

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования "Пермский  
государственный национальный исследовательский  
университет"**

**Кафедра маркетинга**

Авторы-составители: **Новикова Ксения Владимировна**  
**Антинескул Екатерина Александровна**

Программа производственной практики

**ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА**

Код УМК 86829

Утверждено  
Протокол №10  
от «03» июня 2020 г.

Пермь, 2020

## **1. Вид практики, способ и форма проведения практики**

Вид практики **производственная**

Тип практики **преддипломная практика**

Способ проведения практики **стационарная, выездная**

Форма (формы) проведения практики **дискретная**

## **2. Место практики в структуре образовательной программы**

Производственная практика « Преддипломная практика » входит в Блок « М.2 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **38.04.02** Менеджмент

направленность **Инновационные маркетинговые технологии**

### **Цель практики :**

Закрепить теоретические знания, полученные студентами за время обучения в ПГНИУ, сформировать умения применять их в профессиональной деятельности, а также необходимые общекультурные и профессиональные компетенции.

### **Задачи практики :**

Задачи, реализуемые в процессе прохождения преддипломной практики:

- изучение сферы деятельности, структуры предприятия, его организационно-правовой формы, маркетинговых направлений его деятельности;
- участие студента-выпускника в практической работе на функциональном рабочем месте в соответствии со специализацией;
- изучение конкретного опыта и практики ведения общего делопроизводства и оформления специальных документов в соответствии с занимаемым рабочим местом;
- участие в проведении маркетинговых исследований на предприятии;
- сбор и обработка материалов для подготовки и написания выпускником квалификационной работы;
- критический анализ деятельности предприятия по общим и специальным вопросам. При этом критический анализ деятельности предприятия по специальным вопросам предполагает использование знаний, полученных студентом в процессе теоретического обучения;
- разработка или изучение перспективных направлений дальнейшего развития предприятия;
- получение практических навыков в сегментировании рынка и разработки на его основе позиционирования;
- изучение планирования товара, ценообразования, планирования распределения;
- изучение методов формирования спроса и стимулирования продвижения товара;
- приобщение студентов к аналитической работе на основе выполнения комплексных целевых индивидуальных заданий под руководством преподавателя, способствующих более глубокому пониманию и освоению будущей профессиональной деятельности;
- участие студентов в практической работе рекламной службы предприятия (в РА или рекламномаркетинговом отделе СМИ);
- получение положительной аттестации от руководства организации с целью дальнейшего устройства на работу.

### **3. Перечень планируемых результатов обучения**

В результате прохождения практики **Преддипломная практика** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

**38.04.02** Менеджмент (направленность : Инновационные маркетинговые технологии)

**ПК.4** способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения

**ПК.5** владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде

**ПК.9** обладать способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой

#### 4. Содержание и объем практики, формы отчетности

В процессе прохождения преддипломной практики студент изучает самостоятельно вопросы деятельности предприятия в соответствии с полученной ранее теоретической подготовкой и функциональными обязанностями на занимаемом рабочем месте. Прохождение практики осуществляется в соответствии с учебным планом и утвержденной Университетом программой практики и завершается составлением отчета о практике и его защитой.

Программой практики предусмотрена оценка компетенций, связанных с формированием профессионального мировоззрения и определенного уровня культуры выпускников по результатам представленных ими проектов.

В ПГНИУ программа практики может изменяться и дополняться для каждого студента в зависимости от характера выполняемой работы.

<b>Направления подготовки</b>	38.04.02 Менеджмент (направленность: Инновационные маркетинговые технологии)
<b>форма обучения</b>	очная
<b>№№ триместров, выделенных для прохождения практики</b>	6
<b>Объем практики (з.е.)</b>	3
<b>Объем практики (ак.час.)</b>	108
<b>Форма отчетности</b>	Экзамен (6 триместр)

#### Примерный график прохождения практики

Количество часов	Содержание работ	Место проведения
108	<p>Студент выполняет следующие задания по преддипломной практике:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) осуществляет сбор, хранение, обработку и анализ информации методами, применяемыми в маркетинговой деятельности;</li> <li>2) анализирует и оценивает маркетинговую деятельность, товарные рынки, продвижение товаров от производителей до потребителей;</li> <li>3) составляет прогнозы продаж товаров, конъюнктуры товарных рынков, номенклатуры товаров;</li> <li>5) планирует маркетинговую деятельность организации, предприятия, объёмы закупки и продажи товаров;</li> <li>6) изучает содержание работ по продаже товаров: определение спроса покупателей, участие в стимулировании сбыта;</li> <li>7) рассматривает управление маркетинговой деятельностью: информация о состоянии продаж, использование её для принятия решений;</li> </ol>	<p>Объект практики (коммерческая организация) ПГНИУ</p>

Количество часов	Содержание работ	Место проведения
	<p>8) изучает организацию работ по продажам товаров методами, существующими на предприятии и способствующим увеличению товарооборота и прибыли;</p> <p>9) изучает экономические, технологические и социальные показатели, характеризующие продажи товаров, работы по стимулированию продаж;</p> <p>10) знакомство с оформлением документов и учетом товаров в процессе продажи.</p> <p>В зависимости от темы, цели и задач выпускной квалификационной работы руководители практики могут давать студенту (или группе студентов) конкретные задания из вышеперечисленных на период прохождения преддипломной практики.</p> <p>В ходе преддипломной практики студент:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- участвует в реальном производственном процессе коллектива предприятия;</li> <li>- проводит мероприятия в рамках менеджерской деятельности низшего и среднего уровня управления, используя знания по основам системного анализа и управления; по исследованию систем управления; по стратегическому и инновационному маркетингу; по организационному поведению и другим областям знаний.</li> <li>- анализирует рыночную ситуацию и выявляет факторы, обеспечивающие конкурентоспособность предприятия на рынке;</li> <li>- исследует эффективность маркетинговой деятельности предприятия в отношении товарной политики, ценообразования, коммуникативной политики, а также анализирует сбытовую деятельность предприятия;</li> <li>- изучает и анализирует структуру управления предприятием и места службы маркетинга на предприятии.</li> </ul> <p>Основное внимание практикант должен уделить:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• наблюдению и освоению методов, технологии работы, профессиональных приемов, используемых специалистами - маркетологами;</li> <li>• разработке предложений по совершенствованию работы подразделения (предприятия) в целом.</li> </ul>	

## 5. Перечень учебной литературы, необходимой для проведения практики

### Основная

1. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Рекламное дело», «Связи с общественностью» / И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под редакцией И. М. Синяева. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 504 с. — ISBN 978-5-238-02309-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/71238.html>
2. Маркетинговый анализ и маркетинговая стратегия предприятия : методические указания к выполнению курсовой работы по дисциплине «Маркетинг» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» / составители Н. А. Бондарева. — Москва : Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2017. — 44 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/72596.html>
3. Захарова, Ю. А. Продакт-менеджмент, или Искусство управления товаром : практическое пособие / Ю. А. Захарова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 124 с. — ISBN 978-5-394-03572-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/90237.html> <http://www.iprbookshop.ru/90237.html?replacement=1>

### Дополнительная

1. Брезгина, К. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие / К. В. Брезгина, Е. А. Антинескул, А. А. Ясырева. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 141 с. — ISBN 978-5-4486-0770-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/83809.html>
2. Тультаев, Т. А. Маркетинг товаров и услуг : учебное пособие / Т. А. Тультаев. — Москва : Евразийский открытый институт, 2011. — 318 с. — ISBN 978-5-374-00537-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/10764>
3. Захарова, Ю. А. Продакт-менеджмент, или Искусство управления товаром : практическое пособие / Ю. А. Захарова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 124 с. — ISBN 978-5-394-03572-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/90237.html> <http://www.iprbookshop.ru/90237.html?replacement=1>

## **6. Перечень ресурсов сети «Интернет», требуемых для проведения практики**

При прохождении практики требуется использование следующих ресурсов сети «Интернет» :

**www.russianmarket.ru** Маркетинговые исследования и аналитические материалы

**www.aup.ru** Менеджмент и маркетинг в бизнесе

## **7. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики**

Образовательный процесс по практике **Преддипломная практика** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

1. Методические материалы (рекомендации выполнения работы);
2. Доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС);
3. Доступ в электронную информационно-образовательную среду университета;
4. Офисный пакет приложений;
5. Приложение, позволяющее просматривать и воспроизводить медиаконтент PDF-файлов;
6. Программы для демонстрации видео материалов (проигрыватель);
7. Программа для просмотра интернет контента (браузер).

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ (**student.psu.ru**).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

1. Программа преддипломной практики магистратура 2020.pdf

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

Помещение для самостоятельной работы: аудитория для самостоятельной работы, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Помещения Научной библиотеки ПГНИУ.

Помещение для Текущего контроля - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

В случае инклюзивного обучения занятия будут проводиться в корпусе 8, имеющем пандус, лифт.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

## **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Прохождение практики студентами должно быть обеспечено документами и учебно-методическим материалами. Для этого в установленные учебными планами сроки факультетом подготавливаются:

- договоры, заключенные между ПГНИУ и принимающими предприятиями (организациями);
- направление студентов на практику (оформляет кафедра маркетинга на основании заявления студента за 2 недели до начала практики) (приложение 2);
- программы и дневники (приложение 3) практики;
- медицинские (санитарные) книжки для студентов, направляемых на объекты практики, связанные со сбытом и реализацией пищевых продуктов.

Перед началом практики заведующим выпускающей кафедры проводится организационное собрание, на котором рассматриваются следующие вопросы:

- успеваемость по результатам сессии для выявления студентов, имеющих академическую задолженность, и установление сроков её ликвидации. На практику направляются только успевающие студенты;
- ознакомление студентов с их распределением по объектам практики и назначение ответственных из числа студентов по каждой базе практики;
- информация о руководителях практик от кафедры маркетинга ПГНИУ и от предприятия (организации);
- требования к трудовой дисциплине во время прохождения практики;
- общие указания по соблюдению Правил техники безопасности и действующих Правил внутреннего распорядка на предприятиях (в организациях).

В начале преддипломной практики студенты должны получить базовые знания о предприятии.

Они включает следующие вопросы:

1. История развития предприятия;
2. Изучение Устава предприятия и других учредительных документов, их соответствие требованиям закона;
3. Организационная структура управления с указанием отделов, должностей и местонахождения руководящего персонала. Это важно для определения статуса того или иного служащего, понимание взаимоотношений между служащими и клиентами;
4. Информация об ассоциированных членах или финансируемых компаниях (если предприятие входит в состав какой-либо группы), о действующих соглашениях с другими фирмами, если такие существуют (агентские или взаимные торговые отношения и т.д.);

5. Рынки, на которых действует фирма, приоритетность различных сегментов рынка, характеристика клиентов и конкурентов;
6. Ассортимент товаров и услуг предприятия, формирование ассортимента и источники товароснабжения;
7. Анализ финансовых показателей коммерческой деятельности предприятия.

Учитывая важность базовой информации, она может быть представлена в виде тренинга или ознакомительной беседы специалистов соответствующих функциональных подразделений со студентами, которые будут иметь с ними рабочие отношения в процессе прохождения практики. Студент также может самостоятельно ознакомиться с Интернет ресурсами предприятия (организации). Далее руководитель практики от предприятия определяет студенту виды деятельности, связанные с закупкой, продажей товаров, доведением их до потребителя (доставкой, приемом, хранением, отгрузкой).

Особенности организации и проведения практики для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Практика для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (далее – ОВЗ) организуется и проводится на основе индивидуального личностно ориентированного подхода. Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ могут проходить практику как совместно с другими обучающимися (в учебной группе), так и индивидуально (по личному заявлению).

Определение места практики

Выбор мест прохождения практики для инвалидов и лиц с ОВЗ осуществляется с учетом требований их доступности для данной категории обучающихся. При определении места прохождения практики для инвалидов и лиц с ОВЗ учитываются рекомендации медико-социальной экспертизы, отраженные в индивидуальной программе реабилитации инвалида (при наличии), относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для прохождения практики создаются специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений, а также с учетом выполняемых обучающимся-инвалидом или обучающимся с ОВЗ трудовых функций, вида профессиональной деятельности и характера труда. Обучающиеся данной категории могут проходить практику в профильных организациях (на предприятиях, в учреждениях), определенных для учебной группы, в которой они обучаются, если это не создает им трудностей в прохождении практики и освоении программы практики.

При наличии необходимых условий для освоения программы практики и выполнения индивидуального задания (или возможности создания таких условий) практика обучающихся данной категории может проводиться в структурных подразделениях ПГНИУ.

При определении места практики для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ особое внимание уделяется безопасности труда и оснащению (оборудованию) рабочего места. Рабочие места, предоставляемые предприятием (организацией, учреждением), должны (по возможности) соответствовать следующим требованиям:

• для инвалидов по зрению-слабовидящих: оснащение специального рабочего места общим и местным освещением, обеспечивающим беспрепятственное нахождение указанным лицом своего рабочего места и выполнение трудовых функций, видеомониторингом, лупами;

• для инвалидов по зрению-слепых: оснащение специального рабочего места тифлотехническими ориентирами и устройствами, с возможностью использования крупного рельефно-контрастного шрифта и шрифта Брайля, акустическими навигационными средствами, обеспечивающими беспрепятственное нахождение указанным лицом своего рабочего места и выполнение трудовых функций;

• для инвалидов по слуху-слабослышащих: оснащение (оборудование) специального рабочего

места звукоусиливающей аппаратурой, телефонами громкоговорящими;

• для инвалидов по слуху-глухих: оснащение специального рабочего места визуальными индикаторами, преобразующими звуковые сигналы в световые, речевые сигналы в текстовую бегущую строку, для беспрепятственного нахождения указанным лицом своего рабочего места и выполнения работы;

• для инвалидов с нарушением функций опорно-двигательного аппарата: оборудование, обеспечивающее реализацию эргономических принципов (максимально удобное для инвалида расположение элементов, составляющих рабочее место), механизмами и устройствами, позволяющими изменять высоту и наклон рабочей поверхности, положение сиденья рабочего стула по высоте и наклону, угол наклона спинки рабочего стула, оснащение специальным сиденьем, обеспечивающим компенсацию усилия при вставании, специальными приспособлениями для управления и обслуживания этого оборудования.

Особенности содержания практики

Индивидуальные задания формируются руководителем практики от университета с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья каждого конкретного обучающегося данной категории и должны соответствовать требованиям выполнимости и посильности.

При необходимости (по личному заявлению) содержание практики может быть полностью индивидуализировано (при условии сохранения возможности формирования у обучающегося всех компетенций, закрепленных за данной практикой).

Особенности организации трудовой деятельности обучающихся

Объем, темп, формы работы устанавливаются индивидуально для каждого обучающегося данной категории. В зависимости от нозологии максимально снижаются противопоказанные (зрительные, звуковые, мышечные и др.) нагрузки.

Применяются методы, учитывающие динамику и уровень работоспособности обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ. Для предупреждения утомляемости обучающихся данной категории после каждого часа работы делаются 10-15-минутные перерывы.

Для формирования умений, навыков и компетенций, предусмотренных программой практики, производится большое количество повторений (тренировок) подлежащих освоению трудовых действий и трудовых функций.

Особенности руководства практикой

Осуществляется комплексное сопровождение инвалидов и лиц с ОВЗ во время прохождения практики, которое включает в себя:

• учебно-методическую и психолого-педагогическую помощь и контроль со стороны руководителей практики от университета и от предприятия (организации, учреждения);

• корректирование (при необходимости) индивидуального задания и программы практики;

• помощь ассистента (ассистентов) и (или) волонтеров из числа обучающихся или работников предприятия (организации, учреждения). Ассистенты/волонтеры оказывают обучающимся данной категории необходимую техническую помощь при входе в здания и помещения, в которых проводится практика, и выходе из них; размещении на рабочем месте; передвижении по помещению, в котором проводится практика; ознакомлении с индивидуальным заданием и его выполнении; оформлении дневника и составлении отчета о практике; общении с руководителями практики.

Особенности учебно-методического обеспечения практики

Учебные и учебно-методические материалы по практике представляются в различных формах так, чтобы инвалиды с нарушениями слуха получали информацию визуально (программа практики и индивидуальное задание на практику печатаются увеличенным шрифтом; предоставляются видеоматериалы и наглядные материалы по содержанию практики), с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи) или с помощью тифлоинформационных

устройств.

Особенности проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Во время проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации разрешаются присутствие и помощь ассистентов (сурдопереводчиков, тифлосурдопереводчиков и др.) и (или) волонтеров и оказание ими помощи инвалидам и лицам с ОВЗ.

Форма проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации для обучающихся-инвалидов и лиц с ОВЗ устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающемуся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа и (или) защиты отчета.

## Фонды оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

### Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции и критерии их оценивания

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p><b>ПК.5</b>                      владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p>Знает методологию анализа и оценки бизнес-среды при осуществлении маркетинговой деятельности с использованием иностранных источников;                      Умеет анализировать и оценивать бизнес-среду, контролировать стратегию развития бизнеса с использованием иностранных источников                      Владеет методами и способами анализа, оценки и реализации (на этой основе) стратегии развития бизнеса с использованием иностранных источников</p>	<p style="text-align: center;"><b>Неудовлетворительно</b></p> <p>Не знает методологию анализа и оценки бизнес-среды при осуществлении маркетинговой деятельности с использованием иностранных источников                      Не умеет анализировать и оценивать бизнес-среду, контролировать стратегию развития бизнеса с использованием иностранных источников                      Не владеет методами и способами анализа, оценки и реализации (на этой основе) стратегии развития бизнеса с использованием иностранных источников</p> <p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительно</b></p> <p>Демонстрирует частично знания методологии анализа и оценки бизнес-среды при осуществлении маркетинговой деятельности с использованием иностранных источников                      Демонстрирует частично умения анализировать и оценивать бизнес-среду, контролировать стратегию развития бизнеса с использованием иностранных источников                      Демонстрирует частично владение методами и способами анализа, оценки и реализации (на этой основе) стратегии развития бизнеса с использованием иностранных источников</p> <p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>Знает, допуская ошибки, методологию анализа и оценки бизнес-среды при осуществлении маркетинговой деятельности с использованием иностранных источников                      Умеет, допуская ошибки, анализировать и оценивать бизнес-среду, контролировать стратегию развития бизнеса с использованием иностранных источников                      Владеет, допуская ошибки, методами и способами анализа, оценки и реализации (на</p>

		<p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>этой основе) стратегии развития бизнеса с использованием иностранных источников</p> <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Знает методологию анализа и оценки бизнес-среды при осуществлении маркетинговой деятельности с использованием иностранных источников</p> <p>Умеет анализировать и оценивать бизнес-среду, контролировать стратегию развития бизнеса с использованием иностранных источников</p> <p>Владеет методами и способами анализа, оценки и реализации (на этой основе) стратегии развития бизнеса с использованием иностранных источников</p>
<p><b>ПК.9</b> обладать способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой</p>	<p>Знает сущность и методы проведения научных исследований в соответствии с разработанной программой. Умеет проводить маркетинговые исследования в соответствии с разработанной программой. Владеет методами проведения научных исследований в соответствии с разработанной программой</p>	<p style="text-align: center;"><b>Неудовлетворительно</b></p> <p>Не знает сущность и значение проведения научных исследований в соответствии с разработанной программой Не умеет проводить исследования в соответствии с разработанной программой Не владеет методами проведения научных исследований в соответствии с разработанной программой</p> <p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительно</b></p> <p>Демонстрирует частично знания сущности и значений проведения научных исследований в соответствии с разработанной программой Демонстрирует частично умения проводить исследования в соответствии с разработанной программой Демонстрирует частично владение методами проведения научных исследований в соответствии с разработанной программой</p> <p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>Знает, допуская ошибки, сущность и значение проведения научных исследований в соответствии с разработанной программой Умеет, допуская ошибки, проводить исследования в соответствии с разработанной программой Владеет, допуская ошибки, методами проведения научных исследований в соответствии с разработанной программой</p> <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Знает сущность и значение проведения научных исследований в соответствии с</p>

		<p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>разработанной программой  Умеет проводить исследования в соответствии с разработанной программой  Владеет методами проведения научных исследований в соответствии с разработанной программой</p>
<p><b>ПК.4</b>  способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p>Знает количественные и качественные методы для проведения маркетинговых исследований  Умеет анализировать маркетинговую деятельность компании, определять и минимизировать коммерческие затраты.  Владеет количественными и качественными методами для проведения маркетинговых исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p style="text-align: center;"><b>Неудовлетворительно</b></p> <p>Не знает количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований  Не умеет анализировать маркетинговую деятельность компании, определять и минимизировать коммерческие затраты  Не владеет количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p> <p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительно</b></p> <p>Демонстрирует частично знание количественных и качественных методов для проведения прикладных исследований  Демонстрирует частично умения анализировать маркетинговую деятельность компании, определять и минимизировать коммерческие затраты  Демонстрирует частично владение количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p> <p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>Знает, допуская ошибки, количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований  Умеет, допуская ошибки, анализировать маркетинговую деятельность компании, определять и минимизировать коммерческие затраты  Владеет, допуская ошибки, количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p> <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Знает количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований</p>

		<b>Отлично</b> Умеет анализировать маркетинговую деятельность компании, определять и минимизировать коммерческие затраты Владеет количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения
--	--	--

### Оценочные средства

**Вид мероприятия промежуточной аттестации :** Экзамен

**Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации :** Защищаемое контрольное мероприятие

**Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации :**  
время отводимое на доклад 1

### Показатели оценивания

<p>Студент не готов использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения.</p> <p>Студент не владеет методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.</p> <p>Студент не способен проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.</p>	<b>Неудовлетворительно</b>
<p>Студент частично готов использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения.</p> <p>Студент частично владеет методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.</p> <p>Студент частично способен проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.</p>	<b>Удовлетворительно</b>
<p>Студент в основном готов использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения.</p> <p>Студент в основном владеет методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.</p> <p>Студент в основном способен проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.</p>	<b>Хорошо</b>
<p>Студент готов использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения.</p> <p>Студент владеет методами экономического и стратегического анализа</p>	<b>Отлично</b>

поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.  
Студент способен проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.

**Отлично**