

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 03.10.2021 10:47:28
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

Институт Экономики и менеджмента

Кафедра Экономики и менеджмента

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Учебная практика. Ознакомительная практика

| | |
|--|------------------------------|
| Уровень образования | Бакалавриат |
| Направление подготовки | 38.03.02 Менеджмент |
| Направленность (профиль) | Маркетинг и бренд-менеджмент |
| Срок освоения образовательной программы по очно-заочной форме обучения | 5 лет |
| Форма(-ы) обучения | Очно-заочная |

Рабочая программа **Учебная практика. Ознакомительная практика** основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 11 от 25.06.2021 г.

Разработчик(и) рабочей программы учебной практики

1. К.т.н., доц. Д.Б. Шальмиева

Заведующий кафедрой² С.Г. Радько

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

1.1. Вид практики

учебная

1.2. Тип практики

Ознакомительная практика

1.3. Способы проведения практики

стационарная или выездная

1.4. Сроки, форма проведения и продолжительность практики Сроки, форма проведения и продолжительность практики

| семестр | форма проведения практики | продолжительность практики |
|---------|--|--|
| Пятый | путем чередования и сочетания с периодами проведения теоретических занятий | в течение семестра с выделением отдельных дней (или часов) для проведения практики в расписании учебных занятий |

1.5. Место проведения практики

– в профильных организациях/предприятиях, деятельность которых соответствует профилю образовательной программы в соответствии с договорами о практической подготовке;

– в структурном подразделении университета, предназначенном для проведения практической подготовки;

При необходимости рабочая программа практики может быть адаптирована для условий проведения практики в дистанционном формате.

1.6. Форма промежуточной аттестации

зачет с оценкой

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов место прохождения практики учитывает особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности, состояние здоровья и требования по доступности. При необходимости для прохождения практики создаются специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений, а также с учетом выполняемых обучающимся-инвалидом или обучающимся с ОВЗ трудовых функций, вида профессиональной деятельности и характера труда.

1.7. Место практики в структуре ОПОП

Учебная практика. Ознакомительная практика относится к Блоку 2 Практика, части формируемой участниками образовательных отношений.

Во время прохождения практики используются результаты обучения, полученные в ходе изучения предшествующих дисциплин:

- Тайм-менеджмент;
- Деловые коммуникации;
- Теория вероятностей и математическая статистика;
- Введение в специальность;
- Кросс-культурный менеджмент;
- Экономическая культура и финансовая грамотность;
- Информационные и коммуникационные технологии в профессиональной деятельности;

- Институциональная экономика;
- Мировая экономика и международные экономические отношения;
- Методы принятия управленческих решений;
- Экономика организации;
- Статистика;
- Математика;
- Экономическая теория;
- Менеджмент;
- Управление человеческими ресурсами;
- Основы цифровой экономики;
- Бухучет;
- Маркетинг;
- Корпоративная и социальная ответственность;
- Безопасность жизнедеятельности;
- И другие.

Данная практика закрепляет и развивает практико-ориентированные результаты обучения дисциплин, освоенных студентом на предшествующем ей периоде, в соответствии с определенными ниже компетенциями. В дальнейшем, полученный на практике опыт профессиональной деятельности, применяется при прохождении последующих практик и выполнении выпускной квалификационной работы.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

Цель учебной практики: **Учебная практика. Ознакомительная практика**

- закрепление теоретических знаний, полученных при изучении дисциплин учебного плана, -
- развитие и накопление специальных навыков,
- получение первичных профессиональных умений в сфере бренд-менеджмента,
- приобретение профессиональных компетенций в области проведения маркетинговых исследований,
- анализ и проектирование товарных и корпоративных брендов,
- разработка эффективных стратегий и технологий их продвижения.

2.1. Задачи учебной практики:

- приобретение умений и навыков на основе знаний, полученных студентами в процессе теоретического обучения;
- овладение инновационными профессионально-практическими умениями, производственными навыками и современными методами организации выполнения научно-исследовательской работы;
- овладение основами профессии в операционной сфере: осознание и усвоение методологии и технологии решения профессиональных задач;
- овладение навыками организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;
- ознакомление с маркетинговой деятельностью предприятий в области создания и продвижения брендов;
- овладение умениями и навыками профессиональной деятельности: технологической, технической, экономической, социальной, правовой;
- изучение методических подходов к принятию решений по разработке стратегии создания и развития брендов;
- изучение инструментария проектирования товарных и корпоративных брендов;
- приобретение и развитие навыков формирования концепции проектируемых брендов;

- создание моделей проектируемых брендов с детальной проработкой основных элементов;
- Основная задача учебной практики состоит в приобретении навыков применения современных методов бренд-менеджмента для дальнейшего использования в профессиональной деятельности.

3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ, ИНДИКАТОРЫ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, СООТНЕСЁННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОБУЧЕНИЯ ПО ПРАКТИКЕ

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Планируемые результаты обучения при прохождении практики |
|--|--|---|
| <p>УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p> | <p>ИД-УК-3.2 Учет особенностей поведения и интересов других участников при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе;</p> <p>ИД-УК-3.4 Осуществление обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценка идей других членов команды для достижения поставленной цели;</p> | <p>- готов нести ответственность за принятые управленческие решения в условиях социальных - взаимодействий и командной работы</p> <p>- Находит и обменивается информацией, знаниями и опытом с членами команды; - оценивает идеи членов команды для достижения поставленной цели</p> |
| <p>УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p> | <p>ИД-УК-10.1 Понимание базовых принципов функционирования экономики и экономического развития, целей и форм участия государства в экономике;</p> | <p>- Реализует особенности и специфику методов проектирования организационных структур, планирования и осуществления мероприятий с учетом личной ответственности. -Проектирует организационные структуры, планирует деятельность организации.</p> |
| <p>ПК-2 Способен определять подходящие инструменты комплекса маркетинга и бренд-менеджмента и применять их для управления брендом в процедурах реализации управленческих задач</p> | <p>ИД-ПК-2.2 Измерение имиджа бренда и организация взаимоотношений с потребителями</p> | <p>- Анализирует рынок, использует инструменты комплекса маркетинга; - проектирует бренд, - управляет брендом с целью реализации современных управленческих задач - Анализирует динамику продаж и управлять прогнозом продаж - Управляет рекламным бюджетом и рассчитывать эффективность вложений - Сравнивает несколько вариантов решений и выбирает лучший вариант - Устанавливает приоритеты для проектов - Находит причинно-следственную связь в поведении клиентов</p> |

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>- Реализовывает современные модели развития и управления брендом компании</p> <p>- Продвигать бренд на разных этапах жизненного цикла: создании и запуске бренда на рынок, укрепления позиций на рынке и развития бренда, обновления или ребрендинга и перезапуска бренда.</p> |
|--|--|---|

4. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ПРАКТИКИ ПО ВИДАМ ЗАНЯТИЙ

Общая трудоёмкость **Учебной практики. Ознакомительной практики** составляет:

| | | | | |
|-------------------------|---|------|-----|------|
| по очной форме обучения | 3 | з.е. | 108 | час. |
|-------------------------|---|------|-----|------|

4.1. Структура практики для обучающихся по видам занятий: (очная форма обучения)

| Структура и объем практики | | | | | |
|---|------------|---|--|--|--|
| | всего, час | Аудиторная, внеаудиторная и иная контактная работа, час | | практическая подготовка: самостоятельная работа обучающегося | формы текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации |
| | | практическая подготовка: лекции, час | практическая подготовка: практические занятия, час | | |
| 5 семестр | 108 | | 34 | 74 | |
| Подготовительный этап: ознакомление с программой практики и получаемыми в результате ее прохождения компетенциями, целями и задачами практики; заполнение Дневника прохождения практики | | | 2 | 4 | Заполнение Дневника |
| Инструктаж по технике безопасности; (изучить документы, устанавливающие правила техники безопасности в организации, ознакомиться с планом мероприятий по охране труда, ознакомление со средствами пожарной, электрической и других видов безопасности | | | 2 | 4 | Заполнение Дневника |

| | | | | | |
|--|--|--|---|---|---------------------|
| Изучение правил внутреннего распорядка кафедры | | | 2 | 4 | Заполнение Дневника |
| Организационный этап: Организационный момент учебной практики: - время проведения практики; -распределение студентов-практикантов между преподавателями; - формирование рабочих групп для выполнения ситуационного задания (2-3 человека) по разработке общей концепции формирования бренда для предприятия определенной специализации на основе анализа и оценки рынка (на выбор); -назначение первых консультаций. | | | 4 | 6 | Заполнение Дневника |
| Выполнение программы практики - получить ситуационное задание и составить план его выполнения. | | | 4 | 6 | Заполнение Дневника |
| Определение ролей и обязанностей участников команды, а также схем организационного взаимодействия между ними. Подбор кадров. Создание команды. | | | 4 | 6 | Заполнение Дневника |
| Описание и анализ определенного сегмента рынка, построение карты позиционирования. Определение целевого сегмента рынка | | | 4 | 6 | Заполнение Дневника |
| Общая характеристика предприятия, его ресурсов (основных и оборотных средств, финансов, персонала), особенностей учета затрат, продукции и оценка ее конкурентоспособности; | | | 4 | 6 | Заполнение Дневника |
| Описание группы целевой аудитории (далее – ЦА) и формулировка целей продвижения; разработка маркетингового брифа | | | 4 | 6 | Заполнение Дневника |

| | | | | | |
|--|--|--|----|----|--|
| Характеристика структуры комплекса маркетинговых коммуникаций предприятия в разрезе видов и форм продвижения (оформляется в виде рисунка) | | | 2 | 6 | Заполнение Дневника |
| Оценка продолжительности работ - определение и обоснование временных рамок выполнения отдельных работ. Разработка календарных планов по продвижению бренда | | | 2 | 4 | Заполнение Дневника |
| Заключительный этап. Завершение программы практики. Защита задания проводится в форме коллективной презентации, а результаты исследования оформляются в виде файла. Обязательны ссылки на источники информационных данных | | | 2 | 3 | Заполнение Дневника Отчет по практике |
| Получение зачета. Подготовка к защите отчета по практике | | | 2 | 1 | Отчет по практике |
| зачет с оценкой | | | | | Зачет с оценкой |
| Всего: | | | 34 | 74 | Зачет с оценкой |

5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ПРАКТИКИ

| Наименование этапов практики | Трудоемкость, час | Содержание практической работы, включая аудиторную, внеаудиторную и иную контактную работу, а также самостоятельную работу обучающегося | Формы текущего контроля успеваемости |
|------------------------------|-------------------|---|---|
| Пятый семестр | | | |
| Подготовительный этап | 12 | <ul style="list-style-type: none"> – организационное занятие для разъяснения целей, задач, содержания и порядка прохождения практики; – определение исходных данных, цели и методов выполнения задания; – формулировка и распределение задач для формирования индивидуальных заданий; – анализ индивидуального задания и его уточнение; – составление плана-графика практики; – прохождение вводного инструктажа/инструктажа по технике безопасности/инструктажа по охране труда; | <p>собеседование по этапам прохождения практики с определением качества фактически выполненных частей индивидуального задания на практику:</p> <ul style="list-style-type: none"> – учёт посещаемости и наличие конспекта ознакомительной лекции и инструктажа по технике безопасности, – вопросы по содержанию заданий, связанных с изучением деятельности |

| | | | |
|--|----|--|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> – ознакомление с правилами внутреннего распорядка профильной организации; – согласование индивидуального задания по прохождению практики; – разработка и утверждение индивидуальной программы практики и графика выполнения исследования; | <p>предприятия по производству обуви;</p> <ul style="list-style-type: none"> – зачет по технике безопасности. – проверка знаний и умений применения методов и приемов исследований предприятия <p>...</p> |
| Организационный Этап + выполнение программы практики | 80 | <ol style="list-style-type: none"> 1. Выполнение индивидуального задания на практику 2. Ведение дневника практики | <p>собеседование по этапам прохождения практики с определением качества фактически выполненных частей индивидуального задания на практику:</p> <ul style="list-style-type: none"> – наблюдение за выполнением работ, – проверка выполненного раздела программы практики, – проверка дневника практики, – контрольные проверки хода практики, анализ промежуточных результатов практики |
| Заключительный этап | 16 | <ul style="list-style-type: none"> – обобщение результатов индивидуальной работы на практике; – проверка полноты и правильности выполнения задания, составление отчетов по практике на основе аналитических материалов и практических результатов по итогам практики; – оформление дневника практики. – написание отчета по практике на основе аналитических материалов по результатам исследования; – публичная защита отчета по практике на научно-техническом семинаре | <p>собеседование по этапам прохождения практики с определением качества фактически выполненных частей индивидуального задания на практику:</p> <p>представление обучающимися:</p> <ul style="list-style-type: none"> – материалов в соответствии с индивидуальным заданием по практику, – дневника практики, отчета по практике. |

6. ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ

Индивидуальное задание обучающегося на практику составляется руководителем практики и включает в себя типовые задания и частные задания для каждого обучающегося, отражающие специфику деятельности профильной организации/организации практики на базе структурных подразделений университета/научно-исследовательских интересов обучающегося.

Задание по учебной практике, конкретизация целей и задач индивидуального задания, уровень разработки - согласовываются с руководителем практики. Индивидуальные задания направлены на формирование компетенций и практических навыков при решении нестандартных задач менеджмента в различных сферах деятельности, связанных как с

маркетинговыми исследованиями, проектированием брендов, так и с управлением брендами на разных стадиях их развития.

6.1. Типовые задания на практику

В процессе учебной практики обучающиеся непосредственно участвуют в маркетинговой деятельности и бренд-менеджмента практических работах предприятий в области

Каждый обучающийся за период практики должен выполнить следующие задания:

- 1) Дать общую характеристику предприятия (организации, учреждения):
 - провести анализ системы управления, масштабов и организационно-правовой формы предприятия (организации) сферы туризма;
 - ознакомиться с нормативно-методическими материалами по организации основных направлений деятельности и исследуемого предприятия;
 - проанализировать организацию взаимодействия с фирмами.
- 2) Определить особенности организационно-управленческой деятельности организации:
 - изучить состояние и перспективы развития производственно-хозяйственной и финансовой деятельности предприятия;
 - рассмотреть методы управления предприятием: административные, экономические, социально-психологические; их характеристика;
 - проанализировать планирование деятельности предприятия: виды и формы планирования, бизнес-планирование, финансовый план предприятия, планирование потребности в персонале, планирование объема производства и реализации услуг и т.д.
 - сформировать предложения по совершенствованию деятельности предприятия/структурного подразделения предприятия исследуемого предприятия.
- 3) Установить этические аспекты деятельности предприятия (организации, учреждения):
 - изучить принципы и нормы профессиональной этики и делового этикета, разделяемые персоналом предприятия (организации, учреждения);
 - проанализировать пути (способы) разрешения нравственных дилемм в деятельности предприятия (организации, учреждения).

6.2. Частные индивидуальные задания на практику

Содержательная часть частного индивидуального задания на практику для каждого обучающегося составляется руководителем практики в зависимости от функциональных особенностей деятельности организации, в рамках которой проходит практика (РГУ им. А.Н. Косыгина)/материально-технического обеспечения помещений университета, предназначенных для проведения практической подготовки. Обучающийся вправе участвовать в формировании списка своих задач, учитывая особенности осуществляемой им при этом научной деятельности или для повышения эффективности подготовки выпускной квалификационной работы.

Варианты индивидуальных заданий к Учебной практике:

1. Какие цели и задачи преследуют при исследовании рынка товаров и услуг при проектировании бренда?
2. Какие методы применяются при исследовании рынка при проектировании бренда?
3. Какова техника проведения исследования товарного рынка при проектировании бренда?
4. Есть ли специфика в проведении исследований рынка услуг, по сравнению с исследованием товарного рынка?
5. Как осуществляется планирование и организация сбора информации при исследовании рынка товаров и услуг?
6. Какие средства могут быть использованы в проведении рыночных исследований?

Ситуационные групповые задания на практику:

- 1.Обоснования концепции создания бренда детской одежды
- 2.Обоснования концепции создания и продвижения бренда женской одежды
3. Обоснование концепции создания и продвижения бренда интернет-магазина
- 4.Обоснование концепции создания суббренда молодежной линии одежды

7. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ, КРИТЕРИИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

7.1. Соотнесение планируемых результатов практики с уровнями сформированности компетенций

| Уровни сформированности компетенций | Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации | Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации | Показатели уровней сформированности универсальной(-ых) компетенции(-й) | Показатели уровней сформированности общепрофессиональной (-ых) компетенции(-й) | Показатели уровней сформированности профессиональной(-ых) компетенции(-й) |
|-------------------------------------|---|---|---|--|---|
| | | | УК-3 ИД-УК-3.2, ИД-УК-3.3; УК-10 ИД-УК-10.1 | | ПК-2 ИД-ПК-2.1 |
| высокий | | зачтено | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Анализирует динамику продаж и управлять прогнозом продаж - Управляет рекламным бюджетом и рассчитывать эффективность вложений - Сравнивает несколько вариантов решений и выбирает лучший вариант - Устанавливает приоритеты для проектов - Находит причинно-следственную связь в поведении клиентов - Реализовывает современные модели развития и управления брендом компании - Продвигать бренд на разных этапах жизненного цикла: создании и запуска бренда на рынок, укрепления позиций на рынке и развития бренда, обновления или ребрендинга и перезапуска бренда. | | |
| повышенный | | зачтено | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Затрудняется в вопросах анализа динамики продаж и управлении прогнозом продаж - Планирует рекламный бюджет и рассчитывает эффективность вложений - Сравнивает несколько вариантов решений и выбирает лучший вариант - Устанавливает приоритеты для проектов - Находит причинно-следственную связь в поведении клиентов - Реализовывает современные модели развития и управления брендом компании - Определяет пути продвижения бренда на разных этапах жизненного цикла: создании и запуска бренда на рынок, укрепления позиций на рынке и развития бренда, обновления или ребрендинга и перезапуска бренда при помощи руководителя практики. | | |

| | | | |
|----------------|--|-------------------|--|
| <p>базовый</p> | | <p>зачтено</p> | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Затрудняется в вопросах анализа динамики продаж и управлении прогнозом продаж - Испытывает затруднение в определении рекламный бюджет и расчете эффективности вложений - Сравнивает несколько вариантов решений и выбирает лучший вариант - Испытывает затруднение в установлении приоритетов для проектов - Затрудняется в определении причинно-следственных связей в поведении клиентов - Называет современные модели развития и управления брендом компании - Затрудняется в определении путей продвижения бренда на разных этапах жизненного цикла: создании и запуска бренда на рынок, укрепления позиций на рынке и развития бренда, обновления или ребрендинга и перезапуска бренда при помощи руководителя практики. - анализирует результаты и определяет необходимость корректирующих действий при помощи руководителя практики |
| <p>низкий</p> | | <p>не зачтено</p> | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Затрудняется в вопросах анализа динамики продаж и управлении прогнозом продаж - Испытывает трудности в вопросах определения рекламного бюджета и расчета эффективности вложений - Не умеет сравнивать несколько вариантов решений и выбирает лучший вариант - Испытывает серьезные затруднения в установлении приоритетов для проектов - Не знаком с причинно-следственной связью в поведении клиентов - Затрудняется определить пути развития и управления брендом компании - Испытывает серьезные затруднения и не может определить пути продвижения бренда на разных этапах жизненного цикла: создании и запуска бренда на рынок, укрепления позиций на рынке и развития бренда, обновления или ребрендинга и перезапуска бренда при помощи руководителя практики. |

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Проверка достижения результатов обучения по практике осуществляется в рамках текущей и промежуточной аттестации.

8.1. Текущий контроль успеваемости по практике

При проведении текущего контроля по практике проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы с применением оценочных средств:

- обсуждение результатов прохождения практики;
- обсуждение выполнения индивидуального задания

8.2. Критерии оценивания текущего контроля выполнения заданий практики

| Виды работ: | 100-балльная шкала | пятибалльная система |
|---|--------------------|----------------------|
| Выполнение типовых заданий индивидуального плана работы, отраженных в дневнике практики; | | 2-5 |
| – Изучение организационной структуры предприятия (организации, учреждения) и взаимосвязи подразделений, общая характеристика предприятия (организации, учреждения); | | 2-5 |
| – Общая характеристика предприятия, его ресурсов (основных и оборотных средств, финансов, персонала), особенностей учета затрат, продукции и оценка ее конкурентоспособности | | 2-5 |
| – Описание и анализ определенного сегмента рынка, построение карты позиционирования. Определение целевого сегмента рынка | | 2-5 |
| Выполнение частных заданий плана работы, отраженных в дневнике практики; | | 2-5 |
| – Описание группы целевой аудитории (далее – ЦА) и формулировка целей продвижения; разработка маркетингового брифа Характеристика структуры комплекса маркетинговых коммуникаций предприятия в разрезе видов и форм продвижения (оформляется в виде рисунка) | | 2-5 |
| Подготовка отчетной документации по практике: | | 2-5 |
| – дневник практики, | | |
| – заключение руководителя практики от профильной организации/предприятия | | |
| – отчет о прохождении практики | | 2-5 |
| Итого: | | Зачтено/не зачтено |

8.3. Промежуточная аттестация успеваемости по практике

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Оценка определяется по совокупности результатов текущего контроля успеваемости, и оценки на зачете (защита отчета по практике).

Формами отчетности по итогам практики являются:

- дневник практики, (заполняется обучающимся и содержит ежедневные записи о проделанной работе);
- заключение и характеристика руководителя практики от профильной организации/предприятия;
- письменный отчет о практике;
- предварительные результаты научно-исследовательской работы.

8.4. Критерии оценки промежуточной аттестации практики

| Форма промежуточной аттестации | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | |
|--------------------------------|---|----------------------|-----------------------|
| | | 100-балльная система | Пяти-балльная система |
| Зачет (отчет по практике) | <p>Содержание разделов отчета об учебной практике соответствует требуемой структуре отчета, имеет четкое построение, логическую последовательность изложения материала, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций.</p> <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – в выступлении демонстрирует отличные результаты, аргументировано и в логической последовательности излагает материал, использует точные краткие формулировки; – квалифицированно использует теоретические положения при анализе производственно-хозяйственной деятельности предприятия, показывает знание производственного процесса, задач в области маркетинга и бренд-менеджмента. <p>Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.</p> <p>Дневник практики отражает ясную последовательность выполненных работ, содержит выводы и анализ практической деятельности</p> | | 5 |
| | <p>Отчет о прохождении учебной практики, а также дневник практики оформлены в соответствии с требованиями программы практики, содержание разделов отчета о практике в основном соответствует требуемой структуре отчета, однако имеет отдельные неточности в построении, логической последовательности изложения материала, выводов и рекомендаций.</p> <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – в выступлении демонстрирует твердые знания программного материала, грамотно и по | | 4 |

| Форма промежуточной аттестации | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | |
|----------------------------------|---|----------------------|-----------------------|
| Наименование оценочного средства | | 100-балльная система | Пяти-балльная система |
| | <p>существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответах, правильно применяет теоретические положения при анализе практических ситуаций;</p> <p>– хорошо знает методы и модели маркетинга и бренд-менеджмента в целом.</p> <p>Ответ содержит некоторые фактические ошибки.</p> <p>Дневник практики заполнен практически полностью, проведен частичный анализ изученной научно-технической литературы.</p> | | |
| | <p>Отчет о прохождении учебной практики. Технологическая (конструкторско-технологическая) практика, а также дневник практики оформлены с нарушениями требований, содержание разделов отчета о практике, в основном, соответствует требуемой структуре отчета, однако нарушена логическая последовательность изложения материала, выводы и рекомендации некорректны.</p> <p>Обучающийся:</p> <p>– в выступлении демонстрирует удовлетворительные знания программного материала, допускает существенные неточности в ответах, затрудняется в анализе практических ситуаций;</p> <p>– удовлетворительно знает проблемы маркетинга и бренд-менеджмента и функционирование предприятия в целом.</p> <p>Ответ содержит некоторые недопустимые ошибки..</p> <p>Дневник практики заполнен не полностью, анализ научно-технической литературы представлен фрагментарно</p> | | 3 |
| | <p>Обучающийся:</p> <p>– не выполнил или выполнил не полностью программу практики;</p> <p>– не показал достаточный уровень знаний и умений применения методов и приемов исследовательской и аналитической работы в области маркетинга и бренд-менеджмента;</p> <p>– оформление отчета по практике не соответствует требованиям</p> <p>– в выступлении не ответил на заданные вопросы или допустил грубые ошибки.</p> <p>Дневник практики не заполнен или заполнен частично</p> | | 2 |

9. СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Оценка по практике выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

9.1. Система оценивания

| Форма контроля | 100-балльная система | пятибалльная система |
|--|----------------------|----------------------|
| Текущий контроль | | 2 - 5 |
| Промежуточная аттестация (защита отчета по практике) | | 2 - 5 |
| Итого за семестр | | |

Полученный совокупный результат конвертируется в пятибалльную систему оценок в соответствии с таблицей:

| 100-балльная система | пятибалльная система |
|----------------------|----------------------------------|
| | зачтено (отлично) |
| | зачтено (хорошо) |
| | зачтено (удовлетворительно) |
| | не зачтено (неудовлетворительно) |

10. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Практика для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (далее – ОВЗ) организуется и проводится на основе индивидуального личностно-ориентированного подхода.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ могут проходить практику как совместно с другими обучающимися (в учебной группе), так и индивидуально (по личному заявлению).

Обучающиеся данной категории могут проходить практику в профильных организациях (на предприятиях, в учреждениях), определенных для учебной группы, в которой они обучаются, если это не создает им трудностей в прохождении практики и освоении программы практики.

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

При определении места практики для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ особое внимание уделяется безопасности труда и оснащению (оборудованию) рабочего места.

Рабочие места, предоставляемые предприятием (организацией, учреждением), должны (по возможности) обеспечивать беспрепятственное нахождение указанным лицом на своем рабочем месте для выполнения трудовых функций.

При необходимости рабочая программа практики может быть адаптирована для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

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

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

Применяются методы, учитывающие динамику и уровень работоспособности обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ.

Осуществляется комплексное сопровождение инвалидов и лиц с ОВЗ во время прохождения практики, которое включает в себя учебно-методическую и психолого-педагогическую помощь и контроль со стороны руководителей практики от университета и от предприятия (организации, учреждения), корректирование (при необходимости) индивидуального задания и программы практики.

Учебно-методические материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов.

При необходимости, обучающемуся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа и (или) защиты отчета.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

Материально-техническое оснащение практики обеспечивается профильной организацией в соответствии с заключенным/заключенными договором/договорами о практической подготовке.

Материально-техническое обеспечение практики соответствует требованиям ФГОС и включает в себя: лаборатории, специально оборудованные кабинеты, измерительные и вычислительные комплексы, бытовые помещения, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ.

| 115035, г. Москва, ул. Садовническая, д. 35 | |
|--|--|
| № и наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, помещений предназначенных для практической подготовки | Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, помещений предназначенных для практической подготовки |
| - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, | Комплект учебной мебели, технические средства обучения для представления учебной информации большой аудитории: персональный компьютер, принтер, специализированное оборудование, образцы изделий различного назначения |
| - помещение для самостоятельной работы | Компьютер в комплекте с выходом в Интернет |

12. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| № п/п | Автор(ы) | Наименование издания | Вид издания (учебник, УП, МП и др.) | Издательство | Год издания | Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде) | Количество экземпляров в библиотеке Университета |
|--|--|---|-------------------------------------|-------------------------------|-------------|---|--|
| 10.1 Основная литература, в том числе электронные издания | | | | | | | |
| 1 | Резник Г.А. | Маркетинг 978-5-16-005028-7 | Учебное пособие | М.: НИЦ ИНФРА-М | 2021 | https://znanium.com/read?id=376863 | нет |
| 2 | Кузьмина О.Г. | Бренд-менеджмент ISBN 978-5-369-01614-5 | учебник | М. : Издательство РИОР | 2022 | https://znanium.com/read?id=392058 | нет |
| 3 | Алексунин В.А. | Маркетинг 978-5-394-03163-2 | Учебник | М. : Издательство Дашков и Ко | 2019 | https://znanium.com/read?id=358251 | нет |
| 4 | Сироткин С.А., Кельчевская Н.Р. | Стратегический менеджмент 978-5-16-106496-2 | Учебник | М. : Издательство НИЦ ИНФРА-М | 2021 | https://znanium.com/catalog/document?id=362106 | нет |
| 5 | Григорян Е. С. | Производственная стратегия предприятия ISBN 978-5-87055-731-1 | Учебное пособие | М. : Издательство НИЦ ИНФРА-М | 2022 | https://znanium.com/catalog/document?id=387621 | нет |
| 10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания | | | | | | | |
| 1 | Белгородский В.С., Дружинина И.А., Генералова А.В. | Современные методы стратегического менеджмента 978-5-87055-270-5 | монография | М. : Издательство МГУДТ | 2016 | https://znanium.com/catalog/document?id=269027 | нет |
| 2 | Музыкант В.Л. | Брендинг. Управление брендом 978-5-369-01236-9 | Учебное пособие | М. : Издательство РИОР | 2021 | https://znanium.com/read?id=372857 | нет |

13. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

13.1. Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

Информация об используемых ресурсах составляется в соответствии с Приложением 3 к ОПОП ВО.

| № пп | Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы |
|---|--|
| 1. | ЭБС «Лань» http://www.e.lanbook.com/ |
| 2. | «Znaniium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» http://znaniium.com/ |
| 3. | Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znaniium.com» http://znaniium.com/ |
| 4. | ... |
| Профессиональные базы данных, информационные справочные системы | |
| 1. | ... |
| 2. | ... |
| 3. | ... |

13.2. Перечень программного обеспечения

Перечень используемого программного обеспечения с реквизитами подтверждающих документов составляется в соответствии с Приложением № 2 к ОПОП ВО.

| №п/п | Программное обеспечение | Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое |
|------|--------------------------------|--|
| 1. | Windows 10 Pro, MS Office 2019 | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |
| 2. | | |
| 3. | | |
| 4. | ... | |
| 5. | ... | ... |

ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

В рабочую программу практики внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

| № пп | год обновления РПП | характер изменений/обновлений с указанием раздела | номер протокола и дата заседания кафедры |
|-------------|-----------------------------------|--|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

