

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Декан экономического факультета

д.э.н., проф. П.А. Канапухин

21.03.2024 г.



ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б2.О.01(У) Учебная практика, ознакомительная

1. Код и наименование направления подготовки: 38.03.02 Менеджмент
2. Профиль подготовки: Маркетинг
3. Квалификация (степень) выпускника: бакалавр
4. Форма обучения: очная
5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: Экономики, маркетинга и коммерции
6. Составители программы: Белова Наталья Николаевна, к.э.н., доцент
7. Рекомендована: НМС экономического факультета протокол №3 от 21.03.2024
8. Учебный год: 2024/2025 Семестр(ы): 4
9. Цели и задачи практики:

Целями учебной практики являются:

 - получение первичных профессиональных умений и навыков информационно-аналитической деятельности;
 - формирование и развитие профессиональных компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки;
 - углубление и закрепление теоретических знаний, умений и навыков полученных при изучении учебных дисциплин (модулей);
 - подготовка обучающихся к изучению дисциплин профессионального цикла.

Задачи практики:

- получение объективного и полного представления о направлении 38.03.02 Менеджмент и информационно-аналитической, в том числе маркетинговой деятельности;
- формирование способности использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;
- ознакомление с деятельностью организации (базы практики), с организацией и ведением информационно-аналитической, в том числе маркетинговой деятельности;
- приобретение способности анализировать воздействие рыночной среды на функционирование организации, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые маркетинговые решения;
- поиск информации, сбор и анализ данных, необходимых для проведения конкретных экономических расчетов;
- обработка массивов экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализ, оценка, интерпретация полученных результатов и обоснование выводов;
- формирование информационной базы для научных исследований (курсовых и реферативных работ, тезисов и докладов на конференции и др.).

10. Место практики в структуре ООП: Обязательная часть. Блок Б2. Практики.

11. Вид практики, способ и форма ее проведения

Вид практики: учебная, ознакомительная.

Способ проведения практики: стационарная, выездная.

Форма проведения практики: дискретная.

Реализуется в форме практической подготовки (ПП).

Планируемые результаты обучения при прохождении практики (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников):

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ОПК 1	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	ОПК- 1.1	применяет технологии проектирования организационных структур управления и разрабатывает внутренние регламенты, обеспечивающие эффективное распределение полномочий и ответственности между ее элементами	знать: содержание процесса проектирования организационных структур управления; уметь: формулировать гипотезу и проблему маркетингового исследования для анализа внутренней среды компании; владеть навыками поиска источников маркетинговой информации для повышения эффективности распределения ресурсов предприятия
		ОПК 1. 2	использует знание экономической и управленческой теории для постановки и ре-	знать: теоретические и методологические экономической и управленческой теории для

			шения типовых задач профессиональной деятельности	осуществления маркетинговой деятельности; уметь: формулировать проблему и задачи проведения маркетингового исследования и обосновывать выбор методов сбора данных; владеть навыками сбора, систематизации маркетинговой информации в соответствии с поставленными задачами.
		ОПК 1.3	применяет основные теории мотивации, лидерства власти и командообразования для решения организационно-управленческих задач	знать: содержание, теории мотивации, лидерства и командообразования; уметь: составлять отчет по результатам проведенного анализа и оценки внутренней среды компании; владеть навыками формирования аналитического отчета по результатам проведенного маркетингового анализа.
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 2.2	Выбирает соответствующий содержанию поставленных задач инструментарий обработки, систематизации, визуализации и анализа данных	знать: основные инструменты обработки, систематизации, визуализации и анализа маркетинговых данных; уметь: выбирать инструментарий в соответствии с поставленными задачами; владеть навыками сбора, систематизации и визуализации маркетинговой информации в соответствии с поставленными задачами.

ОПК 5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	ОПК 5.1	Использует готовые проекты, алгоритмы и пакеты прикладных программ для решения профессиональных задач	<p>знать: современные информационные технологии обработки маркетинговых данных;</p> <p>уметь: выбирать программные средства для решения профессиональных задач;</p> <p>владеть навыками обработки маркетинговой информации при помощи пакетов прикладных программ.</p>
		ОПК 5.2	Применяет современные информационно-коммуникационные технологии с учетом основных требований информационной безопасности	<p>знать: информационно-коммуникационные технологии;</p> <p>уметь: применять информационно-коммуникационные технологии для решения профессиональных задач;</p> <p>владеть навыками обработки и хранения маркетинговой информации с учетом основных требований информационной безопасности.</p>
ОПК 6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК 6.1.	Осуществляет поиск, сбор, хранение, обработку, представление информации при решении задач профессиональной деятельности	<p>знать: принципы работы современных информационных технологий;</p> <p>уметь: применять информационные технологии для решения профессиональных маркетинговых задач;</p> <p>владеть навыками выполнения маркетинговых функций на основе применения прикладных программных продуктов и сервисов</p>

		ОПК 6.2.	Подбирает и использует информационные технологии при решении задач профессиональной деятельности	знать: основные современные информационных технологий и сервисы; уметь: выбирать и обосновывать применение информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности; владеть навыками применения информационных технологий для автоматизации основных маркетинговых функций.
--	--	----------	--	---

12. Объем практики в зачетных единицах/час. 3/108.

Форма промежуточной аттестации зачет с оценкой.

13. Виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость	
	Всего	По семестрам 4
		4 семестр
Всего часов	108	108
в том числе:		
Контактная работа		2
Самостоятельная работа		106
Форма промежуточной аттестации	зачет (дифференцированный)	
Итого:	108	108

14. Содержание учебной практики, ознакомительная

Название раздела	Содержание
Описание и общая характеристика предприятия	История создания, миссия, реорганизации, количество филиалов, численность работников. Наименование и местоположение организации. Характеристика выпускаемой продукции (работ, услуг). Особенности организационно-правовой формы хозяйствующего субъекта предпринимательской деятельности. Содержание учредительных документов.
Анализ отрасли	На основе статистической информации провести обзор отрасли в сфере деятельности компании (общая характеристика, тенденции развития, насыщенность конкуренции, основные технологии и конкурентные преимущества в данной отрасли). PEST- анализ.
Маркетинговый анализ	Анализ деятельности основных конкурентов в отрасли. Результаты анализа представить в табличной форме. Описание системы закупок в организации (основные поставщики и система закупок в организации, критерии выбора поставщиков, формы договоров и сотрудниче-

	ства с поставщиками и партнёрами. Взаимоотношения с покупателями: открытые тендерные торги, организация выставочно-ярмарочной деятельности, описание основных каналов коммуникации с потребителями, формирование и развитие клиентской базы. Пример формирования клиентской базы (представить в табличной форме). Взаимоотношения с маркетинговыми посредниками (компании-перевозчики, рекламные агентства и т.д.). Взаимоотношения с другими сторонними организациями. Корпоративная и социальная ответственность. Структура и содержание социального отчёта организации.
Управление организацией	Структура управления организацией. Основные подразделения организации. Внутренние документы и регламенты. Схема документооборота организации. Описание типовых бизнес-процессов. Расчет основных показателей финансово-экономической деятельности.
Описание и характеристика маркетинговой деятельности компании	Управление маркетингом в организации. Структура маркетинговой службы организации (состав и основные маркетинговые функции сотрудников). KPI сотрудников маркетинговой службы. Ознакомление с профстандартом «маркетолог». Организация и проведение маркетинговых исследований. Основные направления маркетинговых исследований Показатели анализа и эффективности маркетинговой деятельности. Стратегия компании, структура и основные разделы плана маркетинга и программы маркетинговой деятельности. Описание стратегии позиционирования, рекламы и продвижения. Описание ключевых преимуществ компании. SWOT-анализ.
Управление персоналом	Система управления персоналом организации. Анализ восприятия имиджа компании как работодателя. Формулирование основных целей деятельности в сфере управления персоналом. Методы и формы оплаты труда. Анализ применения основных теорий мотивации, лидерства власти и команд образования для решения организационно управленческих задач.
Правовое регулирование маркетинговой деятельности компании с учетом требований информационной безопасности	Обзор нормативных и законодательных актов, регулирующих маркетинговую деятельность компании. Основной источник информации – правовая система «Консультант плюс». Перечень лицензий, сертификатов.
Обзор и характеристика современных информационных технологий, применяемых в профессиональной деятельности	Обзор и краткая характеристика особенностей применения современных информационных технологий, программных средств, включая управление крупными массивами данных (в сфере маркетинговых исследований, в продвижении, рекламе, CRM-системы и т.д.). Обзор и анализ применения современных информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности.
Аналитический обзор	Подбор и составление списка источников информации, подлежащих изучению в сфере маркетинговой деятельности, с помощью справочно-библиографических указателей, библиотечных каталогов, периодических изданий, профессиональных форумов, блогов маркетологов-практиков и т.д. Подготовка аналитического обзора.

15. Перечень учебной литературы, ресурсов сети «Интернет», необходимых для прохождения практики

№ п/п	Источник
----------	----------

1	Основы маркетинга : учебное пособие / О.Н. Беленов, Н.Н. Белова, И.В. Гончарова, О. В. Горте, П. А. Канапухин, Л. Б. Кудрявцева, А. Н. Сова; под общей редакцией Л. Б. Кудрявцевой .— Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2020 .— 262 с.
2	Сафронова Н.Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 294 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112211
а3	Григорянц, С.А. Правовые аспекты маркетинговой деятельности: учебное пособие : / С.А. Григорянц, А.Н. Кураков, Н.В. Федоренко ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018. – 246 с.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
4	Белова Н.Н. Методические указания по проведению практики учебная, ознакомительная / Н.Н. Белова, И.В. Гончарова – Воронеж, ИПЦ ВГУ, 2023. – 18 с.
5	Матвеева, Л.Г. Маркетинговые информационные системы: учебное пособие / Л.Г. Матвеева, А.Ю. Никитаева, О.А. Чернова ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону : Южный федеральный университет, 2015. – 224 с.

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)*:

Информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)*:

№ п/п	Ресурс
1.	Образовательный портал "Электронный университет ВГУ" https://edu.vsu.ru/
2.	Электронные каталоги зональной научной библиотеки ВГУ http://www.lib.vsu.ru
3.	Национальный цифровой ресурс "РУКОНТ" - межотраслевая электронная библиотека https://rucont.ru
4.	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online" http://biblioclub.ru/),
5.	Электронно-библиотечная система "Лань" https://e.lanbook.com/
6.	Электронно-библиотечная система «ЮРАЙТ» https://urait.ru
7.	Научная электронная библиотека https://elibrary.ru/
8.	Информационно-правовая система Гарант www.garant.ru
9.	Официальный сайт Госкомстата РФ www.gks.ru
10.	Официальный сайт Министерства труда и социальной защиты РФ www.rosmintrud.ru
11.	Официальный сайт Бюро МОТ www.ilo.org
12.	Официальный сайт Воронежоблстата – (http:// voronezhstat.gks.ru/ .
13.	Официальный сайт статистики Организации экономического сотрудничества и развития (https://stats.oecd.org/)

17. Информационные технологии, используемые для реализации учебной дисциплины, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы (при необходимости)

Практическая подготовка реализуется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий через Образовательный портал "Электронный университет ВГУ" <https://edu.vsu.ru/>, где предоставляется возможность проведения учебных занятий, консультаций и процедур оценки результатов прохождения практики обучения.

Программный пакет средств Microsoft Office (Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint), браузеры Google Chrome, FireFox и др.

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Программный пакет средств Microsoft Office (Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint), браузеры Google Chrome, FireFox.

Типовое оборудование аудитории: специализированная мебель, ноутбук HP Probook 450 15.6", проектор Acer X1240, экран для проектора настенный Projecta Compact Electrol, WHDMI-приемник.

15. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки выполнения обучающимися программы практической подготовки определяется содержанием следующих разделов:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1	Описание и общая характеристика предприятия	ОПК -1	ОПК- 1.1 ОПК- 1.2 ОПК- 1.3	Отчет
2	Анализ отрасли	ОПК -2	ОПК 2.2	Отчет
3	Маркетинговый анализ	ОПК- 5	ОПК 5.1	Отчет
4	Управление организацией	ОПК -1	ОПК- 1.1 ОПК- 1.2 ОПК- 1.3	Отчет
5	Описание и характеристика маркетинговой деятельности компании	ОПК- 5	ОПК 5.1	Отчет
6	Управление персоналом	ОПК- 1	ОПК- 1.1 ОПК- 1.2 ОПК- 1.3	Отчет

7	Правовое регулирование маркетинговой деятельности компании с учетом требований информационной безопасности	ОПК -2	ОПК 2.2	Отчет
8	Обзор и применение современных информационных технологий, применяемых в профессиональной деятельности	ОПК -6	ОПК 6.1 ОПК 6.2	Отчет
9	Аналитический обзор	ОПК- 2	ОПК 2.2	Отчет
Промежуточная аттестация форма контроля – зачет с оценкой				Итоговый отчет

19.2 Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации

Для оценивания результатов обучения при промежуточной аттестации (зачет с оценкой) используются следующие показатели.

Результаты практики оцениваются на основании защиты отчета по практике с учетом следующих показателей:

1. Систематичность работы обучающегося в период практики, степень его ответственности в ходе выполнения всех видов профессиональной деятельности:

- своевременная подготовка индивидуального плана практики;
- систематическое посещение и анализ мероприятий, проводимых руководителем практики;
- выполнение плана работы в соответствии с утвержденным графиком;
- отсутствие срывов в установленных сроках выполнения программы практики в целом и отдельных запланированных видов работы.

2. Уровень профессионализма (профессиональные качества, знания, умения, навыки и компетенции), демонстрируемый обучающимся:

- способность выбирать инструментальные средства для обработки экономических и маркетинговых данных в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы;
- способность описывать экономические процессы и явления, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты;
- способность использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии.

3. Соблюдение организационных и дисциплинарных требований, предъявляемых к обучающемуся:

- соблюдение техники безопасности;

- полнота и своевременность реализации индивидуального задания по практике;
- своевременное предоставление отчетной документации в полном объеме (не позднее даты окончания практики) и в полном соответствии с предъявляемыми программой практики требованиями к ее содержанию и качеству оформления.

Защита отчета о практике предполагает выявление глубины и самостоятельности выводов и предложений обучающегося. Защита отчета предполагает:

- проверку отчета по практике на соответствие программе практики и индивидуальному заданию;
- ответы на вопросы, заданные руководителем практики по проблемам, изложенным в тексте отчета.

Для оценивания результатов прохождения практики используется 4-балльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Программа практики выполнена в полном объеме и в соответствии с утвержденным графиком. Отчёт выполнен с учетом всех требований методических указаний по практике. В ходе защиты отчета по практике обучающийся ответил на все вопросы.	<i>Повышенный уровень</i>	<i>Отлично</i>
Программа практики выполнена в соответствии с утвержденным графиком. В ходе защиты отчета по практике обучающийся ответил не на все вопросы, заданные в ходе защиты, отчет имеет небольшие недочеты или выполнен с учетом не всех требований методических указаний по практике	<i>Базовый уровень</i>	<i>Хорошо</i>
Программа практики выполнена не в полном объеме (не менее 50%). Подготовлен неполный отчет и обучающийся отвечает не на все вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета, ошибки в ответах обучающегося. Обучающийся демонстрирует способность выбирать инструментальные средства для обработки и анализа экономических и маркетинговых данных в соответствии с поставленной задачей, что соответствует пороговому уровню сформированности компетенций.	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Удовлетворительно</i>
Программа практики не выполнена. Подготовленный отчет менее чем на 50% соответствует установленным критериям Обучающийся не ориентируется в данных отчета, источниках, не отвечает на вопросы теоретического и практического характера по проблемам, изложенным в тексте отчета.	–	<i>Неудовлетворительно</i>

19.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, при прохождении практики проводится в ходе промежуточной аттестаций. Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Промежуточная аттестация по практике включает подготовку и защиту отчета по практике.

Отчет содержит следующие составляющие: обработанный и систематизированный материал по тематике практики; содержание, введение (наименование практики, ее цели и задачи), основную часть (включающую 3 раздела), заключение, список использованных источников, приложение. Отчет обязательно подписывается (заверяется) руководителем практики от университета. Результаты прохождения практики докладываются обучающимся в виде устного сообщения с ответом на дополнительные или уточняющие вопросы руководителя практики.

Для итогового контроля практикант предоставляет на кафедру следующие документы:

- отчет о практике, проверенный и подписанный руководителем практики от факультета.

В процессе защиты отчета по практике, которую проводит руководитель практики от кафедры, выявляется, насколько обучающийся глубоко изучил тот круг вопросов, который был определен программой практики. В результате руководителем практики от факультета выставляется оценка, которая фиксируется в ведомости и зачетной книжке обучающегося.

При оценивании используются качественные шкалы оценок.

Критерии оценивания приведены выше.

Промежуточная аттестация по учебной/производственной практике с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (далее – ЭО, ДОТ) проводится в рамках электронного курса, размещенного в ЭИОС (образовательный портал «Электронный университет ВГУ» (LMS Moodle, <https://edu.vsu.ru/>)).

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме защиты отчета.

Обучающиеся, проходящие промежуточную аттестацию с применением ДОТ, должны располагать техническими средствами и программным обеспечением, позволяющим обеспечить процедуры аттестации. Обучающийся самостоятельно обеспечивает выполнение необходимых технических требований для проведения промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий.

Идентификация личности обучающегося при прохождении промежуточной аттестации обеспечивается посредством использования каждым обучающимся индивидуального логина и пароля при входе в личный кабинет, размещенный в ЭИОС образовательной организации