

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ:
ПРЕДДИПЛОМНАЯ**

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
Направленность «Маркетинг и электронная коммерция»
Квалификация выпускника: бакалавр

Кострома

Рабочая программа производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (преддипломная) разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования направление подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденным приказом Министерства образования российской Федерации (приказ Минобрнауки России от 12 августа 2020 г. № 970)

Разработал: Гуляева М.К., зав. кафедрой менеджмента и маркетинга КГУ, к.э.н., доцент

Рецензенты: Карев А.К. директор по бренду и маркетинговым коммуникациям
ПАО «ВымпелКом» (бренд билайн)

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

Протокол № 8 от 18.04.2023 г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

Протокол № ____ от _____ 20__ г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

Протокол № ____ от _____ 20__ г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

Протокол № ____ от _____ 20__ г.

1. Цели и задачи практики

Цель преддипломной практики получить профессиональные умения и опыт профессиональной деятельности и выполнить выпускную квалификационную работу бакалавра по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» направленность «Маркетинг и электронная коммерция».

Задачи преддипломной практики:

- развитие способностей студента к самостоятельной деятельности в сфере управления и маркетинга;
- изучение методической и нормативно-технической документации для решения задач управления по месту прохождения практики;
- формирование у студентов профессиональных качеств, интереса к профессиональной маркетинговой деятельности;
- сбор необходимой информации для подготовки практической части выпускной квалификационной работы, приобретение навыков по обработке и анализу данных;
- получить и обобщить данные, подтверждающие выводы и основные положения выпускной квалификационной работы, апробировать ее важнейшие результаты и предложения

Индивидуальные задачи практики определяются с учетом специфики объекта и направления исследования в соответствии с темой выпускной квалификационной работы.

Тип практики: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Практика проводится в форме практической подготовки.

Возможные способы проведения практики: стационарная и выездная.

Вид практики: преддипломная.

2. Планируемые результаты прохождения практики

В результате прохождения данной учебной практики обучающийся должен:

знать:

- законы развития и функционирования организаций;
- основные методики анализа информации в сфере управленческой и маркетинговой деятельности;
- принципы, технологии разработки и принятия управленческих решений;
- методы организационно-экономического обоснования развития организации.

уметь:

- анализировать и оценивать результаты деятельности организации;
- систематизировать и обобщать информацию о профессиональной деятельности в организации;
- оформлять управленческую документацию;
- применять инструменты маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности;
- разрабатывать и обосновывать управленческие решения в сфере маркетинговой деятельности.

владеть:

- методами проведения диагностики маркетинговой деятельности организации;
- методами разработки проектов, направленных на развитие организации;
- навыками организации и планирования маркетинговой деятельности в организациях и управления комплексом маркетинга.

После прохождения производственной (преддипломной) практики студент должен продемонстрировать владение следующими компетенциями (табл. 1):

Таблица 1

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальных компетенций	Индикаторы достижения компетенций
Системное критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК 1.1. Осуществляет поиск и критический анализ информации в соответствии с поставленными задачами
		ИУК 1.2. Соотносит разнородные явления и систематизирует их в рамках избранных видов деятельности
		ИУК 1.3. Использует теорию системного подхода и системного анализа при постановке цели, задач, моделировании, выборе и принятии решений
		ИУК 1.4. Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки, рассматривает различные точки зрения на поставленную задачу; определяет рациональные идеи для решения поставленных задач, отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК 2.1. Видит проблему, формулирует гипотезу, ставит цель в рамках исследования и проектирования. Формулирует совокупность взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели работы, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач
		ИУК 2.2. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений
		ИУК 2.3. Вступает в коммуникацию с держателями различных типов ресурсов, точно и объективно презентуя свой проект или возможные результаты исследования, с целью обеспечения продуктивного взаимовыгодного сотрудничества
		ИУК 2.4. Самостоятельно и совместно с другими авторами разрабатывает систему параметров и критериев оценки эффективности и продуктивности реализации проекта или исследования на каждом этапе реализации и по завершении работы

		ИУК 2.5. Адекватно оценивает риски, последствия и дальнейшее развитие проекта или исследования
Командная работа	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК 3.1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде
		ИУК 3.2. Понимает результаты (последствия) личных действий в команде и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата
		ИУК 3.3. Различает особенности поведения разных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности
		ИУК 3.4. Способен устанавливать разные виды коммуникации (учебную, деловую, неформальную и др.). Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, в презентации результатов работы команды
		ИУК 3.5. Соблюдает установленные нормы и правила командной работы
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИУК 4.1. Выбирает на государственном и иностранном (-ых) языках коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами
		ИУК 4.2. Использует информационно - коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения различных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках
		ИУК 4.3. Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках
		ИУК 4.4. Умеет коммуникативно и культурно приемлемо вести устные деловые разговоры на государственном и иностранном (-ых) языках.
		ИУК 4.5. Демонстрирует умение выполнять перевод академических текстов с иностранного (-ых) на государственный язык

<p>Межкультурное взаимодействие</p>	<p>УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>ИУК 5.1. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп</p>
		<p>ИУК 5.2. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования), включая мировые религии, философские и этические учения</p>
		<p>ИУК 5.3. Умеет толерантно и конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции</p>
		<p>ИУК 5.4. Имеет практический опыт анализа философских, исторических фактов, опыт оценки явлений культуры</p>
<p>Самоорганизация и саморазвитие (в том числе, здоровьесбережение)</p>	<p>УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>ИУК 6.1. Применяет знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, психофизиологических, ситуативных, временных и т.д.) для успешного обучения, выполнения порученной работы</p>
		<p>ИУК 6.2. Понимает важность планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда</p>
		<p>ИУК 6.3. Реализует намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда</p>
		<p>ИУК 6.4. Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата</p>
		<p>ИУК 6.5. Демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков</p>

	<p>УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>	<p>ИУК 7.1. Знает основы здорового образа жизни, здоровьесберегающих технологий, физической культуры. Знает виды физических упражнений; научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни</p> <p>ИУК 7.2. Умеет выполнять комплекс физических упражнений. Умеет применять на практике разнообразные средства физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности; использовать творческие средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни</p> <p>ИУК 7.3. Имеет практический опыт занятий физической культурой. Владеет средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования</p>
<p>Безопасность жизнедеятельности</p>	<p>УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов</p>	<p>ИУК 8.1. Идентифицирует угрозы (опасности) природного и техногенного происхождения для жизнедеятельности человека в повседневной жизни, профессиональной деятельности, при возникновении чрезвычайной ситуации и военного конфликта.</p> <p>ИУК 8.2. Определяет модель поведения при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.</p> <p>ИУК 8.3. Способен применять приемы оказания первой помощи пострадавшему</p>
<p>Инклюзивная компетентность</p>	<p>УК-9. Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах</p>	<p>ИУК 9.1. Понимает и объясняет сущность феноменов нарушенного развития, ограниченных возможностей здоровья, причин нарушений психофизического развития, специальных потребностей в организации профессиональной и социальной деятельности</p> <p>ИУК 9.2. Применяет специальные дефектологические знания при организации, планировании, реализации деятельности в социальной и профессиональной сферах (индивидуальной и командной)</p> <p>ИУК 9.3. Демонстрирует толерантное отношение к людям с ОВЗ,</p>

		навыки коммуникации, организации профессиональной и социальной деятельности в соответствии со специальными потребностями лиц с ОВЗ
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИУК 10.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике
		ИУК 10.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски
Гражданская позиция	УК-11. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	ИУК 11.1. Планирует, организует и проведет мероприятия, направленные на борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности; формирование нетерпимого отношения к коррупционным проявлениям
		ИУК 11.2. Оперировать знаниями о коррупционной деятельности и выявляет признаки коррупционного поведения, осознает степень и характер общественной опасности коррупционных правонарушений или преступлений
		ИУК 11.3. Знает положения действующего законодательства, регулирующего борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности; способы формирования нетерпимого отношения к коррупционным проявлениям

Код и наименование общепрофессиональных компетенций	Индикаторы достижения компетенций
ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	ИК.ОПК-1.1. Понимает термины, основные понятия, подходы, модели экономической, организационной и управленческой теорий в контексте решения задач управленческой деятельности
	ИК.ОПК-1.2. Демонстрирует корректную постановку профессиональных задач, используя категориальный аппарат экономической, организационной и управленческой теории
ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для	ИК.ОПК-2.1. Демонстрирует знание методов сбора, обработки и анализа данных
	ИК.ОПК-2.2. Определяет источники информации и осуществляет их поиск на основе

решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	поставленных целей для решения профессиональных задач
	ИК.ОПК-2.3. Выбирает соответствующие содержанию профессиональных задач инструментарий обработки и анализа данных, современные интеллектуальные информационно-аналитические системы
	ИК.ОПК-2.4. Решает управленческие задачи на основе сопоставления бизнес-проблем и бизнес-возможностей организации
ОПК-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамической среды и оценивать их последствия	ИК.ОПК-3.1. Понимает процессы разработки организационно-управленческих решений
	ИК.ОПК-3.2. Умеет оценивать воздействие факторов внешней и внутренней среды на процессы принятия и реализации управленческих решений
	ИК.ОПК-3.3. Владеет методами разработки и обоснования организационно-управленческих решений
	ИК.ОПК-3.4. Документально оформляет управленческие решения
	ИК.ОПК-3.5. Осуществляет оценку ожидаемых результатов и последствий организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости и реализации в условиях сложной и динамической среды
ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организации	ИК.ОПК-4.1. Применяет основные методы идентификации возможностей и угроз во внешней среде организации, выявляет и оценивает возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций
	ИК.ОПК-4.2. Осуществляет разработку бизнес-планов, проектов развития новых направлений деятельности и организаций
	ИК.ОПК-4.3. Оценивает эффективность новых направлений деятельности и организаций на основе знания методов финансового и инвестиционного анализа
ОПК-5. Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	ИК.ОПК-5.1. Понимает основные принципы работы с данными, выбирает соответствующие содержанию профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства
	ИК.ОПК-5.2. Применяет современные информационные технологии и системы для постановки и решения задач управления, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИК.ОПК-6.1. Должен знать и понимать принципы работы современных информационных технологий
	ИК.ОПК-6.2. Уметь использовать современные информационные системы и технологии в решении профессиональных задач
	ИК.ОПК-6.3. Иметь навыки работы с современным общесистемным и офисным

	программным обеспечением, в т.ч. отечественного производства
	ИК.ОПК-6.4. Иметь навыки обеспечения информационной безопасности при работе с современными информационными системами и технологиями

Код и наименование профессиональных компетенций (обязательных)	Индикаторы достижения компетенций
<p>ПК-1. Способен планировать и проводить маркетинговые исследования, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", анализировать маркетинговую информацию, интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений</p>	ИК.ПК-1.1. Понимает принципы и модели организации маркетинговых исследований потребителей и информационного обеспечения маркетинговой деятельности, в том числе в цифровой среде
	ИК.ПК-1.2. Разрабатывает программы маркетинговых исследований
	ИК.ПК-1.3. Проводит самостоятельные исследования и анализ маркетинговых данных с использованием современного ПО, в том числе в цифровой среде для обеспечения процесса принятия маркетинговых решений
	ИК.ПК-1.4. Представляет результаты проведенного исследования в форме аналитического отчета
	ИК.ПК-1.5. Формулирует рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга
<p>ПК-2. Способен анализировать поведение потребителей экономических благ и формировать спрос посредством реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга, организовывать и поддерживать связи с деловыми партнерами и клиентами, в том числе в цифровой среде</p>	ИК.ПК-2.1. Демонстрирует знания в области анализа поведения потребителей и формирования спроса
	ИК.ПК-2.2. Применяет принципы, методы, модели и инструменты маркетинга в построении взаимоотношений с потребителями
	ИК.ПК-2.3. Разрабатывает и реализует маркетинговые программы по формированию спроса на продукцию организации
	ИК.ПК-2.4. Осуществляет настройку персонализированных коммуникаций с потребителями с использованием современных информационных технологий
	ИК.ПК-2.5. Организует и поддерживает связи с деловыми партнерами, в том числе в цифровой среде
<p>ПК-3. Участвует в разработке и реализации стратегий, планов и мероприятий в области маркетинга и продвижения, в том числе в цифровой среде, а также осуществляет контроль и оценку их эффективности</p>	ИК.ПК-3.1. Владеет знаниями в области разработки и реализации стратегий, планов маркетинга и интегрированных маркетинговых коммуникаций, в том числе в цифровой среде
	ИК.ПК-3.2. Участвует в разработке и оценке эффективности стратегий, планов и мероприятий в области комплекса маркетинга и продвижения
	ИК.ПК-3.3. Осуществляет подготовку планов маркетинга, контроль и оценку их эффективности, в том числе в цифровой среде

ПК-4. Способен оценивать социально-экономические и рыночные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять риски и новые рыночные возможности по формированию спроса, формировать новые бизнес-модели, в том числе в цифровой среде и в условиях глобализации	ИК.ПК-4.1. Владеет знаниями в области создания и продвижения бизнеса, в том числе в интернет-среде с учетом оценки социально-экономических и рыночных условий
	ИК.ПК-4.2. Проводит маркетинговый анализ и оценивает привлекательность бизнеса с учетом идентификации рисков и рыночных возможностей
	ИК.ПК-4.3. Владеет методами и инструментами анализа бизнес-моделей, в том числе, стартапов в условиях глобализации

3. Место производственной практики в структуре ОП

Практика относится к вариативной части учебного плана. Практика проводится в начале 8 семестра обучения с отрывом от учебы.

Прохождение практики основывается на ранее освоенных дисциплинах и практиках: «Русский язык и культура речи», «Иностранный язык», «Введение в профессию», «Социология», «Управление карьерой», «Информационные системы в экономике и управлении», «Математика», «Социально-экономическая статистика», «Разработка управленческих решений», «Финансовый учет и анализ», «Анализ данных», «Эконометрика», «Маркетинговые исследования», «Управление маркетингом», «Маркетинговый анализ», «Маркетинг территорий», «Основы интернет-технологий», «Электронная коммерция», «Корпоративные системы управления», учебная и производственная практики.

Производственная (преддипломная) практика является итоговым (завершающим) этапом подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент» и является основой для выполнения ВКР.

Трудоемкость практики составляет 4 недели, 6 зачетных единиц (216 ч).

4. База проведения практики

Объектами прохождения практики могут выступать: коммерческие организации различных организационно-правовых форм отраслей народного хозяйства, некоммерческие организации и объединения, а также предпринимательские структуры, деятельность которых связана с будущей профессиональной деятельностью выпускника и/или соответствует выполнению отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью выпускника. Рабочим местом студента может выступать структурное подразделение фирмы, выполняющее задачи управления, требующие профессиональных знаний в области маркетинговой деятельности, например, отдел маркетинга, отдел сбыта/продаж, аналитический отдел, планово-экономический отдел, отдел логистики, отдел по работе с клиентами и др.

Во время прохождения практики студент подчиняется внутреннему распорядку предприятия, при этом по согласованию с предприятием он может занимать штатную должность. Одновременно с выполнением возложенных на него функций студент должен полностью освоить программу практики и оформить отчет. Студенты, не зачисленные на штатные места, последовательно занимаясь и осваивая программу практики, должны выполнять задания руководителей служб, к которым они прикреплены. Эти задания, как правило, должны быть связаны с текущей работой подразделения, а также носить учебно-практический характер.

Таким образом, независимо от рабочего места все практиканты должны быть активными участниками деятельности фирмы в области организации производства, сбыта, маркетинга, оперативного планирования, оперативного учета и экономического анализа.

5. Структура и содержание производственной практики

В таблице 2 представлены разделы (этапы) практики, формируемые компетенции, виды работ и формы текущего контроля.

Таблица 2

Структура производственной (преддипломной) практики

Разделы (этапы) практики	Формируемые компетенции	Виды работ, включая самостоятельную работу*	Формы текущего контроля
1. Организационно-подготовительный		Проведение установочной конференции. Согласование программы с руководителем практики от организации (учреждения). Проведение инструктажа по технике безопасности	Наличие заключенного договора

2. Экспериментальный	ПК -1-4	Познакомиться с организационно-управленческой структурой предприятия, работой основных, вспомогательных и обслуживающих производств и подразделений. В результате студент должен получить представление о работе организации, об основных направлениях ее деятельности	Консультации руководителя практики Отзыв руководителя базы практики о работе студентов
		Сбор данных и информации для выполнения общего и индивидуального задания по теме ВКР	
		Обработка, систематизация и анализ собранной информации	
3. Заключительный		Подготовка отчета о прохождении практики Аттестация по итогам практики в виде защиты предоставленного отчета	Защита отчета о практике

Форма аттестации - защита отчёта с дифференцированной оценкой.

Содержание производственной (преддипломной) практики

Задание, выносимое на практику, делится на два модуля: базовый (выполняется всеми студентами) и вариативный (определяется руководителем практики от университета с учетом утвержденной темы ВКР и специфики деятельности организации – базы практики). Выбор модулей вариативной части осуществляется из представленных в программе разделов близких по своему содержанию или трудоемкости.

Содержание производственной практики

п/п	Разделы практики
	Базовая часть (сбор материалов для ВКР)
1.	Общая характеристика объекта исследования (аналитическая часть ВКР)
2.	Анализ управленческой проблемы и направления совершенствования (проектная часть ВКР)
	Вариативный модуль
	Анализ маркетинговой проблемы
1.	Товарная политика
2.	Ценовая политика
3.	Сбытовая политика
4.	Коммуникационная политика
5.	Потребительская политика

6. Методические материалы для обучающихся по прохождению преддипломной практики

Раздел 1.

1.1. Общая характеристика объекта¹

В отчете по практике должно быть отражена следующая информация:

- полное наименование и месторасположение фирмы;
- основные этапы создания и развития фирмы – краткая историческая справка;
- характер собственности фирмы: частная, государственная, полугосударственная, кооперативная;
- принадлежность фирмы по капиталу и контролю: национальная, иностранная, смешанная;
- существующая организационно-правовая форма фирмы (ООО, ОАО, ЗАО и т.д.);
- основные виды деятельности (в соответствии с Уставом организации);
- организационная структура (с выделением аппарата управления);
- производственная структура (с выделением основных, вспомогательных и обслуживающих подразделений);
- ассортимент выпускаемой продукции или услуг, их назначение;
- основные поставщики и потребители. Дать характеристику отношений фирмы с поставщиками и потребителями.
- краткая характеристика конкурентной среды с выделением основных фирм – конкурентов;
- основные показатели работы фирмы за рассматриваемый период, их динамика и анализ (выручка, затраты, прибыль, численность персонала, фонд оплаты труда, рентабельность и др.);
- объем и структура денежной выручки на предприятии.

¹ Перед началом прохождения практики студент должен пройти инструктаж по технике безопасности, после чего познакомиться с работой основных, вспомогательных и обслуживающих производств и подразделений. В результате студент должен получить представление о работе организации, об основных направлениях ее деятельности.

После выполнения заданий по разделу необходимо сделать выводы. В заключении необходимо отразить выводы по каждому разделу отчета.

1.2 Организация маркетинга на предприятии

Дать оценку организации маркетинга на предприятии. Охарактеризовать наличие отдела маркетинга, его организационную структуру, функционал работников; планирование и контроль маркетинговой деятельности.

Проанализировать основные показатели маркетинговой деятельности:

1. Продажи (объем и структура по товарам и рынкам).
2. Доля рынка (по товарам и рынкам, сегментам рынка).
3. Лояльность и число клиентов (покупателей), динамика их количественного роста или сокращения, число недовольных клиентов, жалобы и рекламации.
5. Количество и характеристика проведенных маркетинговых исследований (самостоятельно или по заказам).
6. Затраты на маркетинг и реализацию.

Показатели продуктовой политики, в том числе:

1. Ассортимент и прибыльность выпускаемых товаров (услуг).
2. Обновление продукции.
3. Доля марочной продукции, узнаваемость марки.
4. Выпуск новой упаковки.
5. Сервис и обслуживание.

Показатели политики распределения, в том числе:

1. Охват рынка.
2. Каналы распределения.
3. Товарооборот.
4. Торговая сеть, число магазинов, товарооборот на 1 кв.м.
5. Данные по экспорту продукции.
6. Электронная торговля.
7. Партнерские отношения.

Показатели политики ценообразования, в том числе:

1. Принятые методы ценообразования.
2. Динамика цен.
3. Эластичность спроса по цене, по доходам, перекрестная.
4. Торговые скидки.

Показатели политики продвижения, в том числе:

1. ATL, BTL и PR-мероприятия (цели и затраты).
2. Формирование имиджа.
3. Спонсорство.
4. Выставки, ярмарки.
5. Эмблемы, логотипы, фирменный стиль.

1.3 Характеристика проблемной области

В данном разделе студент дает характеристику проблемы в области маркетинга, актуальной для предприятия, анализом и решением которой он будет заниматься в ходе выполнения выпускной квалификационной работы.

В данном разделе необходимо отразить фактическое состояние изучаемой маркетинговой проблемы в организации. Обосновать необходимость и возможность ее решения, выявить возможные направления совершенствования.

Раздел 2.

Анализ маркетинговой проблемы

Это проектная часть работы. Здесь проводятся конкретные исследования, расчеты, анализ собранных данных и результатов исследования по маркетинговой проблеме. Разрабатываются предложения, рекомендации, управленческие решения, направления совершенствования, призванные решить проблему либо уменьшить ее остроту (актуальность) для организации.

Вариативная часть

Для выполнения этого модуля в зависимости от утвержденной темы ВКР, студент, по согласованию с научным руководителем, может выполнить некоторые разделы вариативной части практики, которые будут необходимы для формирования полноты картины по изучаемой проблеме, сбора дополнительных данных, поиска возможных вариантов решения проблемы, проведение исследований и эксперимента. Это отражается в индивидуальном задании студенту.

Требования к оформлению отчета

Отчет составляется студентом самостоятельно в процессе прохождения практики и должен содержать:

- Введение.
- Отражение обязательных разделов в соответствии с программой практики и темой ВКР.

- Результаты выполнения индивидуального задания.
- Заключение.
- Приложения.

Основными источниками для выполнения отчета являются:

- Программа практики.
- Законодательные, инструктивные материалы по вопросам коммерческой и хозяйственной деятельности предприятий (организаций).
- Отчеты о деятельности предприятия (организации) и статистическая отчетность.
- Научная и специальная литература, периодическая печать.
- Результаты проведенных исследований.

Отчет по практике излагается грамотно, кратко и четко, логически последовательно. Требования к объему работы не предъявляются.

Отчет выполняется 14 шрифтом через полтора интервала и оформляется в папке на стандартных листах формата А4 (297x210 мм), снабжается титульным листом, форма которого дана в приложении, и оглавлением. Собранный в ходе практики студентом материал прилагается к отчету в виде приложений, при этом по основному тексту должна быть ссылка на его использование. Количество страниц дополнительных приложений к работе (рекламные материалы, документы и т.д.) не ограничивается.

Каждая страница работы должна иметь поля: левое - 25-30 мм, правое 10 мм, верхнее и нижнее - по 20 мм соответственно. Все страницы нумеруются, начиная с титульного листа (номер страницы на нем не проставляется). Цифра, соответствующая порядковому номеру страницы, проставляется внизу страницы по середине листа.

Требования к оформлению табличного и иллюстративного материала:

- цифровой материал, используемый в работе, желательно приводить в виде таблиц, включаемых в основную часть работы или в приложение;

- таблицы, входящие в основной текст работы, должны иметь сплошную порядковую нумерацию, в тексте делаются ссылки на таблицу;

- таблица должна иметь название, отражающее ее содержание, которое помещается над таблицей;

- таблицы не должны содержать сокращений, кроме общепризнанных;

- в работе может быть приведена таблица, заимствованная из отчета предприятия;

- помещенные в работу рисунки и схемы должны иметь свою порядковую нумерацию, причем номер рисунка и его название помещаются под рисунком.

Разделы и подразделы должны иметь заголовки. Заголовки разделов оформляют симметрично тексту, заголовки подразделов - с абзаца. Расстояние между заголовками и текстом должно быть увеличено для выделения заголовка.

Заголовки разделов печатаются прописными буквами, заголовки подразделов -

строчными буквами, заголовки не подчеркиваются и не выделяются, в конце их точки не ставятся.

Заголовки разделов и подразделов нумеруются арабскими цифрами. Номер подраздела состоит из номера раздела и подраздела, разделенных точкой.

Список использованных источников и литературы нумеруется и располагается в алфавитном порядке.

Каждое приложение следует начинать с нового листа, в правом верхнем углу которого пишется слово "Приложение" и номер, обозначенный арабской цифрой (без знака №).

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения практики

а) основная литература:

Беляев, В.И. Выпускная квалификационная работа бакалавра: методы и организация исследований, оформление и защита : [учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений, обучающихся по напр. подгот.: 38.03.01 "Экономика, 38.03.02 "Менеджмент"]. - М. : КНОРУС, 2016. - 159 с. - (Бакалавриат).

Игрунова, О.М. Методика и практика проведения маркетинговых исследований различных рынков товаров и услуг : учебное издание / О.М. Игрунова. - 2-е изд., стер. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - Ч. 1. - 102 с. : табл., ил. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436772>

Интегрированные маркетинговые коммуникации/Архангельская И.Б., Мезина Л.Г., Архангельская А.С. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 171 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=517067>

Матвеева, Л.Г. Маркетинговые информационные системы : учебное пособие / Л.Г. Матвеева, А.Ю. Никитаева, О.А. Чернова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Южный федеральный университет. - Ростов : Издательство Южного федерального университета, 2015. - 224 с. :схем., табл. - ISBN 978-5-9275-1785-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=461934>

Управление маркетингом: Учебник и практикум для бакалавров / Карпова С.В., Тюрин Д.В. - М.: Дашков и К, 2017. - 366 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=937261>

б) дополнительная литература:

Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебник / А.Д. Шеремет. — 2-е изд., доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 374 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=558699>

Гуляева М.К. Управление маркетингом: вводный курс: учебное пособие. - Кострома: КГУ им. Н.А. Некрасова, 2011. — 176 с. (23 экз.)

Данченко Л. А. Маркетинговое ценообразование: политика, методы, практика: Учеб. пособие. / Данченко Л.А., Иванова А.Г. – М.: Эксмо, 2006. – 464 с. (25 экз.)

Дубровин, И.А. Поведение потребителей : учебное пособие / И.А. Дубровин. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 312 с. : табл., схем. - [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450723>

Информационные технологии в менеджменте: Учебное пособие / В.И. Карпузова, Э.Н. Скрипченко, К.В. Чернышева, Н.В. Карпузова. - 2-е изд., доп. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 301 с.: <http://znanium.com/catalog/product/410374>

Коротков, А.В. Маркетинговые исследования : учебное пособие / А.В. Коротков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 303 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00810-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143>

Планирование на предприятии (в организации): Учебное пособие / Литвинова

Т.Н., Морозова И.А., Попкова Е.Г. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 156 с.:

<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=519083>

Торговая политика: Учебное пособие/Е.Д.Халеви́нская - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 304 с.: 60x90 1/16 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=501338>

Управление проектами организации : учебник / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 244 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=914487>

Шаповалов В.А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ: учебное пособие/ В.А. Шаповалов. - Ростов н/Д: Феникс, 2008. - 345 с. - (Высшее образование). (2 экз.)

Шведова И.А. Книга директора по маркетингу производственного предприятия / Шведова И.А., Кузнецова Т.Е.– СПб.: Питер, 2008. – 432 с.

Экономика предприятия (организации, фирмы) : учебник / О.В. Девяткин, Н.Б. Акуленко, С.Б. Баурина [и др.] ; под ред. О.В. Девяткина, А.В. Быстрова. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 777 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=872198>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети

«Интернет», необходимых для прохождения практики

1. <http://www.sostav.ru> – информация о рекламе и маркетинге
 2. <http://www.cfin.ru> – сайт «Корпоративный менеджмент»
 3. <http://www.marketing.spb.ru> - «Энциклопедия маркетинга» - интернет-проект (интернет-библиотека), направленный на сбор и предоставление учебных, академических и методико-практических материалов
 4. <http://www.4p.ru> – сайт маркетинг-журнала 4 P
 5. <http://www.mavriz.ru> – журнал «Маркетинг в России и за рубежом» - архив и анонсы новых публикаций
 6. <http://www.marketologi.ru> – сайт гильдии маркетологов России
 7. <http://www.bci-marketing.ru/> - агентство «BCI marketing», аннотации статей в журнале «Практический маркетинг», некоторые публикации в свободном доступе
 8. www.ksu.edu.ru – Официальный сайт Костромского государственного университета
 9. www.consultant.ru - Справочная правовая система «Консультант Плюс»
 10. www.garant.ru - Справочная правовая система «Гарант»
- Электронные библиотечные системы:
1. ЭБС «Университетская библиотека online»
 2. ЭБС «Znanium»

9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по практике

Для прохождения производственной практики студентами направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» используется материально-техническая база, информационные технологии и программное обеспечение КГУ, а также технические средства и программные продукты, находящиеся в распоряжении предприятия (организации) – базы практики. Для самостоятельной работы обучающимся обеспечен доступ в компьютерные классы и к библиотечным фондам:

Адрес, корпус	Аудитория	Оснащенность
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	5	Компьютерный класс на 22 посадочных места с выходом в Интернет Программное обеспечение: Офисный пакет; 1 С Предприятие (учебная версия); MS SQL Server Express; Visual Studio; yEd.
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	6	Компьютерный класс на 16 посадочных мест с выходом в Интернет Программное обеспечение: Офисный пакет; 1 С Предприятие (учебная версия); MS SQL Server Express; Visual Studio; yEd.
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	7	Компьютерный класс на 10 посадочных мест с выходом в Интернет Программное обеспечение: Офисный пакет; 1 С Предприятие (учебная версия); MS SQL Server Express; Visual Studio; yEd.
Ул. 1 Мая 14а, корпус В1	16	Компьютерный класс на 20 посадочных мест с выходом в Интернет Программное обеспечение: Офисный пакет; 1 С Предприятие (учебная версия); MS SQL Server Express; Visual Studio; yEd.
Ул. 1 Мая, д.14, корп. «Б1»	ауд. 201	200 посадочных мест; 3 компьютера для сотрудников; 1 принтер; 1 копир/принтер; 1 проектор; 2 экрана для проектора; 1 ворота «Антивор»; 1 WIFI-точка доступа.
Ул. 1 Мая, д.14, корп. «Б1»	ауд. 202	25 посадочных мест; 29 компьютеров (из них 4 для сотрудников); 4 принтера (3 монохромные, 1 полноцветный); 1 плоттер; 2 сканера; 1 МФУ; 1 LCD TV
Ул. 1 Мая, д.14, корп. «А1»	ауд. 3-207	50 посадочных мест; 1 компьютер для сотрудников; 1 сканер; 1 принтер; 1 LCD TV; свободный доступ WIFI
Ул. 1 Мая, д.14, корп. «В1»	ауд. 305	20 посадочных мест; 2 компьютера для сотрудников; 1 принтер; 1 МФУ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Костромской государственный университет»
(КГУ)

Кафедра _____

Институт _____

ОТЧЕТ

о прохождении практики _____
(вид, тип практики)

обучающийся _____
(фамилия, имя, отчество)

группа _____

направление
подготовки/специальность _____

направленность/специализация _____

уровень образования _____
(бакалавриат, магистратура, специалитет)

форма обучения _____
(очно, заочно, очно-заочно)

Результат промежуточной аттестации по практике _____

Руководитель практики от университета _____ / _____ /
подпись ФИО

Практическая подготовка

Код, направление, направленность	Место проведения практики в форме практической подготовки (примерные)	Число часов, реализуемых в форме практической подготовки	Должность руководителя практической подготовки	Оборудование, материалы, используемые для практической подготовки	Методическое обеспечение, рекомендации и пр. по практической подготовке
38.03.02 Менеджмент направленность Маркетинг и электронная коммерция	Структурные подразделения коммерческих организаций различных организационно-правовых форм отраслей народного хозяйства, некоммерческих организаций и объединений, деятельность которых связана с будущей профессиональной деятельностью выпускника (менеджера-маркетолога), например, отдел маркетинга, отдел сбыта/ продаж, аналитический отдел, планово-экономический отдел, отдел логистики и др.	216	– Руководители профильных структурных подразделений организации; – Преподаватели кафедры Менеджмента и маркетинга	ПК, офисная техника, оборудованное рабочее место: стол, стул, канцелярские принадлежности	Представлены в соответствующем разделе программы практики

Код компетенции	Индикатор компетенции	Виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью выпускника	Форма отчета обучающегося
ОК-4	–	– осуществлять устные и письменные коммуникации для решения поставленных задач в деловом общении	Отчет по практике, проведенной в форме практической подготовки
ОК-6	–	– решение задач самоорганизации; – решение задач самообразования.	Отчет по практике, проведенной в форме практической подготовки
ОПК-7	–	– решение задач по сбору, хранению и обработке информации; – решение задач по формированию и оформлению документов, деловых бумаг, отчетов на основе информационной и библиографической культуры с применением ИКТ.	Отчет по практике, проведенной в форме практической подготовки
ПК-10	–	– планировать исследовательскую деятельность и оформлять ее результаты; – применять методы количественного анализа информации; – применять методы качественного анализа информации; – подготовка информации для обоснования и разработки решений конкретных задач управления.	Отчет по практике, проведенной в форме практической подготовки
КС-Э13	–	– проводить анализ организации маркетинговой деятельности и комплекса маркетинга с целью выявления направлений совершенствования; – составлять план маркетинговых мероприятий, организовывать, контролировать и координировать их реализацию	Отчет по практике, проведенной в форме практической подготовки
КС-Э14	–	– умение применять инструменты маркетинга (комплекс маркетинга) с учетом особенностей конкретной отрасли/ сферы деятельности	Отчет по практике, проведенной в форме практической подготовки