

«Кемеровский государственный университет»

Институт Экономики и управления

(Наименование института, где реализуется данная дисциплина)



УТВЕРЖДАЮ

Директор Института

М.В.Курбатова

2019 г.

Программа учебной практики

По получению первичных профессиональных умений и навыков

(Наименование дисциплины)

Направление подготовки

38.04.02 Менеджмент

(цифр. название направления)

Направленность (профиль) подготовки

«Маркетинговые коммуникации и реклама»

Уровень образования

магистратура

Форма обучения

Заочная

Кемерово 2019

Рабочая программа практики одобрена на заседании методической комиссии Института экономики и управления (протокол №5 от 18.02.2019г.) и утверждена Ученым советом Института экономики и управления (протокол Ученого совета института №9 от 25.02.2019г.)

Рабочая программа практики одобрена на заседании кафедры Маркетинг а и бизнес-коммуникаций (протокол № 5 от 31.01.2019г.)

Зав. кафедрой Шадрин В.Г.

Цели и задачи практики

Целями практики по получению первичных профессиональных умений и навыков являются:

1. Получение навыков решения конкретных научно-практических задач путем непосредственного участия обучающегося в научно-исследовательской деятельности.
2. Овладение магистрантами основными приёмами ведения научно-исследовательской работы и формирование у них первичных профессиональных компетенций в этой области.
3. Сбор материалов по теме магистерской диссертации.

Задачи (в соответствии с видами профессиональной деятельности магистров):

1. *В области научно-исследовательской деятельности:*
 - Формирование навыков использования методов и инструментов, необходимых для проведения научного исследования и анализа его результатов;
 - Подготовка отчетов и публикаций, отражающих основные результаты научного магистерского исследования
2. *В области аналитической деятельности:*
 - Выявление и формулирование актуальных научных проблем по теме магистерской диссертации;
 - Поиск, сбор, обработка и анализ информации по теме исследования.

1. Тип практики

В соответствии с п. 6.5. ФГОС ВО по направлению 38.04.02 Менеджмент при разработке ОПОП решением Ученого Совета ИЭМ в учебный план магистров включена практика по получению первичных профессиональных умений и навыков.

2. Способы проведения практики

В соответствии с ФГОС ВО по направлению «Менеджмент и соответствующей ОПОП практика по получению первичных профессиональных умений и навыков может быть стационарной или выездной.

3. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении учебной практики, соотнесённых с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

В результате прохождения практики по получению первичных

профессиональных умений и навыков обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты:

Код компетенции	Результаты освоения ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения
ОК-1	Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - процессы мысленного или фактического разложения на составные части и воссоединения целого из частей; - сущность и особенности применения приемов анализа и синтеза в профессиональной деятельности. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - выделять сущность явления, процесса (свойства, связи, отношения); - применять общенаучные приемы анализа и синтеза при решении прикладных задач управления. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками абстрактного мышления, анализа и синтеза при исследовании проблем управления.
ОК-3	Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	<p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - реализовывать приобретенные знания, умения, навыки в профессиональной деятельности;
ОПК-3	Способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные этапы и последовательность проведения исследования; - способы формулировки проблемной ситуации; - способы обоснования практической значимости результатов исследования. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - формулировать и обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы исследования; - самостоятельно организовывать и проводить исследование на всех этапах. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - методами проведения исследований по избранной теме; - навыками проведения самостоятельных исследований
ПК-6	способность обобщать и критически оценивать результаты исследования актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	<p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - формулировать и структурировать цели и задачи исследования проблем управления; - проводить анализ ситуации. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками критически оценивать и обобщать результаты исследований актуальных проблем управления

ПК-7	<p>способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - формы представления результатов проведенного исследования; - требования и стандарты к подготовке научных докладов и оформлению публикаций; - источники информации о научных изданиях, научных исследовательских центрах страны и региона. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - обобщать и систематизировать результаты проведенного научного исследования; - отбирать материал и готовить сообщения, доклады, обзоры, научные публикации, иные материалы по собственному научному исследованию, а также готовить презентации к сообщениям; - оценивать и интерпретировать полученные результаты, соотносить результаты собственных исследований с другими исследованиями в данной отрасли знания. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками письменного и устного представления результатов научного исследования.
ПК-8	<p>способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные этапы и последовательность проведения исследования; - способы формулировки проблемной ситуации; - способы обоснования теоретической практической значимости результатов исследования. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - обосновывать актуальность избранной темы исследования; - обосновывать практическую и теоретическую значимость результатов проведенного исследования. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - методами самостоятельного проведения исследований по избранной теме; - навыками доказательного объяснения актуальности и практической и теоретической значимости результатов исследования.
ПК-9	<p>способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - методы сбора, обработки, анализа и систематизации информации по теме исследования, методы и приемы решения задач исследования; - основные требования по организации научно-исследовательской работы (технологии, процедуры и методики). <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать и проводить собственные научные исследования; - применять инструментарий для проведения самостоятельных научных исследований и разработок; - обрабатывать и анализировать эмпирические данные. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками организации и проведения всех этапов научного исследования; - методологией и методикой проведения собственных научных исследований; - навыками самостоятельной научной и исследовательской работы.

4. Место учебной практики в структуре ОПОП

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков относится к разделу «Б2. Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)» подразделу «Б2.В.01(У) Учебная практика» по направлению «Менеджмент».

Практика проводится на 1 курсе во 2 семестре.

Практика является обязательным этапом обучения магистранта и представляет собой вид научно-исследовательской работы, ориентированной на профессионально-практическую подготовку.

Теоретической основой практики по получению первичных профессиональных умений и навыков (Б2. В. 01(У)) являются дисциплины базовой части:

- Количественные методы исследований
- Общий менеджмент (продвинутый уровень)
- Корпоративные финансы
- Методы исследований в менеджменте
- Современный стратегический анализ
- Управленческая экономика
- Иностранный язык для профессиональных целей
- Управление рекламой и маркетинговые коммуникации

Первичные профессиональные умения и навыки, полученные в ходе прохождения учебной практики, являются основой для прохождения итоговой аттестации и освоения ряда дисциплин:

- Прямые продажи
- Информационно-коммуникационные технологии в управлении
- Современный бренд-менеджмент
- Маркетинговые коммуникации в публичном пространстве: PR, event-маркетинг
- Создание и выведение на рынок новых товаров и услуг
- Маркетинговые коммуникации при продвижении интеллектуальных продуктов
- Система дистрибуции в организации
- Управление сбытом

5. Объем практики и ее продолжительность

Общая трудоемкость (объем) учебной практики для ЗФО составляет 9 зачетных единиц, 324 академических часа, в т.ч. 0,25 час - контактная работа в расчете на одного студента, 320 час- СР. Общая продолжительность практики – 6 недель.

6. Содержание практики

Практика проводится в точном соответствии с настоящей программой учебной практики. Руководитель практики от КемГУ составляет рабочий график (план) проведения практики и разрабатывает индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые в период практики (Приложение 1)

Программа прохождения практики предусматривает несколько этапов: подготовительный, рабочий и итоговый.

Подготовительный этап практики включает в себя решение организационных вопросов (прохождение инструктажа по технике безопасности, ознакомление с программой практики и т.п.).

В течение *рабочего* этапа практики обучающийся должен обосновать тему научного исследования. В течение рабочего этапа студент выполняет основные задания практики. Также в ходе прохождения практики обучающийся продолжает работать над своим диссертационным исследованием.

В ходе *итогового* этапа магистрант в установленные сроки оформляет отчет по практике. Все отчетные материалы предъявляются для контроля руководителю практики от организации и от университета.

7. Формы отчетности по практике

По итогам практики студент самостоятельно составляет итоговый отчет о прохождении практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, который включает в себя следующие элементы:

Введение (цель и задачи практики)

1. Развернутое обоснование цели и задач, объекта и предмета магистерской диссертации. Реферативное описание литературных источников по научной теме (не менее 20-25). Описание существующих методических подходов к изучению исследуемой темы. Описание результатов исследований по изучаемой теме. Библиографический список литературы по теме магистерской диссертации.

2. Выполнение индивидуального задания.

Оценка результатов прохождения практики.

Приложения

Объем отчета – не менее 20 страниц. Отчет о прохождении практики по получению первичных профессиональных умений и навыков сдается руководителю практикой от КемГУ в течение срока практики и после его проверки защищает его перед руководителем.

Образец титульного листа приведен в приложении 2.

8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

8.1. Паспорт фонда оценочных средств по практике

№ п/п	Контролируемые этапы практики (результаты по этапам)	Код контролируемой компетенции (или её части) / и ее формулировка	Наименование оценочного средства
1.	Рабочий этап		
2.	Итоговый этап	ОК-1; ОК-3, ОПК-3, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9	Отчет по практике

8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы

8.2.1. Зачет

а) типовые задания

Конкретное содержание *индивидуального задания* для практики определяется научным руководителем студента.

Примерная тематика индивидуальных заданий

Ниже приведены примерные темы индивидуальных заданий. Каждый студент может выбрать для выполнения одно задание, исходя из своих интересов и особенностей базы практики. Тема индивидуального задания может быть скорректирована по согласованию с научным руководителем студента и руководителем практики.

Направленность «Маркетинговые коммуникации и реклама»

1. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций: история, современное состояние, практические приложения
2. Анализ эффективности рекламных компаний в интернете
3. Брендинг территории
4. Инструменты маркетинговых коммуникаций в среде Интернет: стратегия, тактика, механизмы воздействия
5. Анализ специфики маркетинговой деятельности компаний в условиях изменяющейся внешней среды
6. Исследование эффективности традиционных рекламоносителей (ТВ, пресса, радио и др.) в условиях трансформации современной медиа среды
7. Спонсорство и product-placement: исследование коммуникационных особенностей и практики использования в бизнесе
8. Исследование эффективности медийной рекламы в Интернет
9. Таргетирование рекламных сообщений: теория, методы, показатели результативности
10. Концепция минимально-эффективной частоты контактов с рекламным сообщением: практические приложения
11. Особенности процесса принятия решения о покупке на рынке прямых продаж
12. Big data в маркетинговых коммуникациях: перспективы использования и ограничения
13. Социальные медиа как инструмент маркетинговых коммуникаций
14. Методы обоснования бюджета при планировании маркетинговых коммуникаций

15. Семиотические подходы к анализу и оценке эффективности рекламных сообщений
16. Особенности формирования концепции позиционирования бренда на рынке
17. Тренды развития медиарекламного рынка: Россия в мировом контексте
18. Способы обоснования media mix рекламной кампании
19. Разработка стратегии продвижения бренда на B2B рынке
20. Новые целевые сегменты: Boomers, Generation X, Millennials – содержательные особенности, практики использования в маркетинговых коммуникациях
21. Потребительское поведение и медиарекламное воздействие: концепты и прикладные исследования
22. Социальная ответственность компании как инструмент повышения лояльности потребителей к бренду
23. Исследование российских потребителей, методология, практика проведения (на примере конкретной категории товаров).
24. Процесс принятия решений потребителями, его основные стадии применительно к товарам различных категорий
25. Анализ коммуникации брендов в социальных сетях
26. Анализ влияния культуры, субкультуры на поведение потребителей
27. Особенности территориального брендинга определенного товара/услуги
28. Влияние социального статуса потребителя на потребительское поведение
29. Особенности влияния референтных групп, лидеров мнений на потребительское поведение
30. Лояльность дилеров как фактор формирования лояльности конечных потребителей
31. Анализ роли членов семьи в принятии решения о покупке различных товаров
32. Изучение мотивации в исследовании потребительского поведения.
33. Психографика в исследовании потребительского поведения
34. Модели поведения потребителей в процессе поиска информации в digital-среде
35. Методы исследования психологических профилей потребителей
36. Продвижение товаров на рынок с применением интегрированных маркетинговых коммуникаций
37. Влияние рекламы на поведение потребителей
38. Нативные технологии в интернет-рекламе
39. Проблема эффективности воздействия маркетинговых коммуникаций на потребителей
40. Проблема принятия решения о покупке в онлайн-среде
41. Факторы, влияющие на принятия решения о покупке в онлайн-среде
42. Влияние инструментов Интернет маркетинга на поведение потребителей
43. Сарафанный маркетинг в интернете: исследование факторов доверия к отзывам потребителей
44. Социальные сети как инструмент влияния на потребителей
Анализ влияния использования селебрити в рекламе на восприятие бренда и покупательское поведение
45. Анализ влияния национальной культуры на поведение потребителей
46. Блоги как инструмент маркетинговых коммуникаций в России

47. Влияние образа медийных личностей в рекламе на поведение потребителей
48. Сенсорный брендинг и особенности его влияния на восприятие потребителей
49. Влияние промо-акций брендов на потребительскую лояльность
50. Влияние событийного маркетинга на восприятие бренда
51. Влияние социальных медиа на принятие решения о покупке товаров повседневного спроса
52. Восприятие брендов территорий с различными особенностями
53. Вовлечение в бренд потребителей на основе геймификации в маркетинговых коммуникациях
54. Геймификация в мобильных приложениях как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций: методические основы и практическая реализация
55. Использование социальных медиа для продвижения брендов
56. Гендерные факторы, влияющие на поведение покупателей на российском рынке
57. Исследование отношения менеджеров компаний к теории и практике Интегрированных Маркетинговых Коммуникаций (ИМК) на российском рынке
58. Маркетинговые коммуникации на B2B рынках
59. Коммуникационные стратегии формирования имиджа инновационного бренда
60. Контент-маркетинг как инструмент PR
61. Анализ и совершенствование механизмов мобильного маркетинга
62. Культурные ограничения на создание и понимание маркетинговых сообщений
63. Маркетинговые коммуникации в сфере услуг
64. Особенности воздействия рациональных, эмоциональных и сенсорных составляющих рекламного обращения
65. Позиционирование и восприятие брендов целевой аудиторией
66. Персональные бренды в социальных сетях: построение персональных брендов и особенности восприятия их пользователями
67. Продвижение брендов в профилях социальных сетей селебрити: восприятие потребителей и оценка эффективности
68. Продакт плейсмент как способ воздействия на потребительское поведение
69. Разработка механизмов коммуникации на рынке услуг
70. Ребрендинг: менеджерские и коммуникативные технологии
71. Социальная реклама как фактор развития предприятия
72. Адаптация стратегий маркетинговых коммуникаций глобальных брендов для локального рынка
73. Стратегия расширения брендов: технологии, эффективность
74. Анализ механизмов формирования и развития лояльности при продвижении брендов
75. Анализ связи между лояльностью потребителей и их удовлетворенностью брендом
76. Формирование имиджа с помощью маркетинговых инструментов
77. Трансформация маркетинговой стратегии компании в условиях кризиса

б) критерии оценивания компетенций (результатов)

При оценивании результатов практики преподаватель должен увидеть способность магистранта обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями по выбранной теме магистерской диссертации; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы по теме магистерской работы.

Дается обобщенная оценка способности магистранта проводить самостоятельное исследование в соответствии с темой, а также способности представлять и защищать результаты своего исследования.

Оценка результатов работы студента при прохождении практики имеет вид зачета.

Оценка по практике заносится в экзаменационную ведомость и зачетную книжку.

Оценка **«зачтено»** выставляется, если:

- индивидуальное задание выполнено в полном объеме;
- выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению;
- нет нарушений сроков выполнения заданий практики;
- при защите студент хорошо ориентируется в представленном отчете и отвечает на вопросы, связанные с его содержанием;
- имеется положительная характеристика от руководителя практики.

Оценка **«не зачтено»** выставляется, если:

- не выполнено индивидуальное задание;
- нарушены требования к внешнему оформлению,
- не соблюдены сроки выполнения заданий практики;
- при защите студент плохо ориентируется в содержании представленного отчета, не отвечает на вопросы, связанные с его содержанием;
- имеется отрицательная характеристика от руководителя практики.

в) описание шкалы оценивания

Шкала: «зачтено» - «не зачтено»

8.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Обучающиеся, не выполнившие требования программы практики по получению первичных профессиональных умений и навыков по уважительной причине, направляются на практику повторно, в свободное от учебы время, по индивидуальному плану.

Обучающиеся, не выполнившие программы практики без уважительной причины или получившие отрицательную оценку, могут быть отчислены из высшего заведения как имеющие академическую задолженность в порядке, предусмотренном Уставом КемГУ и локальными нормативными актами.

Для получения итоговой оценки по учебной практике студент должен:

1. Своевременно сдать на проверку руководителю от организации отчет и получить от руководителя отзыв (приложение 3).
2. После проверки отчета устранить все неточности, ошибки, дополнить требуемой информацией и т.д.
3. Сдать отчет на проверку руководителю практикой от университета.
4. Защитить отчет у руководителя от КемГУ.

5. Получить в зачетную книжку и ведомость запись об оценке.
6. Сдать отчет и отзыв на кафедру для хранения.

8.4. Отзыв руководителя практики от организации, предприятия об уровне сформированности компетенций

Оценка результатов прохождения практики (*Приложение 3*) является неотъемлемой частью отчетных документов магистранта.

Оценка результатов обязательно содержит подпись, расшифровку подписи и печать организации-базы практики.

9. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «ИНТЕРНЕТ», необходимых для проведения практики

а) основная литература:

- Положение о порядке проведения практики студентов Кемеровского государственного университета. КемГУ-СМК-ППД-.6.2.3-2.1.6-156, принятое Ученым советом КемГУ 25.02.2015г.
- рабочая программа практики по получению первичных профессиональных умений и навыков

б) дополнительная литература:

- ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент»;
- ОПОП по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент».

в) ресурсы сети «Интернет»

Официальный сайт Администрации Кемеровской области - <http://www.ako.ru/>

Сайт журнала «Маркетинг в России и за рубежом» - <http://mavriz.ru>

Интернет-проект «Корпоративный менеджмент», журнал «Практический маркетинг» - <http://www.cfin.ru/press/practical/>

Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент» - www.ecsocman.edu.ru

Федеральная служба государственной статистики - <http://www.gks.ru/>
сайты организаций.

10. Перечень информационных технологий, используемых при проведении учебной практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Используется то программное обеспечение, которое предлагает образовательная организация, в том числе помещения для самостоятельной работы с выходом в Интернет, ресурсы ЭБС и пр.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики по получению первичных профессиональных умений и навыков

Помещения, соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ, где студенты могли бы работать с документами и электронными информационными ресурсами .

12. Иные сведения и материалы

12.1. Место и время проведения практики

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков проводится в структурных подразделениях образовательной организации.

12.2. Особенности реализации практики для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся созданы фонды оценочных средств, адаптированные для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе. Форма проведения текущей аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере и т.п.). На процедуру защиты отчета по практике приглашается сопровождающий, который обеспечивает техническое сопровождение студенту. При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на вопросы.

Составители: В.Г. Шадрин, заведующий кафедры Маркетинга и бизнес-коммуникаций

(фамилия, инициалы и должность преподавателя (ей))

Приложение 1

Федеральное государственного бюджетное образовательное учреждения
высшего образования «Кемеровский государственный университет»
Институт экономики и управления

Рабочий график (план) практики

Студент

ФИО

Направление подготовки _____

(шифр, наименование)

направленность _____ (профиль)
подготовки _____

Курс _____

Форма обучения _____

институт/факультет _____ группа _____

Вид, тип, способ прохождения практики

Срок прохождения практики

с _____ по _____

Руководитель практики от организации (вуза), контактный
телефон _____

ФИО полностью, должность

Руководитель практики от профильной организации, контактный
телефон _____

ФИО полностью, должность

Индивидуальное задание на
практику: _____

Рабочий график (план) практики

Содержание	Срок	Планируемые результаты
------------	------	------------------------

практики (содержание работ)	выполнения	
1.		
2.		
3.		
4. Подготовка отчета		

Проведен инструктаж практиканта по технике безопасности, пожарной безопасности, требованиям охраны труда, ознакомление с правилами внутреннего распорядка _____. Число, месяц, год проведения инструктажа _____

_____ ФИО инструктирующего от организации (вуза), должность, подпись

Индивидуальное задание, содержание и планируемые результаты практики _____ согласованы

« ____ » _____ 201 ____
подпись руководителя практики от профильной организации, расшифровка подписи

Задание принял к исполнению: _____ / _____
« ____ » _____ 201 ____
подпись обучающегося, расшифровка подписи

«Кемеровский государственный университет»
КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ

ОТЧЕТ
О прохождении практики по получению первичных профессиональных умений и навыков

магистранта института экономики и управления

(ФИО)

Направление 38.04.02 «Менеджмент»

Направленность «Маркетинговые коммуникации и реклама»

База практики:
Кафедра маркетинга и бизнес-коммуникаций
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Руководитель практики от организации:

(ФИО руководителя и его подпись, на которую ставится печать предприятия)

Научный руководитель:

(ФИО руководителя, ученая степень, должность)

Кемерово 20 ____

Оценка результатов прохождения практики

За время прохождения *учебной практики в ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет» на кафедре маркетинга и бизнес-коммуникаций*

с «_____» _____ 20__ г. по «_____» _____ 20__ г.
обучающийся

(институт, факультет, ФИО студента)

продемонстрировал следующие результаты

Оцениваемые результаты			
Код компетенции	Результаты освоения ООП Содержание компетенций (в соответствии с ФГОС)	перечень сформированных результатов	Оценка (критерии и шкала используется установленная в программе практики) с обоснованием Шкала оценок*: сформировано - положительная оценка, <i>результат обучения сформирован достаточно</i> ; не сформировано – отрицательная оценка, результат обучения не сформирован.
ОК-1	Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	<u>Знать:</u> - процессы мысленного или фактического разложения на составные части и воссоединения целого из частей; - сущность и особенности применения приемов анализа и синтеза в профессиональной деятельности. <u>Уметь:</u> - выделять сущность явления, процесса (свойства, связи, отношения); - применять общенаучные приемы анализа и синтеза при решении прикладных задач управления. <u>Владеть:</u> - навыками абстрактного мышления, анализа и синтеза при исследовании проблем управления.	
ОК-3	Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	<u>Уметь:</u> - реализовывать приобретенные знания, умения, навыки в профессиональной деятельности.	

ОПК-3	Способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные этапы и последовательность проведения исследования; - способы формулировки проблемной ситуации; - способы обоснования практической значимости результатов исследования. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - формулировать и обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы исследования; - самостоятельно организовывать и проводить исследование на всех этапах. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - методами проведения исследований по избранной теме; - навыками проведения самостоятельных исследований 	
ПК-6	способность обобщать и критически оценивать результаты исследования актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	<p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - формулировать и структурировать цели и задачи исследования проблем управления; - проводить анализ ситуации. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками критически оценивать и обобщать результаты исследований актуальных проблем управления 	
ПК-7	способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - формы представления результатов проведенного исследования; - требования и стандарты к подготовке научных докладов и оформлению публикаций; - источники информации о научных изданиях, научных исследовательских центрах страны и региона. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - обобщать и систематизировать результаты проведенного научного исследования; - отбирать материал и готовить сообщения, доклады, обзоры, научные публикации, иные материалы по собственному научному исследованию, а также готовить презентации к сообщениям; - оценивать и интерпретировать полученные результаты, соотносить результаты собственных исследований с другими исследованиями в 	

		данной отрасли знания. <u>Владеть:</u> - навыками письменного и устного представления результатов научного исследования.	
ПК-8	способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	<u>Знать:</u> - основные этапы и последовательность проведения исследования; - способы формулировки проблемной ситуации; - способы обоснования теоретической практической значимости результатов исследования. <u>Уметь:</u> - обосновывать актуальность избранной темы исследования; - обосновывать практическую и теоретическую значимость результатов проведенного исследования. <u>Владеть:</u> - методами самостоятельного проведения исследований по избранной теме; - навыками доказательного объяснения актуальности и практической и теоретической значимости результатов исследования	
ПК-9	способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	<u>Знать:</u> - методы сбора, обработки, анализа и систематизации информации по теме исследования, методы и приемы решения задач исследования; - основные требования по организации научно-исследовательской работы (технологии, процедуры и методики). <u>Уметь:</u> - организовывать и проводить собственные научные исследования; - применять инструментарий для проведения самостоятельных научных исследований и разработок; - обрабатывать и анализировать эмпирические данные. <u>Владеть:</u> - навыками организации и проведения всех этапов научного исследования; - методологией и методикой проведения собственных научных исследований; - навыками самостоятельной научной и исследовательской	

		работы.	
--	--	---------	--

Шкала оценок*:

сформировано - положительная оценка, *результат обучения* сформирован достаточно (отсутствие существенных замечаний, глубокие профессиональные знания);

не сформировано – отрицательная оценка, результат обучения не сформирован (наличие значительных ошибок).

Руководитель практики от организации

Рекомендуемая оценка (положительная/отрицательная оценка результатов обучения)

_____ / _____

(должность, ФИО)

Подпись (м.п.) _____ Дата «__»

_____ 201__ г.

Итоговая оценка (учебной практики)**

Руководитель практики от организации (вуза)

(должность, ФИО)

Дата «__» _____ 201__ г.

**Итоговую оценку результатов выставляет руководитель практики от вуза с учетом критериев и шкалы оценивания, представленной в программе практики.