



**САМАРСКИЙ** УНИВЕРСИТЕТ  
SAMARA UNIVERSITY

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРАКТИКИ**  
**ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА**

Код плана	<u>380302-2022-В-ПП-4г06м-80</u>
Основная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	<u>38.03.02 Менеджмент</u>
Профиль (программа)	<u>Цифровой маркетинг и рыночная аналитика</u>
Квалификация (степень)	<u>Бакалавр</u>
Блок, в рамках которого происходит освоение модуля (дисциплины)	<u>Б2</u>
Шифр дисциплины (модуля)	<u>Б2.О.01(У)</u>
Институт (факультет)	<u>Институт экономики и управления</u>
Кафедра	<u>менеджмента и организации производства</u>
Форма обучения	<u>очно-заочная</u>
Курс, семестр	<u>1 курс, 2 семестр</u>
Форма промежуточной аттестации	<u>зачет с оценкой</u>

Самара, 2022

# 1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

## Паспорт фонда оценочных средств

Планируемые образовательные результаты			Этапы формирования компетенции	Оценочное средство
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора	Планируемые результаты обучения при прохождении практики		Промежуточная аттестация
ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	ОПК-2.3 Проводит аналитическое исследование закономерности поведения экономических субъектов с использованием современного инструментария, программных и информационных систем	<p>Знать: методики и способы проведения аналитического исследования закономерности поведения экономических субъектов с использованием современного инструментария, программных и информационных систем;</p> <p>Уметь: проводить аналитическое исследование закономерности поведения экономических субъектов с использованием современного инструментария, программных и информационных систем;</p> <p>Владеть: навыками проведения аналитического исследования закономерности поведения экономических субъектов с использованием современного инструментария, программных и информационных систем</p>	<p>Ознакомление с деятельностью организации</p> <p>Изучение учредительных документов, нормативно-правовой базы деятельности организации</p> <p>Изучение основных направлений маркетинговой политики организации: товарной, ценовой, сбытовой политика, маркетинговых коммуникаций организации.</p> <p>Ознакомление с используемыми организацией специальными инструментами в рамках маркетинга</p> <p>Приобретение опыта оформления сопровождающей документации и составления аналитических таблиц по вопросам маркетинга</p>	<p>собеседование, устный доклад, письменный отчет</p>
ОПК-5 Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные	ОПК-5.1 Понимает специфику и особенности применения современных информационных технологий и	Знать: специфику и особенности применения современных информационных технологий и программных средств,	<p>Ознакомление с деятельностью организации</p> <p>Изучение учредительных документов, нормативно-правовой базы деятельности организации</p> <p>Ознакомление с</p>	<p>собеседование, устный доклад, письменный отчет</p>

<p>технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ</p>	<p>программных средств, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ;</p> <p>ОПК-5.2 Демонстрирует умение рационально выбирать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач;</p> <p>ОПК-5.3 Использует современные информационные</p>	<p>включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ;</p> <p>Уметь: понимать специфику и особенности применения современных информационных технологий и программных средств, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ;</p> <p>Владеть: навыками применения современных информационных технологий и программных средств, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ</p> <p>Знать: современные методы, способы и программные средства при решении профессиональных задач;</p> <p>Уметь: рационально выбирать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач;</p> <p>Владеть: навыками рационального выбора современных информационных технологий и программных средств при решении профессиональных задач</p> <p>Знать: современные информационные технологии и</p>	<p>организационной структурой и функциями основных подразделений, в том числе подразделений, которые занимаются маркетинговой деятельностью</p> <p>Изучение основных направлений маркетинговой политики организации: товарной, ценовой, сбытовой политика, маркетинговых коммуникаций организации.</p> <p>Ознакомление с используемыми организацией специальными инструментами в рамках маркетинга</p> <p>Приобретение опыта оформления сопровождающей документации и составления аналитических таблиц по вопросам маркетинга</p>	
---	---	--	---	--

	технологии и программные средства для решения профессиональных задач;	программные средства для решения профессиональных задач;  Уметь: использовать современные информационные технологии и программные средства для решения профессиональных задач  Владеть: навыками использования современных информационных технологий и программных средства для решения профессиональных задач		
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1 Понимает принципы работы современных информационных технологий;  ОПК-6.2 Демонстрирует умение рационально выбирать современные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности;	Знать: принципы работы современных информационных технологий;  Уметь: понимать принципы работы современных информационных технологий;  Владеть: навыками работы с современными информационными технологиями  Знать: принципы и приемы выбора современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности  Уметь: рационально выбирать современные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности  Владеть: навыками рационального выбора современных информационных технологий для	Ознакомление с деятельностью организации Изучение учредительных документов, нормативно-правовой базы деятельности организации Ознакомление с организационной структурой и функциями основных подразделений, в том числе подразделений, которые занимаются маркетинговой деятельностью Изучение внешней среды организации Изучение потребительского рынка организации и анализ конкурентов Ознакомление с используемыми организацией специальными инструментами в рамках маркетинга Приобретение опыта оформления сопровождающей документации и составления аналитических таблиц по вопросам маркетинга	собеседование, устный доклад, письменный отчет

		<p>решения задач профессиональной деятельности</p> <p>Знать: основные направления развития информационных технологий в рамках профессиональной деятельности</p> <p>Уметь: использовать современные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: навыками применения современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности</p>		
<p>ОПК-6.3 Использует современные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности;</p>				
<p>УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p>УК-3.2 Осуществляет разные виды коммуникации при работе команды;</p> <p>УК-3.3 Соблюдает нормы и правила командной работы, несет ответственность за результат;</p>	<p>Знать: разные виды коммуникации при работе команды;</p> <p>Уметь: осуществлять разные виды коммуникации при работе команды;</p> <p>Владеть: навыками применения различных видов коммуникации при работе команды</p> <p>Знать: нормы и правила командной работы, несет ответственность за результат;</p> <p>Уметь: соблюдать нормы и правила командной работы, нести ответственность за результат</p> <p>Владеть: навыками соблюдения норм и правил командной работы</p>	<p>Ознакомление с деятельностью организации</p> <p>Изучение учредительных документов, нормативно-правовой базы деятельности организации</p> <p>Ознакомление с организационной структурой и функциями основных подразделений, в том числе подразделений, которые занимаются маркетинговой деятельностью</p> <p>Изучение внешней среды организации</p> <p>Приобретение опыта оформления сопровождающей документации и составления аналитических таблиц по вопросам маркетинга</p>	<p>собеседование, устный доклад, письменный отчет</p>

## 2. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

### 2.1 Письменный отчет

#### 2.1.1 Содержание и оформление письменного отчета

По итогам прохождения ознакомительной практики обучающийся предоставляет руководителю практики от университета письменный отчет, содержащий следующие элементы:

1. Титульный лист.
2. Задание(я) для выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью (сбор и анализ данных и материалов, проведение исследований).
3. Описательная часть.
4. Список использованных источников.
5. Приложения (при наличии).

Письменный отчет по практике в рамках описательной части включает разделы:

Введение.

1. Общая характеристика организации – базы практики.

1.1. Цели и предмет деятельности организации.

1.2. Учредительные документы, нормативно-правовая база деятельности организации.

1.3. Организационная структура и функции основных подразделений, в том числе подразделений, которые занимаются маркетинговой деятельностью.

2. Внешняя среда организации.

2.1. Макрофакторы внешней среды: социально-экономические, демографические факторы, политико-правовые, экологические факторы, влияние новых технологий.

2.2. Потребительский рынок организации.

2.3. Анализ конкурентного окружения организации.

3. Характеристика финансово-хозяйственной деятельности организации.

3.1. Внутренняя среда организации: материально-техническая база; человеческие, технологические, финансовые ресурсы.

3.2. Основные направления маркетинговой политики организации: товарная, ценовая, сбытовая политика, маркетинговые коммуникации организации.

Заключение

Рекомендуемый объем отчета составляет 30 страниц машинописного текста. Страницы текста и приложений должны соответствовать формату А4. Выполнение работ обязательно осуществлять в печатном виде, через 1,5 интервал, шрифт TimesNewRoman, кегль 14.

Оформление письменного отчета по практике осуществляется в соответствии общими требованиями к учебным текстовым документам, установленными в Самарском университете.

#### 2.1.2 Критерии оценки письменного отчета

Оценка 5 («отлично») – выставляется, если отчет носит исследовательский характер, имеет грамотно изложенную постановку задач практики, содержит глубокий анализ, логичное, последовательное изложение материала с соответствующими выводами и обоснованными предложениями, технические требования к оформлению отчета выполнены полностью.

Оценка 4 («хорошо») – выставляется, если отчет имеет грамотно изложенную постановку задачи практики, содержит анализ, логичное, последовательное изложение материала с соответствующими выводами и предложениями, технические требования к оформлению отчета

выполнены полностью.

Оценка 3 («удовлетворительно») – выставляется, если отчет содержит анализ поставленных задач, имеет непоследовательное изложение материала с выводами и предложениями, технические требования к оформлению отчета выполнены с незначительными нарушениями.

Оценка 2 («неудовлетворительно») – выставляется, если в отчете не изложен в полном объеме анализ поставленных задач, отсутствует последовательное изложение материала с выводами и предложениями, имеются грубые нарушения технических требований к оформлению отчета.

## 2.2 Устный доклад к письменному отчету

### 2.2.1 Содержание и сопровождение устного доклада к письменному отчету

Доклад по отчету по практике проводится в форме презентации в учебной аудитории с применением презентационного оборудования (проектор, экран, ноутбук/ компьютер). Презентация должна содержать не менее 12-15 слайдов с использованием возможностей анимации и различного оформления. Приветствуется наличие в презентации звукового сопровождения (комментариев) и наглядных примеров (видеозаписей и фотоизображений).

В докладе озвучиваются поставленные цель и задачи практики, а также способы и методы применяемые для их решения. Приводятся основные результаты проведенного исследования. Анализ данных представляется в виде таблиц, графиков, рисунков, диаграмм. В заключении демонстрируются выводы и предложения.

### 2.2.2 Критерии оценки устного доклада к письменному отчету

Оценка 5 («отлично») – обучающийся демонстрирует высокий уровень умения анализировать и использовать различные источники информации, уверенно транслирует результаты исследования и отстаивает свою точку зрения.

Оценка 4 («хорошо») - обучающийся демонстрирует высокий уровень умения анализировать и использовать различные источники информации, не уверенно транслирует результаты исследования, не отстаивая свою точку зрения;

Оценка 3 («удовлетворительно») - обучающийся использует современные методы и методики анализа и использования различных источников информации, не уверенно транслирует результаты исследования, не отстаивая свою точку зрения;

Оценка 2 («неудовлетворительно») - обучающийся не умеет анализировать и использовать различные источники информации, не способен транслировать результаты исследования.

## 2.3 Собеседование по содержанию письменного отчета, устного доклада и результатам практики

### 2.3.1 Контрольные вопросы к собеседованию по содержанию письменного отчета, устного доклада и результатам практики:

1. Опишите цели и задачи прохождения практики.
2. Какие источники информации были использованы Вами для проведения экономических расчётов?
3. . Перечислите нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность организации – места прохождения практики.
4. Охарактеризуйте особенности правового статуса организации – места прохождения практики.
5. Перечислите локальные нормативные акты, изданные в организации по месту прохождения практики; какова цель их издания.

6. Охарактеризуйте организационную структуру управления предприятия – места прохождения практики.
7. Дайте характеристику производственной структуры предприятия.
8. Какие коммуникации налажены в организации?
9. Охарактеризуйте технику безопасности труда и пожарную безопасность.
10. Перечислите товары, услуги, продукцию, которые предлагает организация на рынок.
11. Перечислите основных поставщиков и покупателей предприятия.
12. Понятие маркетинга. Основные категории маркетинга.
13. Цели системы маркетинга. Функции маркетинга.
14. Реализация маркетинговых мероприятий на предприятии.
15. Система планирования маркетинга.
16. Источники маркетинговой информации. Методы сбора информации.
17. Стратегический и операционный маркетинг на предприятии.
18. Характеристика основных элементов макросреды фирмы. Анализ факторов макросреды.
19. Характеристика основных элементов микросреды фирмы. Анализ факторов микросреды.

2.3.2 Критерии оценки собеседования по содержанию письменного отчета, устного доклада по результатам практики

Оценка 5 («отлично») – обучающийся смог показать прочные знания основных положений фактического материала, умение самостоятельно решать профессиональные задачи, свободно использовать справочную и научную литературу, делать обоснованные выводы по результатам практики;

Оценка 4 («хорошо») – обучающийся смог показать прочные знания основных положений фактического материала, умение самостоятельно решать практические задачи, ориентироваться в рекомендованной справочной и научной литературе, умеет правильно оценить полученные результаты анализа конкретных проблемных ситуаций;

Оценка 3 («удовлетворительно») – обучающийся смог показать знания основных положений фактического материала, умение получить с помощью преподавателя правильное решение практической задачи, обучающийся знаком с рекомендованной справочной и научной литературой;

Оценка 2 («неудовлетворительно») – при ответе обучающегося выявились существенные пробелы в знаниях основных положений фактического материала, неумение находить решение поставленной перед ним задачи, обучающийся не знаком с рекомендованной литературой.

### 3. ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

#### 3.1 Критерии оценки и процедура проведения промежуточной аттестации

Оценка по результатам прохождения практики включает в себя:

- 1) оценку, полученную в отзыве работника от профильной организации о прохождении практики (при прохождении практики в профильной организации);
- 2) оценку письменного отчета о прохождении практики, которая дается руководителем практики от кафедры (университета);
- 3) оценка устного доклада обучающегося;
- 4) оценка результатов собеседования.

Итоговая оценка рассчитывается по формуле:

$$O_u = \frac{O_1 + O_2 + O_3 + O_4}{4},$$

где

$O_1$  – оценка, полученная в отзыве;

$O_2$  – оценка письменного отчета;

$O_3$  – оценка устного доклада;

$O_4$  – оценка по результатам собеседования.

### 3.2 Шкала и критерии оценивания сформированности компетенций

Код / индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения			
	отлично	хорошо	удовлетворительно	не удовлетворительно
УК – 3 УК – 3.2, УК – 3.3  ОПК – 2 ОПК – 2.3	Сформированные систематические знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Общие, но не структурированные знания	отсутствие знаний в рамках компетенции
ОПК – 5 ОПК – 5.1, ОПК – 5.2, ОПК – 5.3	Сформированные умения	В целом успешные, но содержащие отдельные пробелы умения	В целом успешные, но не систематически осуществляемые умения / частично освоенные умения	отсутствие умений в рамках компетенции
ОПК – 6 ОПК – 6.1, ОПК – 6.2, ОПК – 6.3	Успешное и систематическое применение навыков	В целом успешное применение навыков, но содержащее отдельные пробелы	В целом успешное, но не систематическое применение навыков	отсутствие навыков в рамках компетенции



**САМАРСКИЙ** УНИВЕРСИТЕТ  
SAMARA UNIVERSITY

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРАКТИКИ**  
**ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА**

Код плана	<u>380302-2022-В-ПП-4г06м-80</u>
Основная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	<u>38.03.02 Менеджмент</u>
Профиль (программа)	<u>Цифровой маркетинг и рыночная аналитика</u>
Квалификация (степень)	<u>Бакалавр</u>
Блок, в рамках которого происходит освоение модуля (дисциплины)	<u>Б2</u>
Шифр дисциплины (модуля)	<u>Б2.В.02(Пд)</u>
Институт (факультет)	<u>Институт экономики и управления</u>
Кафедра	<u>менеджмента и организации производства</u>
Форма обучения	<u>очно-заочная</u>
Курс, семестр	<u>5 курс, 9 семестр</u>
Форма промежуточной аттестации	<u>зачет с оценкой</u>

Самара, 2022

# 1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

## Паспорт фонда оценочных средств

Планируемые образовательные результаты			Этапы формирования компетенции	Оценочное средство
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора	Планируемые результаты обучения при прохождении практики		Промежуточная аттестация
ПК-1 Способен проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-1.2 Демонстрирует знания рыночных методов хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики, методов проведения маркетинговых исследований, особенностей конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг	Знать: методы проведения маркетингового исследования; Уметь: проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; Владеть: навыками обработки полученных данных с помощью методов математической статистики	Исследование динамики основных показателей развития предприятия за три последних года. Изучение особенностей рынка сбыта, правового регулирования организации сбыта продукции, договоров поставок и их содержание. Описание организации маркетинга на предприятии. Функции, задачи и структура службы маркетинга. Выявление проблем функционирования службы маркетинга предприятия. Описание направлений дальнейшего совершенствования организации маркетинга предприятия. Анализ современных проблем и тенденций развития отрасли, влияние отраслевых проблем на деятельность предприятия. Оценка эффективности стратегического менеджмента предприятия. Оценка эффективности стратегического маркетинга предприятия. Изучение маркетинга и производственной системы предприятия. Маркетинговые аспекты управления основным капиталом предприятия. Изучение комплекса маркетинговых коммуникаций предприятия. Характеристика видов маркетинговых коммуникаций предприятия. Анализ системы управления торговым персоналом предприятия. Описание основных решений в сфере стимулирования сбыта и продаж предприятия. Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия. Расчет показателей эффективности маркетинговой деятельности предприятия. Разработка предложений и	собеседование, устный доклад, письменный отчет
	ПК-1.3 Демонстрирует умение систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации, а также проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга	Знать: рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики; Уметь: систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации; Владеть: навыками планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации		
	ПК-1.4 Владеет навыками формирования отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований на основе обработки	Знать: методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства; Уметь: создавать		

	данных с помощью методов статистики	отчеты по результатам маркетингового исследования; Владеть: навыками подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	рекомендации по повышению эффективности системы управления маркетингом. Анализ деятельности службы маркетинга с подразделениями предприятия, их информационное взаимодействие. Разработка стратегии развития предприятия. Оценка эффективности стратегического маркетинга предприятия. Разработка решений в сфере стимулирования сбыта и продаж предприятия. Изучение и внедрение приемов содействия продажам. Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия.	
ПК – 2 Способен анализировать, обосновывать и осуществлять выбор решения для успешного выполнения профессиональной деятельности в сфере менеджмента	ПК – 2.2 Демонстрирует фундаментальные знания анализа, обоснования и выбора решения для успешного выполнения профессиональной деятельности в сфере менеджмента	Знать: фундаментальные основы анализа, обоснования и выбора решения для успешного выполнения профессиональной деятельности в сфере менеджмента; Уметь: проводить анализ, обоснование и выбор управленческих решений; Владеть: навыками анализа, обоснования и выбора решения для успешного выполнения профессиональной деятельности в сфере менеджмента	Исследование динамики основных показателей развития предприятия за три последних года. Изучение особенностей рынка сбыта, правового регулирования организации сбыта продукции, договоров поставок и их содержание. Описание организации маркетинга на предприятии. Функции, задачи и структура службы маркетинга. Выявление проблем функционирования службы маркетинга предприятия. Описание направлений дальнейшего совершенствования организации маркетинга предприятия. Анализ современных проблем и тенденций развития отрасли, влияние отраслевых проблем на деятельность предприятия. Оценка эффективности стратегического менеджмента предприятия. Оценка эффективности стратегического маркетинга предприятия. Изучение маркетинга и производственной системы предприятия. Маркетинговые аспекты управления основным капиталом предприятия. Изучение комплекса маркетинговых коммуникаций предприятия. Характеристика видов маркетинговых коммуникаций предприятия. Анализ системы управления торговым персоналом предприятия. Описание	собеседование, устный доклад, письменный отчет

			<p>основных решений в сфере стимулирования сбыта и продаж предприятия. Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия.</p> <p>Расчет показателей эффективности маркетинговой деятельности предприятия.</p> <p>Разработка предложений и рекомендации по повышению эффективности системы управления маркетингом.</p> <p>Анализ деятельности службы маркетинга с подразделениями предприятия, их информационное взаимодействие.</p> <p>Разработка стратегии развития предприятия.</p> <p>Оценка эффективности стратегического маркетинга предприятия.</p> <p>Разработка решений в сфере стимулирования сбыта и продаж предприятия.</p> <p>Изучение и внедрение приемов содействия продажам.</p> <p>Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия.</p>	
<p>ПК-3 Способен прогнозировать спрос на существующих и потенциальных рынках сбыта и осуществлять реализацию программ продвижения продукта организации</p>	<p>ПК-3.1 Обладает знаниями методов анализа и прогнозирования спроса товаров и услуг на существующих и потенциальных рынках сбыта</p> <p>ПК-3.2 На основе комплексного анализа конкурентоспособности формирует предложения по повышению эффективности программы продвижения</p>	<p>Знать: статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных;</p> <p>Уметь: анализировать спрос на существующих и потенциальных рынках сбыта;</p> <p>Владеть: навыками разработки предложений по оптимизации методов комплексного анализа конкурентоспособности и продукта</p> <p>Знать: основы маркетинга;</p> <p>Уметь: анализировать эффективность программы продвижения продукта; Владеть: навыками разработки предложений по повышению</p>	<p>Ознакомление с деятельностью организации</p> <p>Изучение истории создания предприятия, производственный профиля, специализации.</p> <p>Изучение и анализ учредительных документов.</p> <p>Анализ экономического потенциала предприятия.</p> <p>Исследование динамики основных показателей развития предприятия за три последних года.</p> <p>Изучение особенностей рынка сбыта, правового регулирования организации сбыта продукции, договоров поставок и их содержание.</p> <p>Описание организации маркетинга на предприятии.</p> <p>Функции, задачи и структура службы маркетинга. Выявление проблем функционирования службы маркетинга предприятия. Описание направлений дальнейшего совершенствования организации маркетинга предприятия.</p> <p>Анализ современных проблем и тенденций развития отрасли, влияние отраслевых проблем на</p>	<p>собеседование, устный доклад, письменный отчет</p>

	<p>продукта</p> <p>ПК-3.3 Демонстрирует навыки разработки предложений, способствующих росту показателей продаж, а также навыки формирования и обоснования программы продвижения продукции на рынке</p>	<p>эффективности программы продвижения продукта</p> <p>Знать: техники продаж и основы рекламной деятельности; Уметь: разрабатывать программу продвижения продукта; Владеть: навыками анализа выбора каналов коммуникаций и эффективности программы продвижения продукта</p>	<p>деятельность предприятия. Оценка эффективности стратегического менеджмента предприятия. Оценка эффективности стратегического маркетинга предприятия. Изучение маркетинга и производственной системы предприятия. Маркетинговые аспекты управления основным капиталом предприятия. Изучение комплекса маркетинговых коммуникаций предприятия. Характеристика видов маркетинговых коммуникаций предприятия. Разработка стратегии развития предприятия. Оценка эффективности стратегического маркетинга предприятия. Разработка решений в сфере стимулирования сбыта и продаж предприятия. Изучение и внедрение приемов содействия продажам. Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия.</p>	
<p>ПК-4 Способен разрабатывать функциональные направления управления рисками</p>	<p>ПК-4.1 Осуществляет мониторинг системы управления рисками и формирует принципы управления рисками в рамках отдельных бизнес-процессов и функциональных направлений</p> <p>ПК-4.2 Осуществляет разработку мероприятий по воздействию на риск и их экономическую оценку</p>	<p>Знать: принципы и правила выбора метода, техники оценки риска (достаточность ресурсов, характер и степень неопределенности, сложность метода, техники); Уметь: осуществлять расчеты, прогнозировать, тестировать и верифицировать методики управления рисками с учетом отраслевой специфики; Владеть: навыками мониторинга рисков и мониторинга мероприятий по воздействию на риски</p> <p>Знать: критерии, применяемые при выработке мероприятий по воздействию на риски в разрезе отдельных видов;</p>	<p>Оценка эффективности стратегического менеджмента предприятия. Оценка эффективности стратегического маркетинга предприятия. Изучение маркетинга и производственной системы предприятия. Маркетинговые аспекты управления основным капиталом предприятия. Изучение комплекса маркетинговых коммуникаций предприятия. Характеристика видов маркетинговых коммуникаций предприятия. Анализ системы управления торговым персоналом предприятия. Описание основных решений в сфере стимулирования сбыта и продаж предприятия. Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия. Расчет показателей эффективности маркетинговой деятельности предприятия. Разработка предложений и рекомендации по повышению эффективности системы управления маркетингом. Анализ деятельности службы маркетинга с подразделениями</p>	<p>собеседование, устный доклад, письменный отчет</p>

	ПК-4.3 Способен осуществлять управление рисками в рамках отдельных бизнес-процессов и функциональных направлений	<p>Уметь: отбирать подходящие методы воздействия на отдельные виды рисков и эффективно применять их с учетом их результативности и экономической эффективности;</p> <p>Владеть: навыками оценки деятельности подразделений по воздействию на риски</p> <p>Знать: методы, техники, технологии управления различными видами риска;</p> <p>Уметь: определять эффективные методы воздействия на риск, разрабатывать и внедрять планы воздействия на риски (совместно с ответственными за риск сотрудниками - владельцами риска), оказывать помощь ответственному за риск сотрудникам в правильной оценке риска и разработке мероприятий по их управлению;</p> <p>Владеть: навыками разработки мероприятий по управлению рисками совместно с ответственными за риск сотрудниками организации - владельцами риска</p>	<p>предприятия, их информационное взаимодействие.</p> <p>Разработка стратегии развития предприятия.</p> <p>Оценка эффективности стратегического маркетинга предприятия.</p> <p>Разработка решений в сфере стимулирования сбыта и продаж предприятия.</p> <p>Изучение и внедрение приемов содействия продажам.</p> <p>Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия.</p>	
ПК-5 Способен управлять информационными ресурсами	ПК-5.1 Обладает знаниями основ менеджмента	<p>Знать: структуру организации, зоны ответственности и функции подразделений;</p> <p>Уметь: применять знания основ менеджмента в практической деятельности;</p> <p>Владеть: навыками общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации</p>	<p>Ознакомление с деятельностью организации</p> <p>Изучение истории создания предприятия, производственный профиля, специализации.</p> <p>Изучение и анализ учредительных документов.</p> <p>Анализ экономического потенциала предприятия.</p> <p>Исследование динамики основных показателей развития предприятия за три последних года.</p> <p>Изучение особенностей рынка сбыта, правового регулирования организации сбыта продукции, договоров поставок и их</p>	<p>собеседование, устный доклад, письменный отчет</p>

	<p>ПК-5.2 Способен работать с большими объемами информации, проводить оценку значимости и приоритетности получаемой информации с целью эффективного управления информационными ресурсами</p> <p>ПК-5.3 Владеет программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет</p>	<p>Знать: внутренние правила согласования и утверждения документов; Уметь: работать с большими объемами информации; Владеть: навыками формирования запросов и получение информации от сотрудников организации</p> <p>Знать: принципы работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами; Уметь: владеть программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет; Владеть: навыками мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках</p>	<p>содержание. Описание организации маркетинга на предприятии. Функции, задачи и структура службы маркетинга. Выявление проблем функционирования службы маркетинга предприятия. Описание направлений дальнейшего совершенствования организации маркетинга предприятия. Анализ современных проблем и тенденций развития отрасли, влияние отраслевых проблем на деятельность предприятия. Оценка эффективности стратегического менеджмента предприятия. Оценка эффективности стратегического маркетинга предприятия. Изучение маркетинга и производственной системы предприятия. Маркетинговые аспекты управления основным капиталом предприятия. Изучение комплекса маркетинговых коммуникаций предприятия. Характеристика видов маркетинговых коммуникаций предприятия. Анализ системы управления торговым персоналом предприятия. Описание основных решений в сфере стимулирования сбыта и продаж предприятия. Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия. Расчет показателей эффективности маркетинговой деятельности предприятия. Разработка предложений и рекомендации по повышению эффективности системы управления маркетингом. Анализ деятельности службы маркетинга с подразделениями предприятия, их информационное взаимодействие. Разработка стратегии развития предприятия. Оценка эффективности стратегического маркетинга предприятия. Разработка решений в сфере стимулирования сбыта и продаж предприятия. Изучение и внедрение приемов содействия продажам. Оценка эффективности коммуникационных стратегий</p>	
--	--	--	---	--

			предприятия.	
--	--	--	--------------	--

## 2. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

### 2.1 Письменный отчет

#### 2.1.1 Содержание и оформление письменного отчета

По итогам прохождения преддипломной практики обучающийся предоставляет руководителю практики от университета письменный отчет, содержащий следующие элементы:

1. Титульный лист.
2. Задание(я) для выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью (сбор и анализ данных и материалов, проведение исследований).
3. Описательная часть.
4. Список использованных источников.
5. Приложения (при наличии).

Письменный отчет по практике в рамках описательной части включает разделы:

Введение.

1 Общая характеристика предприятия (в том числе структура управления).

1.1 История создания предприятия. Производственный профиль, специализация.

1.2 Характеристика учредителей предприятия. Особенности формирования уставного фонда. Анализ учредительных документов.

1.3 Экономический потенциал предприятия. Исследование динамики основных показателей развития предприятия за три последних года.

1.4 Особенности рынка сбыта. Правовое регулирование организации сбыта продукции, договора поставок и их содержание. Потенциальный и целевой рынки предприятия. Доля, абсолютная и относительная емкость рынка. Целевые аудитории по основным группам продукции.

2 Организация маркетинга на предприятии.

2.1 Организация управления в системе маркетинга предприятия. Функции, задачи и структура службы маркетинга. Координация деятельности службы маркетинга с подразделениями предприятия, их информационное взаимодействие. Проблемы и эффективность функционирования службы маркетинга предприятия. Пути дальнейшего совершенствования организации маркетинга предприятия.

2.2 Стратегический маркетинг на предприятии. Современные проблемы и тенденции развития отрасли. Влияние отраслевых проблем на деятельность предприятия. Порядок формирования стратегических целей, обоснование и принятие стратегических решений, стратегическое планирование маркетинга. Стратегия хозяйственной деятельности. Краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные аспекты. Оценка эффективности стратегического менеджмента предприятия. Оценка эффективности стратегического маркетинга предприятия.

2.3 Маркетинг и производственная система предприятия. Маркетинг и целевая подсистема производственного менеджмента предприятия. Маркетинг и функциональная подсистема производственного менеджмента предприятия. Содержание управляющей подсистемы производственного менеджмента предприятия. Генеральный план предприятия, управление перспективным развитием производственных мощностей предприятия. Оценка эффективности деятельности предприятия с точки зрения его размещения по отношению к рынкам сбыта и ресурсам. Маркетинговые аспекты управления основным капиталом предприятия. Структура основного капитала. Оценка и прогноз потребности предприятия в помещениях и оборудовании. Проблемы осуществления модернизации и реконструкции предприятия. Маркетинговые аспекты управления оборотным капиталом предприятия.

2.4 Комплекс маркетинговых коммуникаций предприятия. Характеристика видов маркетинговых коммуникаций предприятия. Маркетинговый коммуникационный набор. Описание управления процессом интегрированных маркетинговых коммуникаций предприятия. Основные направления рекламной деятельности предприятия: по этапам жизненного цикла товара, по объекту, по субъекту, по воздействию на потребителя. Организация и управление рекламной деятельностью на предприятии. Средства рекламы и особенности их выбора. Социально - психологическая эффективность рекламной деятельности предприятия. PR - деятельность предприятия. Ярмарки и выставки в комплексе маркетинговых коммуникаций предприятия. Организация подготовки и проведения ярмарок и выставок. Система управления торговым персоналом предприятия. Основные решения в сфере стимулирования сбыта и продаж предприятия. Приемы содействия продажами. Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия.

3. Эффективность маркетинговой деятельности предприятия. Финансовые аспекты эффективности маркетинговой деятельности на предприятии. Общая итоговая оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия.

4. Предложения и рекомендации по повышению эффективности системы управления маркетингом.

#### Заключение

Рекомендуемый объем отчета составляет 30 страниц машинописного текста. Страницы текста и приложений должны соответствовать формату А4. Выполнение работ обязательно осуществлять в печатном виде, через 1,5 интервал, шрифт TimesNewRoman, кегль 14.

Оформление письменного отчета по практике осуществляется в соответствии общими требованиями к учебным текстовым документам, установленными в Самарском университете.

### 2.1.2 Критерии оценки письменного отчета

Оценка 5 («отлично») – выставляется, если отчет носит исследовательский характер, имеет грамотно изложенную постановку задач практики, содержит глубокий анализ, логичное, последовательное изложение материала с соответствующими выводами и обоснованными предложениями, технические требования к оформлению отчета выполнены полностью.

Оценка 4 («хорошо») – выставляется, если отчет имеет грамотно изложенную постановку задачи практики, содержит анализ, логичное, последовательное изложение материала с соответствующими выводами и предложениями, технические требования к оформлению отчета выполнены полностью.

Оценка 3 («удовлетворительно») – выставляется, если отчет содержит анализ поставленных задач, имеет непоследовательное изложение материала с выводами и предложениями, технические требования к оформлению отчета выполнены с незначительными нарушениями.

Оценка 2 («неудовлетворительно») – выставляется, если в отчете не изложен в полном объеме анализ поставленных задач, отсутствует последовательное изложение материала с выводами и предложениями, имеются грубые нарушения технических требований к оформлению отчета.

### 2.2 Устный доклад к письменному отчету

#### 2.2.1 Содержание и сопровождение устного доклада к письменному отчету

Доклад по отчету по практике проводится в форме презентации в учебной аудитории с применением презентационного оборудования (проектор, экран, ноутбук/ компьютер). Презентация должна содержать не менее 12-15 слайдов с использованием возможностей анимации и различного оформления. Приветствуется наличие в презентации звукового сопровождения (комментариев) и наглядных примеров (видеозаписей и фотоизображений).

В докладе озвучиваются поставленные цель и задачи практики, а также способы и методы применяемые для их решения. Приводятся основные результаты проведенного исследования. Анализ данных представляется в виде таблиц, графиков, рисунков, диаграмм. В заключении демонстрируются выводы и предложения.

## 2.2.2 Критерии оценки устного доклада к письменному отчету

Оценка 5 («отлично») – обучающийся демонстрирует высокий уровень умения анализировать и использовать различные источники информации, уверенно транслирует результаты исследования и отстаивает свою точку зрения.

Оценка 4 («хорошо») - обучающийся демонстрирует высокий уровень умения анализировать и использовать различные источники информации, не уверенно транслирует результаты исследования, не отстаивая свою точку зрения;

Оценка 3 («удовлетворительно») - обучающийся использует современные методы и методики анализа и использования различных источников информации, не уверенно транслирует результаты исследования, не отстаивая свою точку зрения;

Оценка 2 («неудовлетворительно») - обучающийся не умеет анализировать и использовать различные источники информации, не способен транслировать результаты исследования.

## 2.3 Собеседование по содержанию письменного отчета, устного доклада и результатам практики

### 2.3.1 Контрольные вопросы к собеседованию по содержанию письменного отчета, устного доклада и результатам практики:

1. Опишите цели и задачи прохождения практики.
2. Какие источники информации были использованы Вами для проведения экономических расчётов?
3. . Перечислите нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность организации – места прохождения практики.
4. Охарактеризуйте особенности правового статуса организации – места прохождения практики.
5. Перечислите локальные нормативные акты, изданные в организации по месту прохождения практики; какова цель их издания.
6. Охарактеризуйте организационную структуру управления предприятия – места прохождения практики.
7. Дайте характеристику производственной структуры предприятия.
8. Какие коммуникации налажены в организации?
9. Охарактеризуйте технику безопасности труда и пожарную безопасность.
10. Перечислите товары, услуги, продукцию, которые предлагает организация на рынок.
11. Перечислите основных поставщиков и покупателей предприятия.
12. Понятие маркетинга. Основные категории маркетинга.
13. Цели системы маркетинга. Функции маркетинга.
14. Реализация маркетинговых мероприятий на предприятии.
15. Система планирования маркетинга.
16. Источники маркетинговой информации. Методы сбора информации.
17. Стратегический и операционный маркетинг на предприятии.
18. Поясните сбытовую структуру на предприятии.
19. Какие основные методики оценки эффективности маркетинговых решений Вы знаете?
20. Дайте характеристику маркетинговым коммуникациям.
21. Как решения в сфере маркетинга могут влиять на финансовый результат предприятия?
22. Дайте характеристику маркетинговым стратегиям.

### 2.3.2 Критерии оценки собеседования по содержанию письменного отчета, устного доклада по результатам практики

Оценка 5 («отлично») – обучающийся смог показать прочные знания основных положений фактического материала, умение самостоятельно решать профессиональные задачи, свободно использовать справочную и научную литературу, делать обоснованные выводы по результатам практики;

Оценка 4 («хорошо») – обучающийся смог показать прочные знания основных положений фактического материала, умение самостоятельно решать практические задачи, ориентироваться в рекомендованной справочной и научной литературе, умеет правильно оценить полученные результаты анализа конкретных проблемных ситуаций;

Оценка 3 («удовлетворительно») – обучающийся смог показать знания основных положений фактического материала, умение получить с помощью преподавателя правильное решение практической задачи, обучающийся знаком с рекомендованной справочной и научной литературой;

Оценка 2 («неудовлетворительно») – при ответе обучающегося выявились существенные пробелы в знаниях основных положений фактического материала, неумение находить решение поставленной перед ним задачи, обучающийся не знаком с рекомендованной литературой.

## 3. ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

3.1 Оценка промежуточных результатов прохождения практики включает в себя:

- 1) оценку, полученную в отзыве от работника профильной организации о прохождении практики (при прохождении практики в профильной организации);
- 2) оценку письменного отчета о прохождении практики, которая дается руководителем практики от кафедры (университета);
- 3) оценка устного доклада обучающегося;
- 4) оценка результатов собеседования.

Итоговая оценка рассчитывается по формуле:

$$O_u = \frac{O_1 + O_2 + O_3 + O_4}{4},$$

где

$O_1$  – оценка, полученная в отзыве;

$O_2$  – оценка письменного отчета;

$O_3$  – оценка устного доклада;

$O_4$  – оценка по результатам собеседования.

### 3.2 Шкала и критерии оценивания сформированности знаний, умений и навыков

Код / индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения			
	отлично	хорошо	удовлетворительно	не удовлетворительно
ПК - 1 ПК – 1.2, ПК – 1.3, ПК - 1.4	Сформированные систематические знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Общие, но не структурированные знания	отсутствие знаний в рамках компетенции
ПК – 2 ПК – 2.2	Сформированные умения	В целом успешные, но содержащие отдельные пробелы умения	В целом успешные, но не систематически осуществляемые умения / частично освоенные умения	отсутствие умений в рамках компетенции
ПК – 3 ПК – 3.1, ПК – 3.2, ПК – 3.3				
ПК – 4 ПК – 4.1, ПК – 4.2, ПК – 4.3	Успешное и систематическое применение навыков	В целом успешное применение навыков, но содержащее отдельные пробелы	В целом успешное, но не систематическое применение навыков	отсутствие навыков в рамках компетенции
ПК – 5 ПК – 5.1, ПК – 5.2, ПК – 5.3				



**САМАРСКИЙ** УНИВЕРСИТЕТ  
SAMARA UNIVERSITY

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРАКТИКИ**  
**ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ (ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ) ПРАКТИКА**

Код плана	<u>380302-2022-В-ПП-4г06м-80</u>
Основная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	<u>38.03.02 Менеджмент</u>
Профиль (программа)	<u>Цифровой маркетинг и рыночная аналитика</u>
Квалификация (степень)	<u>Бакалавр</u>
Блок, в рамках которого происходит освоение модуля (дисциплины)	<u>Б2</u>
Шифр дисциплины (модуля)	<u>Б2.В.01(П)</u>
Институт (факультет)	<u>Институт экономики и управления</u>
Кафедра	<u>менеджмента и организации производства</u>
Форма обучения	<u>очно-заочная</u>
Курс, семестр	<u>3, 4 курсы, 6, 8 семестры</u>
Форма промежуточной аттестации	<u>зачет с оценкой, зачет с оценкой</u>

Самара, 2022

# 1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

## Паспорт фонда оценочных средств

Планируемые образовательные результаты			Этапы формирования компетенции	Оценочное средство
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора	Планируемые результаты обучения при прохождении практики		Промежуточная аттестация
ПК-1 Способен проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-1.1 Демонстрирует способность понимать, совершенствовать и применять современный инструментарий в рамках использования проектной методологии в профессиональной деятельности	Знать: Рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики	Ознакомление с деятельностью организации в сфере маркетинговой деятельности	собеседование, устный доклад, письменный отчет
		Уметь: Использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков	Изучение отчетной документации.  Изучение основных направлений маркетинговой политики организации: товарной, ценовой, сбытовой политика, маркетинговых коммуникаций организации.	
		Владеть: Обработка полученных данных с помощью методов математической статистики	Ознакомление с используемыми организацией специальными инструментами в рамках маркетинга  Приобретение опыта оформления сопровождающей документации и составления аналитических таблиц по вопросам маркетинга	
ПК-1 Способен проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-1.4 Владеет навыками формирования отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований на основе обработки данных с помощью методов статистики	Знать: Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг	Ознакомление с деятельностью организации в сфере маркетинговой деятельности	собеседование, устный доклад, письменный отчет
		Уметь: Работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования	Изучение отчетной документации.  Изучение основных направлений маркетинговой политики организации: товарной, ценовой, сбытовой политика, маркетинговых коммуникаций организации.	
		Владеть: Подготовка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	Ознакомление с используемыми организацией специальными инструментами в рамках маркетинга  Приобретение опыта оформления сопровождающей документации и составления аналитических таблиц по вопросам маркетинга	

<p>ПК- 2 Способен анализировать, обосновывать и осуществлять выбор решения для успешного выполнения профессиональной деятельности в сфере менеджмента</p>	<p>ПК-2.1 Демонстрирует способность понимать, совершенствовать и применять современный инструментарий в ходе исследований в рамках профессиональной деятельности</p>	<p>Знать: информационные технологии (программное обеспечение), применяемые в организации, в объеме, необходимом для целей бизнес-анализа;</p> <p>Уметь: применять информационные технологии в объеме, необходимом для целей бизнес-анализа;</p> <p>Владеть: навыками применения информационных технологий в объеме, необходимом для целей бизнес-анализа; навыками оценки ресурсов, необходимых для реализации решений.</p>	<p>Ознакомление с деятельностью организации в сфере маркетинговой деятельности</p> <p>Изучение отчетной документации.</p> <p>Изучение основных направлений маркетинговой политики организации: товарной, ценовой, сбытовой политика, маркетинговых коммуникаций организации.</p> <p>Ознакомление с используемыми организацией специальными инструментами в рамках маркетинга</p> <p>Приобретение опыта оформления сопровождающей документации и составления аналитических таблиц по вопросам маркетинга</p>	<p>собеседование, устный доклад, письменный отчет</p>
	<p>ПК-2.2 Демонстрирует фундаментальные знания анализа, обоснования и выбора решения для успешного выполнения профессиональной деятельности в сфере менеджмента</p>	<p>Знать: теорию систем.</p> <p>Уметь: оценивать бизнес-возможность реализации решения с точки зрения выбранных целевых показателей.</p> <p>Владеть: навыками оценки эффективности каждого варианта решения как соотношения между ожидаемым уровнем использования ресурсов и ожидаемой ценностью.</p>		
	<p>ПК-2.3 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ информации</p>	<p>Знать: методы сбора, анализа, систематизации, хранения и поддержания в актуальном состоянии информации бизнес-анализа;</p> <p>Уметь: анализировать внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность организации;</p>		

	ПК-2.4 Владеет навыками обоснования и выбора оптимального решения для успешного выполнения профессиональной деятельности в сфере менеджмента	<p>Владеть: навыками анализа решений с точки зрения достижения целевых показателей решений.</p> <p>Знать: предметную область и специфику деятельности организации в объеме, достаточном для решения задач бизнес-анализа;</p> <p>Уметь: проводить оценку эффективности решения с точки зрения выбранных критериев;</p> <p>Владеть: навыками выбора оптимального решения для реализации в составе группы экспертов.</p>		
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.2 Осуществляет разные виды коммуникации при работе команды;	<p>Знать: разные виды коммуникации при работе команды;</p> <p>Уметь: осуществлять разные виды коммуникации при работе команды;</p> <p>Владеть: навыками применения различных видов коммуникации при работе команды</p>	<p>Ознакомление с деятельностью организации в сфере маркетинговой деятельности</p> <p>Изучение отчетной документации.</p> <p>Изучение основных направлений маркетинговой политики организации: товарной, ценовой, сбытовой политика, маркетинговых коммуникаций организации.</p> <p>Ознакомление с используемыми организацией специальными инструментами в рамках маркетинга</p> <p>Приобретение опыта оформления сопровождающей документации и составления аналитических таблиц по вопросам маркетинга</p>	<p>собеседование, устный доклад, письменный отчет</p>

## 2. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

### 2.1 Письменный отчет

#### 2.1.1 Содержание и оформление письменного отчета

По итогам прохождения технологической (проектно-технологической практики) практики обучающийся предоставляет руководителю практики от университета письменный отчет, содержащий следующие элементы:

1. Титульный лист.
2. Задание(я) для выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью (сбор и анализ данных и материалов, проведение исследований).
3. Описательная часть.
4. Список использованных источников.
5. Приложения (при наличии).

Письменный отчет по практике в рамках описательной части за шестой семестр включает разделы:

Введение.

1. Отечественный и зарубежный опыт организации службы маркетинга на современном предприятии, организации управления производством, совершенствования организации.
2. Общая характеристика деятельности предприятия.
3. Техничко-экономический анализ показателей работы организации и его подразделений.
4. Анализ затрат производства и обращения предприятия.
5. Изучение ценовой политики предприятия.
6. Прибыль и рентабельность предприятия.

Заключение.

Письменный отчет по практике в рамках описательной части за восьмой семестр включает разделы:

1. Изучение структуры сбытовых сетей организации.
2. Анализ маркетинговых бизнес-процессов предприятия - места прохождения практики.
3. Методы и инструменты управления маркетинговой стратегией предприятия.
4. Анализ эффективности структуры сбытовых сетей предприятия.

Заключение.

Рекомендуемый объём отчета составляет 30 страниц машинописного текста. Страницы текста и приложений должны соответствовать формату А4. Выполнение работ обязательно осуществлять в печатном виде, через 1,5 интервал, шрифт TimesNewRoman, кегль 14.

Оформление письменного отчета по практике осуществляется в соответствии общими требованиями к учебным текстовым документам, установленными в Самарском университете.

#### 2.1.2 Критерии оценки письменного отчета

Оценка 5 («отлично») – выставляется, если отчет носит исследовательский характер, имеет грамотно изложенную постановку задач практики, содержит глубокий анализ, логичное, последовательное изложение материала с соответствующими выводами и обоснованными предложениями, технические требования к оформлению отчета выполнены полностью.

Оценка 4 («хорошо») – выставляется, если отчет имеет грамотно изложенную постановку задачи практики, содержит анализ, логичное, последовательное изложение материала с

соответствующими выводами и предложениями, технические требования к оформлению отчета выполнены полностью.

Оценка 3 («удовлетворительно») – выставляется, если отчет содержит анализ поставленных задач, имеет непоследовательное изложение материала с выводами и предложениями, технические требования к оформлению отчета выполнены с незначительными нарушениями.

Оценка 2 («неудовлетворительно») – выставляется, если в отчете не изложен в полном объеме анализ поставленных задач, отсутствует последовательное изложение материала с выводами и предложениями, имеются грубые нарушения технических требований к оформлению отчета.

## 2.2 Устный доклад к письменному отчету

### 2.2.1 Содержание и сопровождение устного доклада к письменному отчету

Доклад по отчету по практике проводится в форме презентации в учебной аудитории с применением презентационного оборудования (проектор, экран, ноутбук/ компьютер). Презентация должна содержать не менее 12-15 слайдов с использованием возможностей анимации и различного оформления. Приветствуется наличие в презентации звукового сопровождения (комментариев) и наглядных примеров (видеозаписей и фотоизображений).

В докладе озвучиваются поставленные цель и задачи практики, а также способы и методы применяемые для их решения. Приводятся основные результаты проведенного исследования. Анализ данных представляется в виде таблиц, графиков, рисунков, диаграмм. В заключении демонстрируются выводы и предложения.

### 2.2.2 Критерии оценки устного доклада к письменному отчету

Оценка 5 («отлично») – обучающийся демонстрирует высокий уровень умения анализировать и использовать различные источники информации, уверенно транслирует результаты исследования и отстаивает свою точку зрения.

Оценка 4 («хорошо») - обучающийся демонстрирует высокий уровень умения анализировать и использовать различные источники информации, не уверенно транслирует результаты исследования, не отстаивая свою точку зрения;

Оценка 3 («удовлетворительно») - обучающийся использует современные методы и методики анализа и использования различных источников информации, не уверенно транслирует результаты исследования, не отстаивая свою точку зрения;

Оценка 2 («неудовлетворительно») - обучающийся не умеет анализировать и использовать различные источники информации, не способен транслировать результаты исследования.

## 2.3 Собеседование по содержанию письменного отчета, устного доклада и результатам практики

### 2.3.1 Контрольные вопросы к собеседованию по содержанию письменного отчета, устного доклада и результатам практики:

#### **шестой семестр:**

1. Опишите цели и задачи прохождения практики.
2. Какова цель деятельности предприятия? Какие виды продукции предлагает на рынок предприятие? Какие виды маркетинговых услуг оказывает организация?
3. Опишите организационную структуру службы маркетинга на предприятии. На каких принципах она построена? Каковы ее достоинства и недостатки? Приведите примеры лучших отечественных и зарубежных практик организации службы маркетинга на современном предприятии.

4. Какие технико-экономические показатели деятельности предприятия вам известны? Приведите примеры расчета отдельных показателей.
5. Какие методы расчета цен использует предприятие?
6. Какие виды скидок (надбавок) с цены предлагает предприятие. Зависят ли они напрямую от маркетинговых решений?
7. Перечислите маркетинговые затраты предприятия – места прохождения практики.
8. Какие методы калькуляции себестоимости применяются на предприятии?
9. Какие виды задач оптимизации затрат решаются на предприятии?
10. Какие маркетинговые затраты отражаются в себестоимости готовой продукции?
11. Какие показатели прибыли вам известны? Опишите методику расчета чистой прибыли организации.
12. Какими показателями можно оценить рентабельность маркетинговой системы предприятия? Приведите пример расчета показателя рентабельности.
13. Какие виды коммуникаций используются в данной организации?
14. Ваши предложения по оптимизации общения в команде.
15. Какие результаты были Вами получены при прохождении практики?

### **восьмой семестр:**

1. Какие источники информации были вами использованы для изучения, анализа и оценки эффективности как отдельных бизнес-процессов организации?
2. Охарактеризуйте структуру сбытовых сетей организации – места прохождения практики.
3. Какие бизнес-процессы можно выделить в деятельности предприятия при маркетинговом подходе?
4. Какие показатели характеризуют основной бизнес-процесс предприятия? Приведите пример расчета показателя.
5. Какой (ие) бизнес-процессы выбраны для управления (оптимизации) и почему?
6. Какие методы и инструменты управления маркетинговой стратегией предприятия Вам известны? Как они применяются на предприятии – объекте исследования?
7. Какие показатели используются при оценке эффективности структуры сбытовых сетей?
8. Как измерить эффективность маркетинговой стратегии? Какие традиционные методы измерения эффективности и «продвинутые» подходы вам известны?
9. Какие информационные технологии и программные средства применяются в работе организации?
10. Являются ли программные решения ключевой составляющей успеха в обеспечении высокой эффективности маркетинговой стратегии исследуемого предприятия?
11. Какие пути повышения эффективности системы маркетинга предприятия вы предлагаете?
12. Какие рекомендации по оптимизации бизнес-процессов предприятия предложены Вами? Обоснуйте свои управленческие решения.
13. Какие результаты были Вами получены при прохождении практики?

### 2.3.2 Критерии оценки собеседования по содержанию письменного отчета, устного доклада по результатам практики

Оценка 5 («отлично») – обучающийся смог показать прочные знания основных положений фактического материала, умение самостоятельно решать профессиональные задачи, свободно использовать справочную и научную литературу, делать обоснованные выводы по результатам практики;

Оценка 4 («хорошо») – обучающийся смог показать прочные знания основных положений фактического материала, умение самостоятельно решать практические задачи,

ориентироваться в рекомендованной справочной и научной литературе, умеет правильно оценить полученные результаты анализа конкретных проблемных ситуаций;

Оценка 3 («удовлетворительно») – обучающийся смог показать знания основных положений фактического материала, умение получить с помощью преподавателя правильное решение практической задачи, обучающийся знаком с рекомендованной справочной и научной литературой;

Оценка 2 («неудовлетворительно») – при ответе обучающегося выявились существенные пробелы в знаниях основных положений фактического материала, неумение находить решение поставленной перед ним задачи, обучающийся не знаком с рекомендованной литературой.

### 3. ПРОВЕДЕНИЕ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ И ОЦЕНИВАНИЕ СФОРМИРОВАННОСТИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ

#### 3.1 Критерии оценки и процедура проведения промежуточной аттестации

Оценка по результатам прохождения практики включает в себя:

- 1) оценку, полученную в отзыве работника от профильной организации о прохождении практики (при прохождении практики в профильной организации);
- 2) оценку письменного отчета о прохождении практики, которая дается руководителем практики от кафедры (университета);
- 3) оценка устного доклада обучающегося;
- 4) оценка результатов собеседования.

Итоговая оценка рассчитывается по формуле:

$$O_{\text{и}} = \frac{O_1 + O_2 + O_3 + O_4}{4},$$

где

$O_1$  – оценка, полученная в отзыве;

$O_2$  – оценка письменного отчета;

$O_3$  – оценка устного доклада;

$O_4$  – оценка по результатам собеседования.

#### 3.2 Шкала и критерии оценивания сформированности компетенций

Код и наименование компетенции	Критерии оценивания результатов обучения			
	отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
ПК-1 Способен проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Сформированные систематические знания в рамках компетенции ПК-1	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания в рамках компетенции ПК-1	Общие, но не структурированные знания в рамках компетенции ПК-1	Отсутствие знаний в рамках компетенции ПК-1
	Сформированное умение в рамках компетенции ПК-1	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение в рамках компетенции ПК-1	В целом успешное, но не систематически осуществляемое умение в рамках компетенции ПК-1	Отсутствие умений в рамках компетенции ПК-1
	Успешное и систематическое	В целом успешное, но	В целом успешные, но не систематические	Отсутствие навыков в рамках компетенции ПК-

	применение навыков владения в рамках компетенции ПК-1	содержащее отдельные пробелы применения навыков владения в рамках компетенции ПК-1	навыки в рамках компетенции ПК-1	1
ПК- 2 Способен анализировать, обосновывать и осуществлять выбор решения для успешного выполнения профессиональной деятельности в сфере менеджмента	Сформированные систематические знания в рамках компетенции ПК- 2	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания в рамках компетенции ПК- 2	Общие, но не структурированные знания в рамках компетенции ПК- 2	Отсутствие знаний в рамках компетенции ПК- 2
	Сформированное умение в рамках компетенции ПК- 2	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение в рамках компетенции ПК- 2	В целом успешное, но не систематически осуществляемое умение в рамках компетенции ПК- 2	Отсутствие умений в рамках компетенции ПК- 2
	Успешное и систематическое применение навыков владения в рамках компетенции ПК- 2	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применения навыков владения в рамках компетенции ПК- 2	В целом успешные, но не систематические навыки в рамках компетенции ПК- 2	Отсутствие навыков в рамках компетенции ПК- 2
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Сформированные систематические знания в рамках компетенции УК- 3	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания в рамках компетенции УК- 3	Общие, но не структурированные знания в рамках компетенции УК-3	Отсутствие знаний в рамках компетенции УК- 3
	Сформированное умение в рамках компетенции УК- 3	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение в рамках компетенции УК- 3	В целом успешное, но не систематически осуществляемое умение в рамках компетенции УК-3	Отсутствие умений в рамках компетенции УК- 3
	Успешное и систематическое применение навыков владения в рамках компетенции УК- 3	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применения навыков владения в рамках компетенции УК- 3	В целом успешные, но не систематические навыки в рамках компетенции УК-3	Отсутствие навыков в рамках компетенции УК- 3