

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Беспалов Владимир Александрович Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Должность: Ректор МИЭТ

Дата подписания: 01.09.2023 16:05:22

Уникальный программный ключ:

ef5a4fe6ed0ffdf3f1a49d6ad1b49464dc1bf7354f736d76c8496ca88258d01

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский университет
«Московский институт электронной техники»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

И.Г.Игнатова



«06» сентября 2020 г.

М.П.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Вид практики: учебная

Тип практики — ознакомительная

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Направленность (профиль) «Маркетинг и управление инновационными проектами»

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

Практика участвует в формировании следующих компетенций/подкомпетенций:

Компетенции	Подкомпетенции, формируемые на практике	Индикаторы достижения подкомпетенций
<p>УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p>УК-3.УчПр Способен работать в профессиональном коллективе над выполнением производственных заданий</p>	<p>Знания этических норм поведения в профессиональном коллективе, ролей в команде. Умения определять свою роль в профессиональном коллективе в зависимости от поставленных перед ним (коллективом) задач. Опыт деятельности в обмене практическими навыками в процессе выполнения производственного задания.</p>
<p>УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>УК-4.УчПр Способен к деловому общению в профессиональной среде в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации</p>	<p>Знания способов представления результатов самостоятельно выполненного практического задания. Умения составлять отчет, содержащий достаточное для понимания описание приобретенных на практике трудовых навыков, и объяснять их суть, используя профессиональную терминологию. Опыт деятельности в деловом общении с использованием профессиональных понятий и терминов.</p>

Компетенция ПК-8 «Способен применять знания и умения в области маркетинговых исследований и управления в практической деятельности» **сформулирована на основе профессионального стандарта 08.035** «Маркетолог»

Обобщенная трудовая функция - А: Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

Трудовая функция: А/01.6 – Подготовка к проведению маркетингового исследования

Тип задач профессиональной деятельности: информационно-аналитический

Подкомпетенции, формируемые на практике	Задачи профессиональной деятельности	Индикаторы достижения подкомпетенций
ПК-8.УчПр Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования на практике	- подготовка маркетингового исследования, включающая выявление проблемы, выбор инструментов и составление плана исследования, поиск источников первичной и вторичной маркетинговой информации;	Знания особенностей практической подготовки маркетинговых исследований. Умения находить источники и применять методы сбора маркетинговой информации. Опыт деятельности в подготовке задания на маркетинговое исследование и требований к нему.

2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Практика направлена на практическую апробацию знаний студентов, полученных в процессе освоения дисциплин ОП и формирование первичных умений и навыков в области маркетинга и управления проектами.

Практика входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 2 «Практика» образовательной программы.

Входные требования к практике - знание экономики предприятия, форм экономических отношений, в том числе на международном рынке; умение определять экономические результаты деятельности предприятия, разрабатывать мероприятия с использованием инструментов комплекса маркетинга для увеличения продаж; иметь опыт расчета и оценки основных экономических показателей в целях принятия обоснованных управленческих решений.

Учебная ознакомительная практика проводится в 7 семестре.

3. ОБЪЁМ ПРАКТИКИ

Объём практики — 6 ЗЕ (216 ак. часов).

Практика организуется с 1 по 4 неделю (с учётом самостоятельной работы студента по практике в течение недели) 7 семестра.

Промежуточная аттестация – Зачет с оценкой.

4. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Целью практики является формирование всех компетенций, указанных в п.1, независимо от места прохождения практики. Содержание практики соответствует направлению и профилю подготовки, а также планируемым видам профессиональной деятельности.

Организация практики на всех этапах должна быть направлена на закрепление знаний, получаемых в процессе обучения в вузе, обеспечение непрерывности и последовательности овладения студентами видами профессиональной деятельности в соответствии с требованиями, предъявляемыми к уровню подготовки бакалавров.

Для достижения указанных целей в ходе прохождения практики необходимо решить следующие задачи:

- закрепить знания по подготовке маркетинговых исследований на практическом уровне;
- собрать первичную информацию о результатах деятельности предприятия, используя изученные методы;
- подготовить задание на маркетинговое исследование с учетом предварительно разработанных требований к его содержанию.

Практика организуется путем непосредственного выполнения студентами определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Пример типового задания по практике

	Содержание пунктов типового задания	Код формируемой подкомпетенции
1.	Ознакомиться с Рабочей программой практики (Вид практики: <i>учебная</i> . Тип практики: <i>ознакомительная</i>), уделив особое внимание целям, задачам и содержанию учебной практики	УК-4.УчПр
2.	Ознакомиться с профилем деятельности предприятия – места прохождения практики	УК-4.УчПр
3.	Ознакомиться с материально-технической базой, организационной структурой, основными бизнес-процессами, задачами и функциями предприятия и его структурного подразделения, в котором студент проходит практику	УК-3.УчПр УК-4.УчПр ПК-8.УчПр
4.	Ознакомиться с информационной средой компании, нормативно-справочной базой и методическими материалами, регламентирующими деятельность предприятия	УК-3.УчПр УК-4.УчПр ПК-8.УчПр
5.	Собрать финансово-экономическую, маркетинговую и иную информацию, содержащую сведения о результатах деятельности предприятия	УК-3.УчПр УК-4.УчПр ПК-8.УчПр
6.	Выполнить индивидуальные задания, определяемые темой, местом и иными особенностями прохождения практики	УК-3.УчПр, УК-4.УчПр, ПК-8.УчПр
7.	Структурировать и систематизировать собранный в ходе практики материал и представить его в виде письменного отчета	УК-4.УчПр

5. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ СТУДЕНТА

Обязательные:

- комплект документов: индивидуальное задание на практику, рабочий график (план) прохождения практики, отчет студента о результатах практики с рекомендуемой оценкой руководителя, отзыв руководителя практики от профильной организации.

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕРКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

1. ФОС по подкомпетенции **УК-3.УчПр** «Способен работать в профессиональном коллективе над выполнением производственных заданий».
2. ФОС по подкомпетенции **УК-4.УчПр** «Способен к деловому общению в профессиональной среде в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации».
3. ФОС по подкомпетенции **ПК-8.УчПр** «Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования на практике».

Фонды оценочных средств представлены отдельными документами и размещены в составе УМК практики электронной информационной образовательной среды ОРИОКС// URL: <http://orioks.miet.ru/>.

7. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Литература

1. Голубков Е.П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. 474 с. – (Бакалавр и магистр. Академический курс). – ISBN 978-5-9916-3749-7. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/426253> (дата обращения: 20.09.2020).
2. Чернышева, А. М. Промышленный (B2B) маркетинг: учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 472 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13680-7. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466297> (дата обращения: 20.09.2020)
3. Коньшева М.В. Промышленный маркетинг: Учеб. пособие / М.В. Коньшева; М-во образования и науки РФ, Федеральное агентство по образованию, МИЭТ(ТУ); Под ред. Н.К. Моисеевой. - электрон. изд. - М.: МИЭТ, 2014. - 204 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент [Текст] = Marketing Menedgment/Ф. Котлер. – 14-е изд. – 800 с. - (Классический зарубежный учебник). - ISBN 978-5-496-00177-9.

8. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

1. ESOMAR: сайт. – Amsterdam, 2020. - URL: www.esomar.org (дата обращения: 15.09.2020).
2. Консультант плюс: справочная правовая система: сайт. – Москва, 1997. - URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 15.09.2020).

3. Электронно-библиотечная система Лань: сайт. - Санкт-Петербург, 2011. - URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения: 15.09.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей МИЭТ.
4. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000. – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 15.09.2020).

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Место прохождения практики должно быть оснащено техническими и программными средствами необходимыми для выполнения целей и задач практики: портативными и/или стационарными компьютерами с необходимым программным обеспечением и выходом в Интернет, в том числе предоставляется возможность доступа к информации, размещенной в открытых и закрытых специализированных базах данных.

Конкретное материально-техническое обеспечение практики и права доступа студента к информационным ресурсам определяется научным руководителем конкретного студента, исходя из Технического задания на практику.

10. СИСТЕМА КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ

Для оценки успеваемости студентов по практике используется накопительная балльная система.

Баллами оцениваются: выполнение каждого контрольного мероприятия в семестре (в сумме 80 баллов) и промежуточная аттестация, проводимая в форме публичной защиты результатов (20 баллов).

По сумме баллов выставляется итоговая оценка. Структура и график контрольных мероприятий доступен в ОРИОКС// URL: <http://orioks.miet.ru/>.

РАЗРАБОТЧИКИ:

Зав. кафедрой МиУП, к.ф.-м.н.

_____/С.П. Олейник/

Доцент кафедры МиУП, к.э.н., доцент

_____/Я.Г. Прима/

Ст.преподаватель кафедры МиУП

_____/Н.А. Андрианова/

Рабочая программа учебной практики по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», направленности (профилю) «Маркетинг и управление инновационными проектами» разработана на кафедре «Маркетинг и управление проектами» и утверждена на заседании кафедры «2» октября 2020 года, протокол № 2.

Заведующий кафедрой МиУП  /С.П. Олейник/

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Рабочая программа согласована с Центром подготовки к аккредитации и независимой оценки качества

Начальник АНОК  / И.М.Никулина /

Рабочая программа согласована с библиотекой МИЭТ

Директор библиотеки  / Т.П.Филиппова /

Представитель профессионального сообщества

Генеральный директор

ООО «ДУЭТ КО», к.т.н.  /Д.С. Казак/