

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования**

**«Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова»**

(ФГБОУ ВО «ЧГУ им. И.Н. Ульянова»)

Экономический факультет

Кафедра менеджмента и маркетинга

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной работе

И.Е. Поверинов

«30» *08* 2019 г.



**ПРОГРАММА ПРАКТИКИ  
ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА  
(преддипломная практика)**

Направление подготовки (специальность)	<i>38.03.02 Менеджмент</i>
Направленность (профиль)	<i>Маркетинг</i>
Квалификация (степень) выпускника	<i>Бакалавр</i>
Прикладной бакалавриат	
Вид практики	<i>производственная</i>

Чебоксары 2019

Программа практики основана на требованиях Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденного Приказом Министерства образования и науки РФ № 7 от 12.01.2016 г. (в ред. Приказов Минобрнауки России от 20.04.2016 № 444, от 13.07.2017 № 653), Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденного Приказом Министерства образования и науки РФ № 1383 от 27.11.2015, Положения о практике обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова».

*СОСТАВИТЕЛЬ (СОСТАВИТЕЛИ):*

кандидат экономических наук, доцент

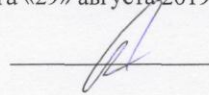


Т.В. Иванова

*ОБСУЖДЕНО:*

на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «29» августа 2019 г., протокол №15

Заведующий кафедрой

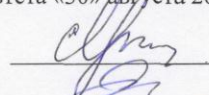


И.А. Леонтьева

*СОГЛАСОВАНО:*

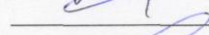
Методическая комиссия экономического факультета «30» августа 2019 г., протокол №1

Декан факультета



Н.В. Морозова

Директор научной библиотеки



Н.Д. Никитина

Начальник управления информатизации



И.П. Пивоваров

Начальник учебно-методического управления



В.И. Маколов

## Цели и задачи обучения при прохождении практики

Целью преддипломной практики является:

- закрепление и углубление теоретических знаний, полученных при изучении таких дисциплин, как «Логистика», «Финансовый менеджмент», «Управление маркетингом», «Управление продажами», «Промышленный маркетинг», «Ценообразование в маркетинге», «Маркетинг проекта», «Управление затратами», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности», «Маркетинг инноваций», «Стратегический маркетинг», «Управление качеством» и др.
- развитие практических умений и навыков, необходимых для самостоятельного решения конкретных задач в области маркетинга;
- сбор материалов, необходимых для выполнения выпускной квалификационной работы.

Для достижения данной цели необходимо решение следующих задач:

- изучение деятельности организации в соответствии с программой практики;
- освоение методов сбора, обработки и анализа управленческой информации;
- выполнение поручений руководителя практики от организации;
- приобретение опыта профессиональной деятельности в области маркетинга.

### 1. Вид практики, способ и формы ее проведения

Вид практики - производственная.

Способ проведения практики – стационарная; выездная.

Форма проведения практики – дискретная по видам практик – путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики.

### 2. Планируемые результаты обучения при прохождении практики в рамках освоения образовательной программы

Компетенция по ФГОС	Ожидаемые результаты
ОК-8 - способность использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций	<p><b>Знать</b> формы взаимодействия человека со средой обитания, приемы оказания первой помощи на рабочих местах, участках и в цехах предприятий, АО и фирм при нормальном и аварийном их функционировании.</p> <p><b>Уметь</b> идентифицировать и оценивать опасные и вредные факторы среды обитания; оценивать степень опасности (пожаровзрывной, электрической, экологической и др.).</p> <p><b>Владеть</b> основами анализа и оценки безопасности (пожаровзрывной, электрической, радиационной, экологической и др.) в условиях производственной деятельности и ЧС на ОНХ избранного направления; основами принятия основных мер и использования приемов оказания первой помощи.</p>
ОПК-1 - владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности	<p><b>Знать</b> значение основ правовых знаний в профессиональной деятельности менеджера и управленца.</p> <p><b>Уметь</b> использовать базовые основы правовых знаний в различных сферах экономической и управленческой деятельности.</p> <p><b>Владеть</b> навыками поиска необходимой правовой нормы для регулирования анализируемой ситуации, навыками использования правовых документов в управленческой деятельности.</p>

<p>ОПК-2 - способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений</p>	<p><b>Знать</b> процесс организации маркетинговой деятельности на социально ответственном предприятии.  <b>Уметь</b> определять перспективы развития предприятия; выделять наиболее социально значимые позиции организации, которые следует развивать; планировать комплекс продвижения социально-значимых мероприятий.  <b>Владеть</b> навыками принятия решений в отношении маркетинговой политики организации; способами принятия организационно-управленческих решений, способствующих принятию на себя ответственности за последствия собственных решений.</p>
<p>ОПК-3 - способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия</p>	<p><b>Знать</b> основы проектирования организационной структуры службы маркетинга.  <b>Уметь</b> разрабатывать положение о службе маркетинга, должностные инструкции специалистов службы маркетинга.  <b>Владеть</b> технологией распределения и делегирования полномочий с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия при решении маркетинговых задач.</p>
<p>ОПК-4 - способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации</p>	<p><b>Знать</b> основы деловой риторики, основные формы делового общения, психологические закономерности общения, взаимодействия оратора и аудитории.  <b>Уметь</b> осуществлять самоконтроль устного выступления и корректировать его; грамотно строить устную и письменную речь, соблюдая правила словоупотребления.  <b>Владеть</b> набором знаний в области коммуникаций; средствами саморазвития и воздействия на партнера и аудиторию, навыками осуществления деловой переписки, электронных коммуникаций, ведения деловых переговоров и совещаний.</p>
<p>ОПК-5 - владение навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем</p>	<p><b>Знать</b> цели и задачи хозяйственной деятельности организации; цель, задачи и виды документирования хозяйственных операций; основные принципы бухгалтерского учета и базовые общепринятые правила ведения бухгалтерского учета активов, обязательств, капитала, доходов, расходов в организациях; формулы расчета прибыли (убытка) от продаж, прибыли (убытка) от прочих видов деятельности, прибыли (убытка) до налогообложения, чистой прибыли (чистого убытка); состав бухгалтерской, статистической и налоговой отчетности; содержание статей бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах.  <b>Уметь</b> отражать хозяйственные операции с соблюдением требований законодательства о бухгалтерском учете; составлять основные формы бухгалтерской отчетности (бухгалтерский баланс и отчет о финансовых результатах); пользоваться нормативно-законодательной документацией в области формирования и представления финансовой отчетности; использовать и составлять финансовые нормативные и правовые документы, относящиеся к будущей профессиональной деятельности  <b>Владеть</b> навыками ведения бухгалтерского учета по отдельным участкам в организации; навыками использования информации бухгалтерского (финансового) учета для составления финансовой отчетности; методами анализа и составления основной бухгалтерской и финансовой документации организаций различных направлений деятельности.</p>

<p>ОПК-6 - владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций</p>	<p><b>Знать</b> методы принятия решений в управлении маркетинговой деятельностью организаций.  <b>Уметь</b> принимать решения по управлению маркетинговой деятельностью организаций.  <b>Владеть</b> методами принятия решений в управлении маркетинговой деятельностью организаций.</p>
<p>ОПК-7 - способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p>	<p><b>Знать</b> сущность, значение и способы получения, хранения, переработки и защиты информации и требования к обеспечению безопасности информации в современных условиях.  <b>Уметь</b> решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и использовать основные способы и средства защиты информации для соблюдения информационной безопасности.  <b>Владеть</b> навыками работы с компьютером как средством управления информацией, в том числе в глобальных компьютерных сетях и современными методами защиты информации для обеспечения информационной безопасности.</p>
<p>ПК-1 - владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры</p>	<p><b>Знать</b> теории мотивации, лидерства и власти; методологические принципы организационного поведения.  <b>Уметь</b> анализировать групповую динамику и организационную культуру, разбираться в проблемной стороне управления организацией; самостоятельно разбираться в структуре управления организацией.  <b>Владеть</b> навыками применения различных теорий мотивации, лидерства и власти в практике управления, аудита человеческих ресурсов и диагностики организационной культуры.</p>
<p>ПК-2 - владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде</p>	<p><b>Знать</b> способы управления конфликтами, основы межличностных, групповых и организационных коммуникаций, современные технологии управления персоналом, принципы социальной ответственности и компетентности, технологии маркетинга и маркетинговых инноваций в социальной сфере.  <b>Уметь</b> применять на практике принципы, методы и модели разрешения конфликтных ситуаций, формировать коммуникативную политику организаций на основе современных технологий управления персоналом.  <b>Владеть</b> современными методами управления персоналом, способами управления конфликтами, навыками межличностных, групповых и организационных коммуникаций, в том числе межкультурной среде.</p>
<p>ПК-3 - владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</p>	<p><b>Знать</b> основы проведения стратегического анализа и разработки маркетинговой стратегии предприятия.  <b>Уметь</b> применять конкретные методики стратегического анализа и разработки маркетинговых стратегий в зависимости от поставленных целей и возможностей предприятия.  <b>Владеть</b> методами стратегического анализа и разработки маркетинговой стратегии.</p>
<p>ПК-4 - умение применять основные методы</p>	<p><b>Знать</b> основные понятия, категории и инструменты финансового менеджмента; законодательные и нормативно-правовые акты,</p>

<p>финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации</p>	<p>регламентирующие финансово-экономическую деятельность организаций.  <b>Уметь</b> рассчитывать экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов; читать и анализировать бухгалтерскую отчетность; выявлять проблемы в области управления финансами организаций и предлагать возможные пути их решения.  <b>Владеть</b> методами общей оценки активов предприятия и источников их финансирования, величины и состава ресурсов, необходимых для поддержания достигнутого экономического потенциала предприятия и расширения его деятельности, источников дополнительного финансирования, методами оценки эффективности использования финансовых ресурсов при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации.</p>
<p>ПК-5 - способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений</p>	<p><b>Знать</b> методы разработки функциональных стратегий, систему стратегий компании.  <b>Уметь</b> обеспечивать взаимосвязь маркетинговых стратегий при их разработке и реализации с другими функциональными стратегиями.  <b>Владеть</b> методами оценки воздействия маркетинговой стратегии на другие функциональные сферы деятельности предприятия, навыками принятия решений по повышению конкурентоспособности организации.</p>
<p>ПК-6 - способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений</p>	<p><b>Знать</b> основные методы управления проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений.  <b>Уметь</b> проводить поэтапный анализ процесса реализации маркетингового проекта по его элементам.  <b>Владеть</b> методами маркетинга проекта, программы внедрения технологических и продуктовых инноваций или программы организационных изменений.</p>
<p>ПК-7 - владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ</p>	<p><b>Знать</b> основные методы разработки проектов и этапы реализации проектов, основные понятия, категории и инструменты контроллинга проектов; методический инструментарий реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ.  <b>Уметь</b> проводить контроль реализации проектов, координировать исполнителей с помощью методического инструментария маркетинга проектов.  <b>Владеть</b> основными методами маркетинга проекта, навыками координации деятельности исполнителей и внедрения контроллинга в практику управления проектами.</p>
<p>ПК-8 - владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений</p>	<p><b>Знать</b> особенности документального оформления решений в управлении инновационной деятельностью предприятия.  <b>Уметь</b> документально оформлять решения, принятые при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.  <b>Владеть</b> маркетинговыми методами управления при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.</p>

<p>ПК-9 - способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>	<p><b>Знать</b> методы проведения маркетинговых исследований, основные понятия, категории и инструменты поведения потребителей; основы сегментации рынка, позиционирования товара; методы изучения поведения потребителей, основные понятия и сущность рынка.</p> <p><b>Уметь</b> оценивать маркетинговую среду деятельности предприятия и действия участников рыночных отношений, анализировать поведение потребителей, применяя различные методы; разбираться в проблемной стороне управления поведением потребителей; оценивать факторы, влияющие на поведение потребителей, и возможности их использования в практике предприятия.</p> <p><b>Владеть</b> методами оценки внешних условий и рыночных возможностей предприятия, анализа поведения конкурентов и потребителей, оценки собственных возможностей; способами учета психологических факторов, влияющих на процесс покупки.</p>
<p>ПК-10 - владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления</p>	<p><b>Знать</b> методы анализа маркетинговой информации, принципы проведения экспертизы бизнес-проектов и бизнес-планов.</p> <p><b>Уметь</b> анализировать полученную маркетинговую информацию для принятия стратегических маркетинговых решений, планировать и осуществлять организационную диагностику и целенаправленным образом обобщать ее результаты для выработки рекомендаций по проведению изменений в клиентской организации; разрабатывать систему организационных мероприятий с целью решения стратегических тактических и оперативных задач компании; разработать направления оптимизации организационной структуры предприятия.</p> <p><b>Владеть</b> технологиями обработки маркетинговой информации и принятия решений, навыками самостоятельной аналитической работы в информационном пространстве данных о состоянии организаций реального сектора экономики и конкретных хозяйствующих субъектов; работы с материалами и документами клиентских организаций; подготовки и принятия управленческих решений в условиях неопределенности.</p>
<p>ПК-11 - владение навыками анализа информации о функционировании системы документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирование информационного обеспечения участников организационных проектов</p>	<p><b>Знать</b> основы информационных методов, понятия и современные принципы работы с деловой информацией.</p> <p><b>Уметь</b> вести базы данных по различным показателям и обеспечивать участников организационных проектов информацией.</p> <p><b>Владеть</b> навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота и методами решения типовых информационных задач.</p>
<p>ПК-12 - умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или</p>	<p><b>Знать</b> характер договорных отношений между участниками внешнеэкономической деятельности, применяемые виды договоров, содержание контрактов, их постатейные условия, обеспечивающие интересы отечественных участников внешнеэкономической деятельности; организацию и технику документального обеспечения внешнеторговых операций.</p> <p><b>Уметь</b> анализировать и использовать законодательные документы о регулировании внешнеэкономической деятельности; осуществлять выбор маркетинговой стратегии и разработку сбытовой политики; определять состав документов, необходимых для установления внешнеэкономических связей с зарубежными контрагентами.</p>

муниципального управления)	<b>Владеть</b> навыками решения ряда конкретных задач, относящихся к внешнеэкономической деятельности; способностью на основетиповых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитывать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов.
ПК-13 - умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций	<b>Знать</b> основные понятия, категории и инструменты реорганизации бизнес-процессов, особенности разработки системы продаж в компании; структуру и содержание стратегии продаж. <b>Уметь</b> проводить реорганизацию бизнес-процессов в процессе внедрения системы антикризисного управления, строить отношения с клиентами на основе выявления их потребностей; организовывать сбытовой персонал на достижение поставленных целей; формулировать стратегию продаж. <b>Владеть</b> навыками совершенствования бизнес-процессов в части предотвращения кризисных ситуаций, методами и техникой продаж; навыками информационного обеспечения управления сбытовой деятельностью; навыками оперативного управления и прогнозирования продаж.
ПК – 14 - умение применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета	<b>Знать</b> основные нормативные и законодательные акты, регулирующие вопросы учета имущества и источников его формирования в организации и формирования финансовой отчетности; состав хозяйственных средств организации и их классификацию по видам и размещению и по источникам образования; принципы формирования учетной политики организации; состав затрат на производство и продажу продукции (товаров, работ, услуг). <b>Уметь</b> выявлять проблемы в управлении затратами в организации. <b>Владеть</b> современными технологиями в области организации и ведения учета имущества и источников его формирования в организациях.
ПК-15 - умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании	<b>Знать</b> факторы маркетингового ценообразования, виды ценовых рисков. <b>Уметь</b> проводить оценку ценовых рисков, оценивать рыночные и специфические риски для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании. <b>Владеть</b> навыками управления ценовыми рисками.
ПК-16 - владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов	<b>Знать</b> основные методы оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов. <b>Уметь</b> рассчитывать основные финансовые показатели для оценки инвестиционных проектов. <b>Владеть</b> навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов.
ПК-17 - способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	<b>Знать</b> методы оценки маркетинговой среды предприятия и принятия маркетинговых решений, базовые концепции и принципы, методы и механизмы управления консультационным проектом; основной круг вопросов, возникающих при подготовке и проведении проектов управленческого консультирования; основные подходы к маркетинговому консультированию. <b>Уметь</b> оценивать маркетинговую среду деятельности предприятия и разрабатывать маркетинговую политику предприятия, проводить экспертизу бизнес-проекта и бизнес-плана; организовать проведение маркетингового консультирования на предприятии.



	<b>Владеть</b> методами оценки внешних условий и рыночных возможностей предприятия для принятия маркетинговых решений, методами определения типа необходимого консультирования; проведением ревизии маркетинга.
ПК-18 - владение навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)	<b>Знать</b> принципы организации бизнес-планирования; основные методы и направления экономического анализа маркетинговой деятельности организации, методы управления целевой аудиторией, планирования, организации и контроля маркетинговой деятельности предприятия, элементы и основы разработки комплекса маркетинга; <b>Уметь</b> планировать и прогнозировать основные показатели маркетинговой деятельности организации в разрезе важнейших направлений деятельности; разрабатывать маркетинговые планы, организовывать и контролировать их реализацию; представлять руководству предложения по разработке товарного ассортимента, организации каналов распределения, разработке ценовой политики, маркетинговых коммуникаций; проводить ценовые исследования в маркетинге и формировать информационную базу, анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов. <b>Владеть</b> методиками планирования, организации и контроля маркетинговых решений; технологией формирования комплекса маркетинга; технологией формирования структуры маркетинговых подразделений предприятия; технологиями бизнес-планирования, навыками принятия управленческих решений по результатам анализа и прогнозирования.
ПК-19 - владение навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками	<b>Знать</b> основные этапы реализации маркетинга проектов, методы координации предпринимательской деятельности; содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического, тактического и операционного управления. <b>Уметь</b> проводить моделирование бизнес-процессов и координацию предпринимательской деятельности при реализации проектов. <b>Владеть</b> навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения оптимального выполнения бизнес-плана всеми участниками.
ПК-20 - владение навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур	<b>Знать</b> нормативно-правовые акты, регламентирующие подготовку организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур; требования к оформлению организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур; <b>Уметь</b> осуществлять подготовку организационных и распорядительных документов, соблюдая требования к их оформлению, содержанию, к утверждению; <b>Владеть</b> навыками применения правил, требований нормативно-правовых актов для подготовки организационных и распорядительных документов, навыками оформления реквизитов в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов.

#### 4. Место практики в структуре образовательной программы

Вид/тип практики предусмотренной образовательной программой и учебным планом - преддипломная практика по профилю «Маркетинг». Практика проводится на базе предприятий/организаций в 8 семестре.

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

При прохождении практики используются знания, умения и навыки, сформированные в ходе освоения учебных дисциплин ОП ВО: «Логистика»,

«Финансовый менеджмент», «Управление маркетингом», «Управление продажами», «Промышленный маркетинг», «Ценообразование в маркетинге», «Маркетинг проекта», «Управление затратами», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности», «Маркетинг инноваций», «Стратегический маркетинг», «Управление качеством» и др.

Знания и умения, приобретенные обучающимися в результате прохождения преддипломной практики, необходимы для выполнения выпускной квалификационной работы.

### 5. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях и в академических часах

Практика предусмотрена в 8 семестре по окончании сессии.

Для освоения программы практики в учебном плане предусмотрено 6 з.е./216 ак.ч., в т.ч. объем контактной работы составляет 4 ч. Продолжительность практики – 4 недели.

### 6. Структура и содержание практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающихся	Трудоемкость, час	Формируемые компетенции
1.	Организация практики, подготовительный этап	Оформление на практику, инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка организации, предоставляющей место для прохождения практики. Получение задания по практике.	54	ОК-8, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16, ПК-17, ПК-18, ПК-19, ПК-20
2.	Учебный этап	Обучение и работа на рабочем месте в качестве стажера-практиканта в соответствии с индивидуальным заданием	54	ОК-8, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16, ПК-17, ПК-18, ПК-19, ПК-20
3.	Подготовка отчета	Сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала	54	ОК-8, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16, ПК-17, ПК-18, ПК-19, ПК-20
4.	Защита отчета	Получение отзыва на рабочем месте, публичная защита отчета	54	ОК-8, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7,

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающихся	Трудоемкость, час	Формируемые компетенции
				ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16, ПК-17, ПК-18, ПК-19, ПК-20
	ИТОГО		216	

### **7. Форма отчётности по практике**

Формой аттестации практики является зачет с оценкой (дифференцированный зачет). По итогам зачета обучающемуся могут быть выставлены оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно». Для проверки качества прохождения практики, а также полученных знаний, умений и навыков, обучающиеся должны представить руководителю практики от кафедры следующие материалы и документы:

- путевку обучающегося-практиканта, оформленную в соответствии с требованиями и содержащую: отзыв от профильной организации, в которой проходила практика; описание проделанной обучающимся работы; общую оценку качества его подготовки, умения контактировать с людьми и анализировать ситуацию, умения работать со статистическими данными и т.д.;

- отчет обучающегося-практиканта о проделанной работе во время прохождения практики с указанием полученных новых знаний, умений и навыков.

Отчёт обучающегося-практиканта по практике должен быть оформлен в соответствии с межгосударственным стандартом ГОСТ 7.32-2017. Отчет обучающегося-практиканта по практике рецензируется и оценивается руководителем практики от кафедры, ответственной за организацию и проведение практики. Отчеты защищаются перед руководителем практики от кафедры и заведующим кафедрой.

## **8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике**

### **8.1. Фонд оценочных средств**

В процессе прохождения практики обучающимся-практикантом ведется дневник практики, в котором фиксируется вид и продолжительность деятельности в процессе выполнения задания по практике. Дневник является неотъемлемой частью отчета по практике. Рабочими документами для составления отчета также служат рабочие материалы и документы профильной организации, разрешенные для изучения и использования обучающемуся-практиканту. Объем и содержание представляемой в отчете информации по выполнению индивидуального задания каждым обучающимся уточняется у руководителя практики.

### **8.2. Задания на практику**

#### **8.2.1. Индивидуальные задания по практике**

(контролируемые компетенции - ОК-8, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16, ПК-17, ПК-18, ПК-19, ПК-20)

Сбор материалов, необходимых для выполнения выпускной квалификационной работы.

### **8.2.2. Типовые задания по практике**

(контролируемые компетенции - ОК-8, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16, ПК-17, ПК-18, ПК-19, ПК-20)

За время прохождения практики студент должен изучить и отразить в отчете следующие вопросы:

#### *1 Общая характеристика организации:*

- 1.1 Полное и сокращенное наименование организации.
- 1.2 Организационно-правовая форма функционирования/
- 1.3 История создания организации.
- 1.4 Основные виды деятельности организации/
- 1.5 Нормативно-правовое регулирование деятельности организации.

#### *2. Анализ деятельности организации на рынке:*

- 2.1 Анализ внешней среды организации (PEST-анализ).
- 2.2 Анализ внутренней среды организации (SNW-анализ).
- 2.3 Количественная и качественная характеристика рынков, на которых функционирует организация.

#### *2.4 Анализ реализуемой организацией стратегии.*

#### *2.5 Определение конкурентоспособности организации на рынке.*

#### *2.6 Анализ рисков.*

#### *3 Общая характеристика менеджмента организации:*

- 3.1 Миссия и цели деятельности организации.
- 3.2 Характеристика организационной структуры управления (тип и вид ОСУ, уровни управления, норма управления).

#### *3.3 Характеристика основных бизнес-процессов организации.*

#### *3.4 Формы делового общения, применяемые в организации.*

#### *3.5 Характеристика процесса принятия управленческих решений.*

#### *3.6 Внутренняя документация, регламентирующая деятельность организации.*

- 3.7 Информационно-коммуникационные технологии в системе менеджмента организации.

#### *4 Управление персоналом:*

#### *4.1 Характеристика кадрового состава организации.*

#### *4.2 Характеристика системы мотивации персонала.*

#### *4.3 Методы групповой работы и командообразования в организации.*

#### *4.4 Управление конфликтами в организации.*

#### *5 Финансовый менеджмент:*

#### *5.1 Формы финансовой отчетности в организации.*

#### *5.2 Анализ финансового состояния организации.*

#### *5.3 Характеристика системы финансового менеджмента организации.*

#### *6 Анализ комплекса маркетинга организации:*

#### *6.1 Анализ товарного ассортимента/*

#### *6.2 Анализ системы сбыта/*

#### *6.3 Ценовая политика организации/*

#### *6.4 Анализ коммуникационной деятельности организации/*

#### *7 Проектная деятельность:*

- 7.1 Анализ деятельности организации по разработке новых бизнес-моделей, внедрению технологических и продуктовых инноваций, программ организационных изменений).

7.2 Документальное оформление решений по разработке новых бизнес-моделей, внедрению технологических и продуктовых инноваций, программ организационных изменений).

7.3 Организационное обеспечение решений по разработке новых бизнес-моделей, внедрению технологических и продуктовых инноваций, программ организационных изменений).

7.4 Используемые в организации методы оценки эффективности инвестиционных проектов.

### **8.2.3. Требования к оформлению отчета**

(контролируемые компетенции - ОК-8, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10 ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16, ПК-17, ПК-18, ПК-19, ПК-20)

Оформление отчета осуществляется в соответствии с локальными документами университета.

Оформление отчета осуществляется в соответствии с локальными документами университета.

Текст располагается на одной стороне листа белой бумаги формата А4 и должен соответствовать следующим требованиям:

- оформляется шрифтом *TimesNewRoman*;
- высота букв (кегель) – 14, начертание букв – нормальное;
- межстрочный интервал – полуторный;
- форматирование – по ширине.

Параметры страницы: верхнее поле – 20 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 10 мм.

Объем работы в пределах 10-15 страниц. Страницы отчета следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту работы. Номер страницы проставляют в середине нижнего поля без точки в конце. Титульный лист включается в общую нумерацию страниц работы, но номер страницы не проставляется.

Диаграммы, графики, схемы, чертежи, фотографии и др. именуются рисунками, которые нумеруются последовательно сквозной нумерацией под рисунком; текст названия располагается внизу рисунка. Цифровой материал, помещенный в отчете, рекомендуется оформлять в виде таблиц, которые также нумеруются арабскими цифрами последовательно. Все таблицы должны иметь содержательный заголовок. Заголовок помещается под словом «Таблица» над соответствующей таблицей с цифровым материалом.

Приложения оформляются как продолжение отчета на последующих его страницах, которые не нумеруются. Каждое приложение начинают с новой страницы, в правом верхнем углу которой указывают слово «Приложение» с последовательной нумерацией арабскими цифрами, например, «Приложение 1», «Приложение 2» и т.д. Каждое приложение должно иметь тематический заголовок, отражающий суть документа.

После содержания подшивается форма бланка рабочего графика (плана) проведения практики и задание на практику обучающемуся-практиканту.

Отчет о практике защищается перед руководителем практики и заведующим кафедрой.

Отчет прошивается и скрепляется печатью предприятия – базы практики, подписью руководителя практики от предприятия, подписью студента-практиканта, на титульном листе проставляются подписи руководителя практики от кафедры и заведующего кафедрой.

Дневник практики ведется студентом и является обязательным отчетным документом для студента. В дневник практики необходимо ежедневно записывать краткие сведения о проделанной в течение дня работе. Записи о выполняемой работе должны быть

конкретными и заверяются подписью руководителя практики (практическим работником). С его разрешения студент оставляет у себя составленные им проекты документов, отмечает в дневнике все возникающие вопросы, связанные с разрешением конкретных дел. Ведение таких записей впоследствии облегчит студенту составление отчета о прохождении практики.

Дневник скрепляется подписями руководителя практики от организации и студента-практиканта.

### **8.3. Примерные вопросы для защиты отчета по практике**

(контролируемые компетенции - ОК-8, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16, ПК-17, ПК-18, ПК-19, ПК-20)

Формулируются исходя из перечня раскрываемых пунктов структуры отчета (см.8.2.2).

1. Формулируются исходя из перечня раскрываемых пунктов структуры отчета (см.8.2.2), а также:

2. Какие принципы и методы маркетинга используются в организации?
3. Оцените организационную культуру организации. Назовите ее основные элементы. Какие факторы макроэкономической среды воздействуют на маркетинговую деятельность организации? Как можно оценить степень их влияния?
4. Охарактеризуйте методы и способы финансового учета.
5. Какие методы формирования бюджета маркетинга применяются в анализируемой Вами организации?
6. Кто занимается стратегическим анализом в организации? Какие методы стратегического анализа используются для разработки конкурентной стратегии?
7. Каким образом обеспечена взаимосвязь маркетинговых стратегий с другими функциональными стратегиями в анализируемой Вами организации?
8. Назовите основные этапы процесса реализации маркетингового проекта.
9. Как осуществляется контроль реализации бизнес-планов?
10. Перечислите основные технологии оценки маркетинговой среды деятельности предприятия.
11. Назовите особенности принятия решений в маркетинговой операционной деятельности.
12. Опишите влияние ценовых рисков на принятие управленческих решений.
13. Какие технологии сбора и обработки маркетинговой информации применяются при реализации проектов, направленных на развитие организации.
14. Назовите методы оценки маркетинговых инвестиционных проектов. В чем заключается их специфика?
15. Охарактеризуйте систему управления затратами и процесс принятия решений на основе данных управленческого учета.

#### **Критерии оценивания:**

– оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если обучающийся обнаружил всестороннее систематическое знание теоретического материала и практического материала в рамках задания на практику; в полном объеме представил отчет по практике, оформленный в соответствии с требованиями; имеет положительные отзывы профильной организации;

– оценка «хорошо» выставляется, если обучающийся твердо знает теоретический материал в рамках задания на практику, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в его изложении; в полном объеме представил отчет по практике, оформленный в соответствии с требованиями; имеет положительные отзывы профильной организации;

– оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если обучающийся имеет знания только теоретического материала в рамках задания на практику, но не усвоил его детали, возможно, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки при его письменном изложении, либо допускает существенные ошибки в изложении теоретического материала; в полном объеме, но с неточностями, представил отчет по практике, оформленный в соответствии с требованиями; имеет в целом удовлетворительные отзывы профильной организации;

– оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если обучающийся без уважительных причин допускал пропуски в период прохождения практики; допускал принципиальные ошибки в выполнении заданий по практике, либо не выполнил задание; представил в неполном объеме, с неточностями отчет по практике, оформленный без соблюдения требований; имеет неудовлетворительные отзывы профильной организации.

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

Электронный каталог и электронные информационные ресурсы, предоставляемые научной библиотекой ФГБОУ ВО «Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова» доступны по ссылке <http://library.chuvsu.ru/>

№	Рекомендуемая основная литература
1	Григорьев М.Н. Маркетинг: учебник для прикладного бакалавриата / М. Н. Григорьев. — 5-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 559 с. — (Серия: Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-05818-5. — Режим доступа: <a href="https://www.biblio-online.ru/book/D4EB1A25-2E9A-4695-BDED-DCAB65C744B4">https://www.biblio-online.ru/book/D4EB1A25-2E9A-4695-BDED-DCAB65C744B4</a>
2	Реброва Н.П. Маркетинг: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Н.П. Реброва. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 277 с. — (Серия: Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Режим доступа: <a href="https://biblio-online.ru/book/63DEE6ED-7851-44F8-AC80-1CF1421C16E4/marketing">https://biblio-online.ru/book/63DEE6ED-7851-44F8-AC80-1CF1421C16E4/marketing</a>
	<b>Рекомендуемая дополнительная литература</b>
1	Голубков Е.П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 474 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3749-7. — Режим доступа: <a href="https://biblio-online.ru/book/4A466F89-7ABF-4428-8F95-DA7FE11EBA7E/marketing-dlya-professionalov-prakticheskiy-kurs">https://biblio-online.ru/book/4A466F89-7ABF-4428-8F95-DA7FE11EBA7E/marketing-dlya-professionalov-prakticheskiy-kurs</a>
2	Маркетинг-менеджмент: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. В. Липсиц [и др.]; под ред. И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 379 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Режим доступа: <a href="https://biblio-online.ru/book/961C3C1E-79C5-4949-95BC-5577C0F17C94/marketing-menedzhment">https://biblio-online.ru/book/961C3C1E-79C5-4949-95BC-5577C0F17C94/marketing-menedzhment</a>
3	Ойнер О.К. Управление результативностью маркетинга: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О.К. Ойнер. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 350 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04642-7. — Режим доступа: <a href="https://www.biblio-online.ru/book/3700BFC0-4E85-4365-A993-DC32D127412C">https://www.biblio-online.ru/book/3700BFC0-4E85-4365-A993-DC32D127412C</a>
	<b>Рекомендуемые ресурсы сети «Интернет»</b>
1	Российская государственная библиотека. - Режим доступа: <a href="http://www.rsl.ru">http://www.rsl.ru</a>
2	Российская национальная библиотека. - Режим доступа: <a href="http://www.nlr.ru">http://www.nlr.ru</a>
3	Научная электронная библиотека «Киберленинка». - Режим доступа: <a href="http://cyberleninka.ru">http://cyberleninka.ru</a>
4	Научная библиотека ФГБОУ ВО «ЧГУ им. И.Н. Ульянова». - Режим доступа: <a href="http://library.chuvsu.ru">http://library.chuvsu.ru</a>
5	Электронно-библиотечная система IPRBooks. - Режим доступа:

	<a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a>
6	Электронная библиотечная система «Юрайт». - Режим доступа: <a href="http://www.biblio-online.ru">http://www.biblio-online.ru</a> 23
7	«Записки маркетолога» – сайт маркетинг-директора- Режим доступа: <a href="http://www.marketch.ru">http://www.marketch.ru</a>
8	Институт Общественного Мнения Анкетолог – Электронный тематический ресурс - Режим доступа: <a href="https://blog.anketolog.ru/o-proekte/">https://blog.anketolog.ru/o-proekte/</a>
9	«Новый маркетинг» (журнал для маркетинг-директоров и тех, кто хочет ими стать). - Режим доступа: <a href="http://www.new-marketing.ru">http://www.new-marketing.ru</a> –
10	MARKETOPEDIA – онлайн энциклопедия маркетинга - Режим доступа: <a href="http://marketopedia.ru">http://marketopedia.ru</a>
11	Онлайн – энциклопедия по маркетингу и рекламе - Режим доступа: <a href="http://powerbranding.ru/teoriya-marketinga/">http://powerbranding.ru/teoriya-marketinga/</a>
12	Сайт Гильдии Маркетологов - Режим доступа: <a href="http://www.marketologi.ru/">http://www.marketologi.ru/</a>
13	Сайт Института маркетинговых и социальных исследований GFK - Режим доступа: <a href="http://www.gfk.ru/">http://www.gfk.ru/</a>
14	«Секрет фирмы» — интернет-журнал о бизнесе - Режим доступа: <a href="https://secretmag.ru">https://secretmag.ru</a>
15	Studbooks.net – Студенческая библиотека онлайн - Режим доступа: <a href="http://studbooks.net/59253/marketing/marketing_sotsialnyh_uslug_">http://studbooks.net/59253/marketing/marketing_sotsialnyh_uslug_</a>
16	Студми. Учебные материалы для студентов - Режим доступа: <a href="https://studme.org/">https://studme.org/</a>
17	Тематический портал «Маркетинг»- Режим доступа: <a href="http://marketing.web-3.ru/">http://marketing.web-3.ru/</a>
18	Тематический сайт по менеджменту и маркетингу - Режим доступа: <a href="http://www.addere.ru/">http://www.addere.ru/</a>
19	Центр маркетинговых компетенций - Режим доступа: <a href="http://marketolog.biz">http://marketolog.biz</a> , <a href="http://surin.marketolog.biz">http://surin.marketolog.biz</a>
20	Электронный журнал о маркетинге и рекламе - Режим доступа: <a href="http://www.4p.ru/main/index.php">http://www.4p.ru/main/index.php</a>
21	Энциклопедия маркетинга (качественная локализация маркетинговых материалов) - Режим доступа: <a href="http://www.marketing.spb.ru">http://www.marketing.spb.ru</a>

#### **10. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

Доступное программное лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, профессиональные базы данных, информационно-справочные системы, предоставляемые обучающемуся-практиканту университетом (URL: <http://ui.chuvsu.ru/index.php/2010-06-25-10-45-35>).

В процессе прохождения практики обучающиеся могут использовать информационные технологии, в том числе компьютерные симуляции, средства автоматизации проектирования и разработки программного обеспечения, применяемые в профильной организации, Интернет - технологии и др.

№	Рекомендуемое программное обеспечение
1	Набор офисных программ MicrosoftOffice
2	ОС Windows
Рекомендуемые информационные справочные системы	
1	Справочная правовая система «Консультант Плюс»
2	Справочная правовая система «Гарант»

#### **11. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики**

В соответствии с договорами на проведение практики между университетом и профильной организацией обучающиеся могут пользоваться ресурсами подразделений (бюро, отделов, лабораторий и т.п.), библиотекой, технической и другой документацией



профильной организации и университета, необходимыми для успешного освоения обучающимися программы практики и выполнения ими индивидуальных заданий на практику. Учебные аудитории университета для самостоятельных занятий оснащены пользовательскими рабочими местами, объединенными локальной сетью, с возможностью подключения к сети Интернет и доступом к электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВО «Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова».