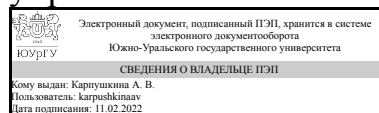


# ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ  
Директор института  
Высшая школа экономики и  
управления



А. В. Карпушкина

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА практики

**Практика** Производственная практика, научно-исследовательская работа  
для направления 38.04.02 Менеджмент

**Уровень** Магистратура

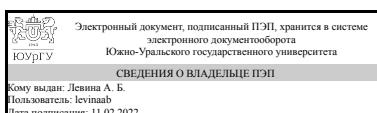
**магистерская программа** Стратегический и инновационный маркетинг

**форма обучения** очная

**кафедра-разработчик** Менеджмент

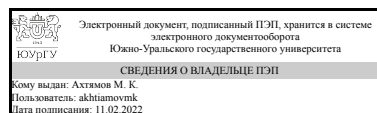
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 952

Зав.кафедрой разработчика,  
к.экон.н., доц.



А. Б. Левина

Разработчик программы,  
д.экон.н., доц., профессор



М. К. АХТЯМОВ

## 1. Общая характеристика

### Вид практики

Производственная

### Тип практики

научно-исследовательская работа

### Форма проведения

Дискретно по периодам проведения практик

### Цель практики

разработка и обоснование программы исследования

### Задачи практики

- Определение и обоснование структуры работы;
- Проведение исследования по 2 главе ВКР, формулировка научной новизны

### Краткое содержание практики

НИР ориентирована на разработку программы исследования выпускной квалификационной работы: определение структуры, проведение анализа рынка, а также формулировку научной новизны исследования

## 2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики

| Планируемые результаты освоения ОП ВО                                                                                                                           | Планируемые результаты обучения при прохождении практики                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия | Знает:- процессы и механизмы эффективного взаимодействия сотрудников компании в профессиональной среде     |
|                                                                                                                                                                 | Умеет:- использовать различные каналы коммуникаций при реализации самостоятельного научного исследования   |
|                                                                                                                                                                 | Имеет практический опыт:- представления результатов самостоятельного исследования в профессиональной среде |
| УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки                                | Знает:- инструменты апробации результатов научного исследования                                            |
|                                                                                                                                                                 | Умеет:- критически оценивать собственные научные идеи, трезво воспринимать критику                         |

|                                                                                 |                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                 | Имеет практический опыт:- оценки уровня научных изысканий в сфере самостоятельного научного исследования       |
| ПК-8 Способен проводить самостоятельные научные исследования в сфере маркетинга | Знает:- концепции системного и ситуационного анализа и предметные методы исследования в маркетинге             |
|                                                                                 | Умеет:- выбора и обоснования инструментов исследования                                                         |
|                                                                                 | Имеет практический опыт:- разработки структуры исследования, планирования исследования исходя из целей и задач |

### 3. Место практики в структуре ОП ВО

| Перечень предшествующих дисциплин, видов работ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Перечень последующих дисциплин, видов работ                                                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Иностранный язык в профессиональной деятельности<br>Семинар по стратегическому и инновационному маркетингу<br>Лидерство и командный менеджмент<br>Производственная практика, практика по профилю профессиональной деятельности (2 семестр)<br>Учебная практика, ознакомительная практика (2 семестр)<br>Учебная практика, научно-исследовательская работа (1 семестр)<br>Учебная практика, научно-исследовательская работа (2 семестр) | Производственная практика, преддипломная практика (4 семестр)<br>Производственная практика, научно-исследовательская работа (4 семестр) |

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым для прохождения данной практики и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

| Дисциплина                       | Требования                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Лидерство и командный менеджмент | Знает: - современные тенденции развития личности, технологию поиска и формулирования жизненных целей;- технику планирования своего времени для реализации приоритетов собственной деятельности; - критерии оценки уровня организации труда и пути его рационализации; - способы совершенствования деятельности на основе самооценки;- методы диагностики и прогнозирования собственного карьерного роста в сфере профессиональной деятельности; - принципы самоорганизации личного здоровья и правила гигиены умственного труда, - технологии |

лидерства и командообразования;- особенности и проблемы подбора эффективной команды; - условия эффективной командной работы;- теории и стили лидерства, стили руководства в зависимости от деловых ситуаций; - основы стратегического управления человеческими ресурсами, нормативные правовые акты, касающиеся организации и осуществления профессиональной деятельности; - стратегии и принципы командной работы, основные характеристики организационного климата и взаимодействия людей в организации для достижения поставленной цели

Умеет: - структурировать и организовывать рабочее и личное время, формулировать жизненные цели и принимать решения, оценивать эффективность организации управленческого труда; - реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки;- конструировать собственный имидж и позиционировать собственную успешность в профессиональной среде, - определять стиль управления и оценивать эффективность руководства командой; - выработать командную стратегию и на ее основе организовать отбор членов команды для достижения поставленных целей;- владеть технологией реализации основных функций управления; - применять принципы и методы организации командной деятельности;- планировать и корректировать работу команды с учетом интересов, особенностей и поведения ее членов;- разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех сторон

Имеет практический опыт: - планирования и эффективного использования рабочего времени; - анализа эффективности использования своего времени и определения резервов его оптимизации;- самоорганизации и саморазвития, - планирования и организации работы в команде, распределения поручений и делегирования полномочий членам команды;- организации и управления командным взаимодействием в решении поставленных целей; - создания команды для выполнения практических задач разного уровня сложности; - участия в разработке стратегии командной работы; - организации

|                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                               | <p>коммуникаций и взаимодействия членов команды;- выявления и разрешения конфликтов и противоречий при деловом общении на основе учета интересов всех сторон</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <p>Семинар по стратегическому и инновационному маркетингу</p> | <p>Знает: - перспективные направления научных исследований в сфере маркетинга, - цели и виды маркетингового исследования потребителей, - подходы, методики и инструменты стратегического анализа отраслей и рынков<br/> Умеет: - определять цели, задачи и основные этапы исследования, - формировать цели и задачи проведения маркетингового исследования, обосновывать использование методов и инструментов исследования потребителей, - применять методы стратегического анализа в процессе формирования стратегии организации<br/> Имеет практический опыт: - выбора вторичных источников информации при проведении самостоятельного научного исследования, - составления плана исследования потребителей и разработки письменных опросников (анкет), - проведения стратегического анализа компании и оценки конкурентной среды с использованием различных моделей и методов</p>                                                                                                                        |
| <p>Иностранный язык в профессиональной деятельности</p>       | <p>Знает: - виды и средства современных коммуникативных технологий в социально-историческом, этическом и философском контекстах; - правила и возможности применения коммуникативных технологий;- основные принципы организации деловых контактов;- методы подготовки к переговорам, межкультурные особенности и традиции;- межкультурные различия в практике письменной и устной деловой коммуникации;- формы невербальных коммуникаций;-виды коммуникативных барьеров и способы их преодоления, приёмы повышения эффективности общения.- этические нормы деловых коммуникаций, - лексико-грамматический минимум в объеме, необходимом для осуществления письменной и устной коммуникации в профессионально-деловой и научной сферах; - основную профессиональную терминологию на иностранном языке; - правила ведения деловой корреспонденции на иностранном языке; - правила перевода профессиональных и научных текстов; - социокультурную специфику международного профессионально-делового общения</p> |

|                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                      | <p>Умеет: - использовать коммуникативные технологии для поиска, обмена информацией и установления профессиональных контактов; - грамотно, доступно излагать профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия; - соблюдать этические нормы и права человека; - анализировать особенности социального взаимодействия с учетом межкультурных особенностей, - понимать устную речь профессионально-делового характера; - участвовать в международных переговорах, дискуссии, научной беседе, выражая определенные коммуникативные намерения; продуцировать монологическое высказывание по профилю научной специальности/темы, аргументировано излагая свою позицию и используя вспомогательные средства (графики, таблицы, диаграммы, мультимедиа презентации и т.д.); - писать деловые письма; соотносить языковые средства с нормами речевого поведения, которых придерживаются носители иностранного языка</p> <p>Имеет практический опыт: - организации продуктивного взаимодействия в профессиональной среде с учетом межкультурных особенностей; - преодоления барьеров в процессе межкультурного взаимодействия, - чтения профессиональной и научной литературы в оригинале (изучающее, ознакомительное, просмотровое, поисковое), предполагающими разную степень понимания и смысловой компрессии прочитанного; - поиска и критического осмысления информации, полученной из зарубежных источников, аргументированного изложения собственной точки зрения; - публичной речи (сообщения, презентации)</p> |
| <p>Учебная практика, научно-исследовательская работа (1 семестр)</p> | <p>Знает: - приемы и технологии самооценки, - современные концепции маркетинга, - формы и виды профессиональных коммуникаций</p> <p>Умеет: - критически оценивать возможности при разработке планов исследования, определять дефицит ресурсов и формулировать цели исследования с учетом имеющихся ограничений, - проводить анализ и критически оценивать результаты исследований в области маркетинга, реализуемых в современной научной среде, - использовать профессиональную терминологию в</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

|                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                 | <p>устных и письменных коммуникациях<br/>Имеет практический опыт: - разработки реалистичных целей самостоятельного научного исследования, - работы с информационными источниками, научного поиска, - применения профессиональной терминологии при формулировании и защите результатов самостоятельного исследования</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <p>Производственная практика, практика по профилю профессиональной деятельности (2 семестр)</p> | <p>Знает: - методики анализа рынков, инструменты стратегического анализа, - концепции организационных полномочий и делегирования, - методы ситуационного анализа в маркетинге, - методы стратегического и оперативного контроля маркетинга, - технологии самоменеджмента, - концепции расширенного комплекса маркетинга, - отраслевую специфику маркетинговой деятельности</p> <p>Умеет: - определять потребности и направления проведения маркетингового анализа рынка на конкретном предприятии, - выстраивать эффективные взаимосвязи в коллективе, - обобщать и оценивать результаты самостоятельных исследований, - проводить мониторинг маркетинговой деятельности предприятия, - планировать рабочее время, определять приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки, - обосновывать применение концепций "маркетинг-микс" с учетом специфики деятельности компании, - обосновывать применение современных маркетинговых технологий, осуществлять выбор методов управления маркетингом с учетом специфики отрасли, рынка или сферы деятельности предприятия</p> <p>Имеет практический опыт: - планирования и проведения исследований рынка в рамках тематики самостоятельного научного исследования, - эффективного взаимодействия с коллективом предприятия в рамках проведения исследования, - анализа маркетинговой деятельности предприятия, выявления проблем и разработки мероприятий по решению проблем, - разработки и обоснования мероприятий, направленных на совершенствование отдельных маркетинговых функций, - разработки реалистичных планов исследования, согласованных с имеющимися возможностями, -</p> |

|                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                      | <p>разработки решений в области продуктовых и ценовых стратегий, стратегий распределения и продвижения предприятия, - проведения маркетингового анализа предприятия с учетом специфики отрасли, рынка и сферы деятельности</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <p>Учебная практика, научно-исследовательская работа (2 семестр)</p> | <p>Знает: - элементы методологии научного исследования, - методы самооценки в профессиональной среде, - формы и виды научных коммуникаций</p> <p>Умеет: - определять перспективные направления исследований и разрабатывать методологию научного исследования, - критически оценивать собственную деятельность при планировании самостоятельных исследований, - использовать научный стиль изложения в письменных и устных коммуникациях</p> <p>Имеет практический опыт: - обоснования актуальности направлений исследования, определения целей и предмета исследований, проведения обзора методов исследования, формулирования гипотезы исследования, - определения приоритетов при планировании самостоятельного исследования, - применения научной терминологии при планировании самостоятельного научного исследования</p>                                                                                                                                     |
| <p>Учебная практика, ознакомительная практика (2 семестр)</p>        | <p>Знает: - технологии личностного и профессионального роста, - элементы комплекса маркетинга (4P), положения современных маркетинговых концепций, - концепцию маркетинга взаимодействия, подходы к исследованию потребителей и конкурентов, - методы оперативного контроля маркетинга, - подходы к организации маркетинговой деятельности на предприятии, перспективные направления исследований, - принципы эффективной командной работы, - основы отраслевого маркетинга, специфику потребительских и промышленных рынков, маркетинга в сфере услуг и особенности инструментария маркетинга в зависимости от отраслевой принадлежности компании</p> <p>Умеет: - эффективно осуществлять собственные научные изыскания и достигать поставленной цели в условиях существующих ограничений, - анализировать деятельность компании по элементам концепции "маркетинг-микс", - применять методы анализа элементов маркетинговой среды компании, проводить анализ</p> |



|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>потребителей, конкурентов, поставщиков, - оценивать маркетинговую деятельность компании в разрезе отдельных задач маркетинг-микса, - проводить анализ маркетинговой деятельности предприятия, - работать в команде, эффективно взаимодействуя с членами команды для достижения общих целей, - определять отраслевую специфику бизнеса и обосновывать применение технологий и инструментов с учетом этой специфики</p> <p>Имеет практический опыт: - эффективного самоменеджмента в достижении целей исследования, - проведения анализа решений предприятия по элементам комплекса маркетинга и разработки рекомендации по их развитию, - оценки факторов среды косвенного воздействия (макросреды), оценки влияния макросреды на положение компании, проведения анализа потребителей, конкурентного анализа, - планирования и проведения мониторинга оперативной маркетинговой деятельности компании в разрезе отдельных задач маркетинг-микса, - разработки перечня потенциальных проблем/направлений совершенствования маркетинговой деятельности предприятия, - адаптации в новом коллективе и встраивания в команду в рамках проведения исследования, - обоснования отраслевой специфики маркетинговой деятельности предприятия в рамках самостоятельного исследования</p> |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

#### 4. Объём практики

Общая трудоемкость практики составляет зачетных единиц 6, часов 216, недель 16.

#### 5. Содержание практики

| № раздела (этапа) | Наименование или краткое содержание вида работ на практике | Кол-во часов |
|-------------------|------------------------------------------------------------|--------------|
| 1                 | Планирование научного исследования                         | 36           |
| 2                 | Проведение научного исследования                           | 144          |
| 3                 | Представление результатов научного исследования            | 36           |

#### 6. Формы отчетности по практике

По окончании практики, студент предоставляет на кафедру пакет документов, который включает в себя:

- дневник прохождения практики, включая индивидуальное задание и характеристику работы практиканта организацией;

- отчет о прохождении практики.

Формы документов утверждены распоряжением заведующего кафедрой от 01.09.2021 №301-31/231-1.

## 7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по практике

Вид промежуточной аттестации – дифференцированный зачет. Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

### 7.1. Контрольные мероприятия (КМ)

| № КМ | Семестр | Вид контроля     | Название контрольного мероприятия                                   | Вес | Макс.балл | Порядок начисления баллов                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Учитывается в ПА         |
|------|---------|------------------|---------------------------------------------------------------------|-----|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| 1    | 3       | Текущий контроль | КРМ1 - Выбор тематики НИР и обоснование актуальности выбранной темы | 1   | 3         | Максимально оценивается в 3 балла: 0 баллов - задание не выполнено; 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла - выполнено в незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями | дифференцированный зачет |
| 2    | 3       | Текущий контроль | КРМ 2 - Формулировка целей и задач исследования                     | 1   | 3         | Максимально оценивается в 3 балла: 0 баллов - задание не выполнено; 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по                                                                                                                                                           | дифференцированный зачет |

|   |   |                  |                                                                 |   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                          |
|---|---|------------------|-----------------------------------------------------------------|---|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|   |   |                  |                                                                 |   |   | содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла - выполнено в незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями                                                                                                                                                                  |                          |
| 3 | 3 | Текущий контроль | КРМ 3 - Разработка структуры отчета                             | 1 | 3 | Максимально оценивается в 3 балла: 0 баллов - задание не выполнено; 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла - выполнено в незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями | дифференцированный зачет |
| 4 | 3 | Текущий контроль | КРМ 4 - Содержательная часть исследования: полнота и логичность | 1 | 3 | Максимально оценивается в 3 балла: 0 баллов - задание не сделано; 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла - выполнено в незначительными замечаниями 3                                                          | дифференцированный зачет |

|   |   |                     |                                                     |   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                             |
|---|---|---------------------|-----------------------------------------------------|---|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
|   |   |                     |                                                     |   |   | балла -<br>выполнено в<br>полном<br>соответствии с<br>требованиями                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                             |
| 5 | 3 | Текущий<br>контроль | КРМ 5 -<br>Результаты по<br>задачам<br>исследования | 1 | 3 | Максимально<br>оценивается в 3<br>балла: 0 баллов -<br>задание не<br>выполнено; 1<br>балл - выполнено<br>с существенными<br>недочетами, не в<br>полной мере<br>соответствует<br>требованиям по<br>содержанию,<br>полноте и<br>достоверности<br>информации 2<br>балла -<br>выполнено в<br>незначительными<br>замечаниями 3<br>балла -<br>выполнено в<br>полном<br>соответствии с<br>требованиями | дифференцированный<br>зачет |
| 6 | 3 | Текущий<br>контроль | КРМ 6 - Итоговые<br>выводы и<br>результаты НИР      | 1 | 3 | Максимально<br>оценивается в 3<br>балла: 0 баллов -<br>задание не<br>выполнено; 1<br>балл - выполнено<br>с существенными<br>недочетами, не в<br>полной мере<br>соответствует<br>требованиям по<br>содержанию,<br>полноте и<br>достоверности<br>информации 2<br>балла -<br>выполнено в<br>незначительными<br>замечаниями 3<br>балла -<br>выполнено в<br>полном<br>соответствии с<br>требованиями | дифференцированный<br>зачет |
| 7 | 3 | Текущий<br>контроль | КРМ 7<br>Актуальность<br>полученных                 | 1 | 3 | Максимально<br>оценивается в 3<br>балла: 0 баллов -                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | дифференцированный<br>зачет |

|   |   |                  |                                           |   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                          |
|---|---|------------------|-------------------------------------------|---|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|   |   |                  | результатов с точки зрения подготовки ВКР |   |   | задание не выполнено; 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла - выполнено в незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями                                             |                          |
| 8 | 3 | Текущий контроль | КРМ 8 - Заполнение дневника НИР           | 1 | 3 | Максимально оценивается в 3 балла: 0 баллов - задание не сделано; 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по содержанию, полноте и достоверности информации 2 балла - выполнено в незначительными замечаниями 3 балла - выполнено в полном соответствии с требованиями | дифференцированный зачет |
| 9 | 3 | Текущий контроль | КРМ 9 - Оформление отчета                 | 1 | 3 | Максимально оценивается в 3 балла: 1 балл - выполнено с существенными недочетами, не в полной мере соответствует требованиям по оформлению 2 балла -                                                                                                                                                                     | дифференцированный зачет |

|    |   |                     |                                                                                                    |   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                             |
|----|---|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
|    |   |                     |                                                                                                    |   |   | выполнено в<br>незначительными<br>замечаниями по<br>оформлению; 3<br>балла -<br>выполнено в<br>полном<br>соответствии с<br>требованиями по<br>оформлению<br>отчета                                                                                                               |                             |
| 10 | 3 | Текущий<br>контроль | КРМ 10 -<br>Самостоятельность<br>проведения<br>исследования<br>(антиплагиат)                       | 1 | 2 | Максимально<br>оценивается в 2<br>балла: 0 балл –<br>показатели<br>оригинальности<br>менее 40% 1<br>балла –<br>показатель<br>оригинальности<br>40 -60% 2 балла -<br>показатель<br>оригинальности<br>более 60%                                                                    | дифференцированный<br>зачет |
| 11 | 3 | Текущий<br>контроль | КРМ 11 -<br>Соблюдение<br>графика<br>выполнения НИР и<br>предоставление<br>отчета                  | 1 | 2 | Максимально<br>оценивается в 2<br>балла: 0 балл –<br>сроки сдачи<br>нарушен более<br>чем в 1 семестр 1<br>балла – отчет<br>сдан с<br>незначительным<br>отклонением от<br>графика 2 балла<br>– отчет сдан<br>полном<br>соответствии с<br>графиком                                 | дифференцированный<br>зачет |
| 12 | 3 | Бонус               | КРМ 12 -<br>Апробация<br>результатов НИР<br>(выступление на<br>конференциях,<br>публикация статей) | - | 7 | Оценивается не<br>более одной<br>статьи и одного<br>доклада. Таким<br>образом,<br>суммарная<br>максимальная<br>оценка по КРМ<br>может составлять<br>7 баллов: 1 балл<br>– доклад на<br>кафедральной<br>конференции без<br>публикации 2<br>балла – доклад<br>всероссийской<br>или | дифференцированный<br>зачет |

|    |   |                          |                        |   |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                          |
|----|---|--------------------------|------------------------|---|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|    |   |                          |                        |   |    | международной на конференции без публикации 3 балла – статья в материалах конференции (индексация РИНЦ) 4 баллов – статья в российском рецензируемом издании (журналы, монографии) (индексация РИНЦ) 5 баллов – статья в международном рецензируемом издании (индексация scopus, WoS) |                          |
| 13 | 3 | Промежуточная аттестация | КРМ 13 - Защита отчета | - | 20 | Максимально оценивается в 20 баллов, по 2 балла за каждый из 10 вопросов (2 балла – ответ полный, 1 балл – ответ не обоснован, 0 баллов – нет ответа):                                                                                                                                | дифференцированный зачет |

## 7.2. Процедура проведения, критерии оценивания

На защите заслушивается доклад (не более 5 минут) студента по результатам практики. Структура доклада должна соответствовать следующим вопросам: 1. Какие теоретические концепции были Вами изучены в рамках прохождения практики? В чем их актуальность? 2. В каких направлениях существующие концепции и подходы нуждаются в дальнейшей разработке? 3. В чем актуальность Вашего исследования? 4. Какие информационные источники Вы использовали в качестве информационной базы своего исследования? 5. Как Вы определили цель и задачи исследования? 6. Какие исследования были проведены Вами? Охарактеризуйте используемые методы. 7. Каких результатов Вы достигли в результате прохождения практики? 8. Насколько эти результаты применимы для подготовки ВКР? 9. Удалось ли достичь тех результатов практики, которые планировались? Достигнута ли цель? (обоснуйте) 10. Каким образом, Вы видите дальнейшую работу над ВКР? Какие исследования и данные Вам необходимы для работы? На зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по практике используется балльно-рейтинговая система

оценивания результатов учебной деятельности обучающихся. Итоговая оценка проставляется в ведомость, зачетную книжку

### 7.3. Оценочные материалы

| Компетенции | Результаты обучения                                                                                             | № КМ |    |    |    |   |    |    |   |   |    |    |    |    |
|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|----|----|----|---|----|----|---|---|----|----|----|----|
|             |                                                                                                                 | 1    | 2  | 3  | 4  | 5 | 6  | 7  | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| УК-4        | Знает: - процессы и механизмы эффективного взаимодействия сотрудников компании в профессиональной среде         |      |    |    |    |   |    |    |   |   |    |    |    | +  |
| УК-4        | Умеет: - использовать различные каналы коммуникаций при реализации самостоятельного научного исследования       | +    |    | ++ | ++ |   |    | ++ |   |   |    | +  | +  |    |
| УК-4        | Имеет практический опыт: - представления результатов самостоятельного исследования в профессиональной среде     |      |    |    |    | + |    | ++ |   |   |    | +  | +  |    |
| УК-6        | Знает: - инструменты апробации результатов научного исследования                                                |      |    |    |    |   |    |    |   |   |    | +  | +  |    |
| УК-6        | Умеет: - критически оценивать собственные научные идеи, трезво воспринимать критику                             | +    |    |    |    |   | ++ |    |   |   | +  | +  | +  |    |
| УК-6        | Имеет практический опыт: - оценки уровня научных изысканий в сфере самостоятельного научного исследования       | +    |    |    |    |   | ++ |    |   |   |    | +  | +  |    |
| ПК-8        | Знает: - концепции системного и ситуационного анализа и предметные методы исследования в маркетинге             | +    |    |    |    |   |    |    |   |   |    |    | +  |    |
| ПК-8        | Умеет: - выбора и обоснования инструментов исследования                                                         | +    |    | ++ | ++ |   |    |    |   |   |    |    | +  |    |
| ПК-8        | Имеет практический опыт: - разработки структуры исследования, планирования исследования исходя из целей и задач | ++   | ++ | ++ | ++ |   |    |    |   | + |    |    | +  |    |

Фонды оценочных средств по каждому контрольному мероприятию находятся в приложениях.

## 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

### Печатная учебно-методическая документация

#### а) основная литература:

1. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : Экспресс-курс [Текст] Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; пер. с англ. И. Малковой. - 3-е изд. - СПб. и др.: Питер, 2010. - 479 с. ил.
2. Данько, Т. П. Управление маркетингом [Текст] учебник для вузов по направлению "Экономика" и экон. специальностям Т. П. Данько. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 362, [1] с. ил.
3. Синяева, И. М. Управление маркетингом [Текст] учеб. пособие для вузов по специальности 061500 "Маркетинг" И. М. Синяева, В. В. Синяев, В. М. Маслова ; под ред. И. М. Синяевой. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Вузовский учебник, 2014. - 414, [2] с. ил.

#### б) дополнительная литература:



1. Холленсен, С. Глобальный маркетинг [Текст] учеб. пособие С. Холленсен ; пер. с англ. Е. Носова, К. Юрашкевич. - Минск: Новое знание, 2004. - 831, [1] с.
2. Маркетинг территорий [Текст] учебник и практикум для вузов по экон. направлениям и специальностям О. Н. Романенкова ; под общ. ред. О. Н. Романенковой ; Финанс. ун-т при Правительстве Рос. Федерации. - М.: Юрайт, 2016. - 262 с. ил.
3. Панкрухин, А. П. Маркетинг [Текст] учеб. для вузов по специальности 080111 "Маркетинг" А. П. Панкрухин; Гильдия маркетологов. - 5-е изд., стер. - М.: Омега-Л, 2007. - 654, [1] с.

*из них методические указания для самостоятельной работы студента:*

1. Professional internship, research work / Производственная практика, научно-исследовательская работа: methodological guidelines (методические указания) / составители Демченко А.И., Ахтямов М.К. - Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2022.

### Электронная учебно-методическая документация

| № | Вид литературы                                           | Наименование ресурса в электронной форме          | Библиографическое описание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Дополнительная литература                                | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Лобарева, Н. В. Маркетинг взаимоотношений : учебное пособие / Н. В. Лобарева. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 98 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. <a href="https://e.lanbook.com/book/167596">https://e.lanbook.com/book/167596</a>                                                                                                                                                                                              |
| 2 | Основная литература                                      | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Манн, И.Б. 77 коротких рецензий на лучшие книги по маркетингу и продажам. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2005. — 86 с. <a href="http://e.lanbook.com/book/62234">http://e.lanbook.com/book/62234</a>                                                                                                                                                                                                                         |
| 3 | Журналы                                                  | eLIBRARY.RU                                       | Короткова, Т. Л. Место и роль курса "Методы исследований в менеджменте" в подготовке магистра / Т. Л. Короткова // Современные технологии управления. – 2012. – № 3(15). – С. 24-31. <a href="https://elibrary.ru/item.asp?id=17747292">https://elibrary.ru/item.asp?id=17747292</a>                                                                                                                                                                              |
| 4 | Дополнительная литература                                | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Лысова, Н. А. Маркетинг территорий : учебник / Н. А. Лысова. — Москва : Проспект, 2019. — 158 с. — ISBN 978-5-392-28831-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. <a href="https://e.lanbook.com/book/150918">https://e.lanbook.com/book/150918</a>                                                                                                                                                                                     |
| 5 | Методические пособия для самостоятельной работы студента | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Белов, Н.А. Методические указания к выполнению магистерской диссертации: курсовые работы и проекты по направлению подготовки, научно-исследовательская работа, подготовка, оформление и защита выпускной квалификационной работы. [Электронный ресурс] / Н.А. Белов, М.В. Пикунов, С.В. Лактионов. — Электрон. дан. — М. : МИСИС, 2013. — 105 с. — Режим доступа: <a href="http://e.lanbook.com/book/47415">http://e.lanbook.com/book/47415</a> — Загл. с экрана. |
| 6 | Основная                                                 | Образовательная                                   | Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

|    |                           |                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----|---------------------------|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | литература                | платформа Юрайт                                   | : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 181 с. <a href="https://urait.ru/bcode/492628">https://urait.ru/bcode/492628</a>                                                                                                                                        |
| 7  | Основная литература       | Образовательная платформа Юрайт                   | Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 419 с. <a href="https://urait.ru/bcode/489446">https://urait.ru/bcode/489446</a>                                                                                                                                               |
| 8  | Дополнительная литература | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Соклакова, И. В. Стратегический менеджмент: российский и зарубежный опыт : монография / И. В. Соклакова, М. С. Санталова, А. В. Борщева. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 246 с. — ISBN 978-5-394-04453-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. <a href="https://e.lanbook.com/book/173995">https://e.lanbook.com/book/173995</a>        |
| 9  | Основная литература       | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Новые парадигмы развития маркетинговых инструментов в условиях трансформации современной экономики : монография / под редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 352 с. — ISBN 978-5-394-04291-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. <a href="https://e.lanbook.com/book/173973">https://e.lanbook.com/book/173973</a> |
| 10 | Журналы                   | eLIBRARY.RU                                       | Маркетинг в России и за рубежом <a href="https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=8819">https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=8819</a>                                                                                                                                                                                                                                     |
| 11 | Журналы                   | eLIBRARY.RU                                       | Маркетинг и маркетинговые исследования <a href="https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=10303">https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=10303</a>                                                                                                                                                                                                                            |
| 12 | Журналы                   | eLIBRARY.RU                                       | ACADEMY OF MARKETING SCIENCE. JOURNAL <a href="https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=4843">https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=4843</a>                                                                                                                                                                                                                               |
| 13 | Журналы                   | eLIBRARY.RU                                       | ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING AND LOGISTICS <a href="https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=5794">https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=5794</a>                                                                                                                                                                                                                     |

## 9. Информационные технологии, используемые при проведении практики

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых информационных справочных систем:

1. ООО "ГарантУралСервис"-Гарант(бессрочно)

## 10. Материально-техническое обеспечение практики

| Место прохождения практики | Адрес места прохождения                  | Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, обеспечивающие прохождение практики |
|----------------------------|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ЮУрГУ, Научная библиотека  | 454080,<br>Челябинск, пр-т<br>Ленина, 87 | Основные фонды библиотеки                                                                                                                   |

|                                   |                                                 |                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Кафедра<br>"Менеджмент",<br>ЮУрГУ | 454080,<br>Челябинск,<br>проспект Ленина,<br>76 | Компьютерная и копировальная техника,<br>программы внутреннего электронного<br>документооборота, базы данных и<br>тематические ресурсы внутренней сети<br>предприятия и сети интернет |
|-----------------------------------|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|