутствие самоорганизации	0
			Имеются нарушения трудовой дисциплины, низкая самоорганизация	6
			Нет существенных замечаний к трудовой дисциплине	8
			Самоорганизован, нет нарушений трудовой дисциплины	10
6	Качество оформления отчета по практике, соответствие заданной структуре отчета  - <i>Заключительный этап</i>	ПК-5	Оформление, качество и структура отчета не соответствует требованиям, предъявляемым к отчету	0
			Много недочетов в оформлении	6
			Имеются недочеты в оформлении отдельных частей отчета	8
			Отчет оформлен в соответствии со всеми требованиями	10
7	Соответствие результатов, полученных при прохождении практики, индивидуальному заданию  - <i>Подготовительный этап</i> - <i>Практический этап</i> - <i>Аналитический этап</i> - <i>Заключительный этап</i>	ПК-2 ПК-3 ПК-4 ПК-6	Результаты не соответствуют заданию	0
			Поставленные задачи решены не полностью	6
			Поставленные задачи решены, но есть незначительные недоработки	8
			Поставленные задачи решены полностью	10
8	Самостоятельность выполнения отчета  - <i>Аналитический этап</i> - <i>Заключительный этап</i>	ПК-5	Отсутствие самостоятельности, требуется постоянное консультирование	0
			Отсутствие самостоятельности, требуется периодическое консультирование	6
			Требовалась небольшое руководство	8
			Достаточная самостоятельность	10
9	Собеседование с руководителем практики от университета, ответы на контрольные вопросы  - <i>Заключительный этап</i>	ПК-2 ПК-3 ПК-6	Не владеет материалом практики, студент не может ответить ни на один контрольный вопрос	0
			Слабое владение материалом практики, затрудняется с ответами на большинство контрольных вопросов	19
			Хорошо владеет материалом практики,	24

38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг»

Рабочая программа практики. Производственная практика (Профессионально-маркетинговая практика)

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

		успешно отвечает на не менее чем 80 процентов контрольных вопросов	
		Отлично владеет материалом практики, ответы продуманы и обоснованы	30
<i>Итого:</i>			0-100

**Показатели и критерии оценивания результатов прохождения практики  
в форме дифференцированного зачета  
(при прохождении практики на выпускающей кафедре):**

№ п/п	Показатели оценки	Код компетенций	Критерии оценивания	Баллы
1	Рабочий график (план) проведения практики  - <i>Подготовительный этап</i> - <i>Практический этап</i> - <i>Аналитический этап</i> - <i>Заключительный этап</i>	ПК-5	Сроки не соблюдались	0
			С небольшим нарушением сроков без объективных причин	6
			С небольшим нарушением сроков по объективным причинам	8
			Соблюдение запланированных сроков	10
2	Оценка трудовой дисциплины за период прохождения практики  - <i>Подготовительный этап</i> - <i>Практический этап</i> - <i>Аналитический этап</i> - <i>Заключительный этап</i>	ПК-1	Систематические нарушения трудовой дисциплины, отсутствие самоорганизации	0
			Имеются нарушения трудовой дисциплины, низкая самоорганизация	6
			Нет существенных замечаний к трудовой дисциплине	8
			Самоорганизован, нет нарушений трудовой дисциплины	10
3	Качество оформления отчета по практике, соответствие заданной структуре отчета  - <i>Заключительный этап</i>	ПК-5	Оформление, качество и структура отчета не соответствует требованиям, предъявляемым к отчету	0
			Много недочетов в оформлении	12
			Имеются недочеты в оформлении отдельных частей отчета	16
			Отчет оформлен в соответствии со всеми требованиями	20
4	Соответствие результатов, полученных при прохождении практики, индивидуальному заданию  - <i>Подготовительный этап</i> - <i>Практический этап</i> - <i>Аналитический этап</i> - <i>Заключительный этап</i>	ПК-2 ПК-3 ПК-4 ПК-6	Результаты не соответствуют заданию	0
			Поставленные задачи решены не полностью	12
			Поставленные задачи решены, но есть незначительные недоработки	16
			Поставленные задачи решены полностью	20
5	Самостоятельность выполнения отчета  - <i>Аналитический этап</i> - <i>Заключительный этап</i>	ПК-5	Отсутствие самостоятельности, требуется постоянное консультирование	0
			Отсутствие самостоятельности, требуется периодическое консультирование	6
			Требовалась небольшое руководство	8
			Достаточная самостоятельность	10
6	Собеседование с руководителем практики от университета, ответы на контрольные вопросы (в соответствии с планируемыми результатами обучения по практике)	ПК-2 ПК-3 ПК-6	Не владеет материалом практики, студент не может ответить ни на один контрольный вопрос	0
			Слабое владение материалом практики, затрудняется с ответами на большинство контрольных вопросов	19
			Хорошо владеет материалом практики,	24

38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг»  
 Рабочая программа практики. Производственная практика (Профессионально-маркетинговая практика)  
 Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная  
 Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года  
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

	-Заключительный этап	успешно отвечает на не менее чем 80 процентов контрольных вопросов	
		Отлично владеет материалом практики, ответы продуманы и обоснованы	30
<i>Итого:</i>			0-100

Защита отчета предусматривает оценку сформированности компетенций путем анализа деловых ситуаций, изученных студентом (практикантом) в результате прохождения практики, а также ответов на контрольные вопросы. По результатам промежуточной аттестации выставляются баллы, которые переводятся в оценку по традиционной шкале оценивания.

### Шкала оценивания результатов прохождения практики в форме дифференцированного зачета

Баллы за прохождение практики	60 и менее		61-73		74-90		91-100
Итоговая оценка по практике	Неудовлетворительно		Удовлетворительно		Хорошо		Отлично
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	<50	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

#### Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации

##### 1. Пример индивидуального задания

Опишите бизнес-технологии, применяемые в современном бизнесе.

Сделайте анализ организационной структуры предприятия с декомпозицией (отдела, подразделения).

Опишите бизнес-модель предприятия с применением системы сбалансированных показателей.

Опишите систему целевых показателей организации (отдела, подразделения).

Составьте перечень факторов влияния внешней и внутренней среды на маркетинговую деятельность организации.

Представьте методологию проведения маркетингового исследования.

Представьте применяемые методы анализа рынка (покупателей, потребителей).

##### 2. Дневник практики.

Дневник практики является одним из основных отчетных документов, характеризующих и подтверждающих прохождение обучающимся практики, в котором отражается его текущая работа в процессе прохождения практики.

В дневнике содержится направление студента на практику, отметка о прохождении инструктажа по технике безопасности, сведения о правах и обязанностях студента при прохождении практики, индивидуальное задание студента, согласованное с руководителями практики от организации и университета, рабочий график (план) проведения практики, отзыв руководителя практики от организации о прохождении практики студентом и др.

Форма дневника практики представлена в «Положении о практике обучающихся (уровень высшего образования – бакалавриат, магистратура».

##### 3. Отчет студента по практике.

В отчете студент представляет анализ проведенной работы.

Структура отчета производственной (профессионально-маркетинговой) практики, следующая:

Введение, в котором формулируются цель и задачи, которые автор ставит и решает в ходе выполнения отчета, дается обоснование актуальности практики, анализ источников и использованной литературы, а также фактических материалов, полученных в процессе прохождения практики.

Основная текстовая часть отчета по практике должна состоять из следующих обязательных разделов:

Краткая характеристика организации (отдела) в котором студент проходил практику.

Анализ экономической системы и системы управления организацией (отделом, подразделением).

Анализ основных финансовых показателей организации (отдела, подразделения).

Анализ программно-информационного обеспечения отдела (организации).

Описание приобретенных за время практики умений и навыков.

В случае невыполнения студентом какого-либо из указанных в программе заданий, необходимо отметить в отчёте причину. Если задание(я) были заменены руководителем практики от организации, все изменения должны быть зафиксированы, новое задание следует подробно описать с указанием цели выполнения задания и объёма времени, отводимого на его выполнение.

В заключении формулируются выводы о результатах практики.

Список источников и используемой литературы включает издания, используемые при написании отчета. Список источников составляется в алфавитном порядке фамилий авторов.

В приложении к отчету по производственной (профессионально-маркетинговой) практике в обязательном порядке должны быть включены:

Дневник практики.

Индивидуальный план работы студента.

#### 4. Перечень контрольных вопросов.

В процессе защиты обучающийся должен кратко изложить основные результаты проделанной работы, выводы и рекомендации, структуру и анализ материалов по деятельности организации, а также ответить на контрольные вопросы:

Какова структура организации?

Что представляет собой рынок, на котором функционирует организация?

Что представляют собой покупатели и потребители продукции организации?

Какие нормативно-правовые акты влияют на работу предприятия?

Какие факторы влияют на управление, бизнес-процессы и результаты экономической деятельности предприятия?

Какие риски характерны для маркетинговой деятельности предприятия?

Что такое маркетинговое исследование и каков алгоритм его проведения?

Какие экономические показатели используются для принятия управленческих решений на предприятии в сфере маркетинга?

Какие технико-технологические и информационные ресурсы и системы используются в организации (маркетинговой деятельности)?

38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг»  
Рабочая программа практики. Производственная практика (Профессионально-маркетинговая практика)  
Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная  
Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года  
Обновлена на 2023/2024 учебный год

---