

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

Экономический факультет

Рекомендовано МССН

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Наименование производственной практики:

ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

Рекомендуется для направления подготовки/специальности

38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Направленность программы (профиль)

СОВРЕМЕННЫЙ МАРКЕТИНГ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ

Квалификация выпускника

МАГИСТР

Преддипломная практика студентов является одним из важных этапов обучения в магистратуре. Она является составной частью основной образовательной программы по направлению «Менеджмент», магистерской программы «Современный маркетинг и управление продажами». Преддипломная практика непосредственно ориентирована на профессионально-практическую подготовку, органично дополняющую процесс обучения магистрантов.

1. Цели преддипломной практики

Основными целями преддипломной практики магистров являются:

- развитие профессиональных знаний в сфере избранной специальности, закрепление полученных теоретических знаний по дисциплинам направления и специальным дисциплинам магистерских программ;
- ознакомление с основными видами и задачами будущей профессиональной деятельности
- закрепление и углубление теоретической подготовки магистрантов;
- овладение необходимыми профессиональными компетенциями по избранному направлению специализированной подготовки;
- расширение профессионального кругозора;
- приобретение практических навыков в научной деятельности;
- углубление практических навыков в операционной и маркетинговой сфере;
- изучение опыта работы предприятий и организаций России в сфере деятельности, соответствующей направлению 38.04.02 Менеджмент
- сбор, обобщение и анализ материалов по теме выполняемой магистерской диссертации

2. Задачи преддипломной практики

- изучение фундаментальной и периодической литературы, нормативных и методических материалов по вопросам, разрабатываемым студентом в выпускной квалификационной работе (магистерской диссертации);
- закрепить теоретические знания, полученные студентами в процессе обучения по магистерской программе «Современный маркетинг и управление продажами»;
- овладеть специальными навыками решения практических задач;
- приобрести практический опыт работы в команде, профессионального поведения и профессиональной этики;
- исследовать затруднительные и спорные ситуации по вопросам ведения деятельности на определённом рынке, интерпретации результатов маркетинговых исследований, составлении плана маркетинга и его реализации;
- ознакомиться с направлениями и тематикой научно-исследовательских учреждений в области международного маркетинга, а также их результатами;
- осуществить сбор материалов для выпускной квалификационной работы - магистерской диссертации

Основными принципами проведения преддипломной практики студентов являются: интеграция теоретической и профессионально-практической, учебной и научно-исследовательской деятельности студентов.

3. Место преддипломной практики в структуре ОП ВО

Преддипломная практика относится к блоку 2 «Практики», Б2.0.02(Пд), который в полном объеме относится к вариативной части программы. Преддипломная практика является обязательной и предшествует подготовке и защите магистерской выпускной квалификационной работе. Данная дисциплина базируется на таких предшествующих предметах как Ей предшествует изучение таких учебных дисциплин, как «Управленческая экономика», «Методы исследований в менеджменте», «Современный стратегический

анализ», «Профессиональный иностранный язык», «Маркетинговое планирование», «Управление маркетингом», «Управление продажами» и т.д.

Входными требованиями являются знания студента о роли, функции и задачи менеджера и маркетолога в современной организации; основные бизнес-процессы в организации; принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования; основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля; содержание маркетинговой концепции управления; методы маркетинговых исследований; основы маркетинговых коммуникаций. Студент должен также уметь ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных маркетинговых функций; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований; ставить и решать задачи тактического маркетинга, а также владеть методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль), методами разработки и реализации маркетинговых программ. Производственная (преддипломная) практика проводится в следующих формах:

научно-исследовательская работа;

практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности;

технологическая практика;

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности.

4. Формы проведения преддипломной практики

Преддипломная практика магистров проводится в следующих формах:

- работа студентов с бизнес-процессами компании (сфера внутреннего маркетинга), управленческой и маркетинговой документацией непосредственно в организации;
- осуществление функциональных обязанностей в структуре организации, направленных на осуществление маркетингового процесса;
- проведение студентами «полевых» исследований по направлению исследования.

Преддипломная практика осуществляется в форме выполнения реального или учебного исследовательского проекта, который может быть связан как с разработкой теоретического направления (метода, методики, модели и пр.), так и с изучением реальных организаций (например, в рамках консультационного проекта, проекта по разработке маркетинговой стратегии и т.д.). При прохождении практики могут применяться как «полевые», так и «кабинетные» методы исследования. Результаты преддипломной практики должны быть оформлены в письменном виде в форме статьи и отчета. Отчет по практике должен содержать материалы для написания магистерской диссертации.

5. Место и время проведения преддипломной практики

Преддипломная практика обучающихся по магистерской программе «Современный маркетинг и управление продажами» направления 38.04.02 «Менеджмент» проводится в конкретных организациях различного профиля деятельности, форм собственности и организационно-правового статуса: корпорациях и компаниях, государственных и муниципальных учреждениях, министерствах и ведомствах, в транснациональных банках, консалтинговых фирмах, научно-исследовательских институтах и центрах, вузах, в том числе РУДН, а также в других структурах. Выбор места прохождения практики определяется самостоятельно магистрантом по согласованию с научным руководителем и руководителем магистерской программы. В период практики студенты подчиняются всем правилам внутреннего распорядка и техники безопасности, установленным базой практики. Время проведения практики устанавливается утвержденным учебным планом ОП (на

третьем курсе в пятом семестре). Общая трудоемкость преддипломной практики составляет 18 зачетных единиц - 648 часов, 12 недель.

В качестве места практики могут выступать:

- подразделения предприятий и коммерческие организации различных организационно-правовых форм, отвечающие за направления, связанные с маркетинговой деятельностью;
- организации консультационной сферы, специализирующиеся на маркетинговой деятельности;
- научно-исследовательские учреждения;
- государственные учреждения и структуры;
- кафедры или другие структурные подразделения университета, где проводятся научно-исследовательская работа, соответствующая направлению подготовки магистра.

Базы практики для студентов должны отвечать следующим основным требованиям:

- соответствовать специализации подготовки магистра;
- располагать квалифицированными кадрами для руководства практикой студентов.

6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения преддипломной практики.

В результате прохождения данной практики обучающийся должен приобрести и закрепить следующие навыки, умения:

Знать:

- основные результаты современных исследований по проблемам современного маркетинга и управления продажами;
- основные понятия, методы и инструменты количественного и качественного анализа состояния маркетинга предприятия.

Уметь:

- выявлять перспективные направления научных исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы, проводить эмпирические и прикладные исследования;
- обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные;
- проводить количественное прогнозирование и моделирование результатов проведения маркетинговых мероприятий.

Владеть:

- методологией и методикой проведения научных исследований;
- навыками самостоятельной научной и исследовательской работы;
- навыками количественного и качественного анализа для обоснованного принятия управленческих решений в изучаемой области;
- информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговой деятельностью.

В результате прохождения данной практики обучающийся должен приобрести следующие профессиональные компетенции:

Универсальные компетенции

- Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-2)
- Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК-6)

Общепрофессиональные компетенции

- Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления (ОПК-1)

- Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные

информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач (ОПК-2)

- Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды (ОПК-3)

Профессиональные компетенции

- Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним мировым тенденциям (ПК-1)

- Способен находить и оценивать новые рыночные возможности, формировать и оценивать бизнес-идеи, разрабатывать бизнес-планы создания нового бизнеса (ПК-2)

- Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования (ПК-3);

- Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики (ПК-4);

- Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций (ПК-5);

- Способен управлять маркетинговой деятельностью российской международной компании (ПК-6).

- Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности (ПК-7).

7. Структура и содержание преддипломной практики

Общая трудоемкость преддипломной практики составляет 18 зачетных единиц, 12 недель 648 часов.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы на практике, включая самостоятельную работу студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля
1	Подготовительный этап	Инструктаж по сбору, обработке необходимого материала, по составлению отчета	10	ИНДИВИДУАЛЬНОЕ задание
		Инструктаж по технике безопасности	2	Подписанный лист инструктажа по технике безопасности
		Знакомство с местом прохождения практики с целью проведения анализа объекта исследования	14	Договор,

2	Научно-исследовательский этап	Сбор, обработка и систематизация фактического материала	324	Мониторинг выполнения задания
		Выполнение индивидуального задания	260	Дневник по практике, контроль по разделам практики,
3	Заключительный этап	Подготовка отчета по практике	36	Отчет, защита отчёта руководителю по практике от РУДН.
		Защита отчета	2	Оценка
		ИТОГО	648	

Предварительный этап

Содержание вводной лекции: постановка целей, задач, определение времени и места прохождения практики; знакомство с руководителями практики; инструктаж по ведению дневника практики, оформлению и защите отчета по практике; организационные вопросы прохождения практики; проведение инструктажа по технике безопасности и пожарной безопасности.

Результатом предварительного этапа должно стать заполненное индивидуальное задание на практику. Индивидуальные задания являются обязательными для исполнения студентами.

Подготовительный этап предполагает работу студента с информацией по следующим направлениям: изучение нормативно-правовых актов, сбор необходимой финансовой информации, обработка и систематизация данных.

Расчетно-аналитический этап практики направлен на подготовку отчета о результатах практики.

8. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые в процессе практике

Виды работ на практике включают кабинетные и полевые исследования.

Кабинетные исследования включают поисковые работы в открытых и закрытых источниках информации: мониторинг электронных и печатных СМИ, поиск и анализ информации открытых и закрытых баз данных, аналитика готовых исследований, анализ государственных и ведомственных статистических данных, анализ информации с выставок, отраслевых событий, специализированных каталогов и справочников, рекламно-информационных материалов.

Методами получения информации в полевых исследованиях, проводимых в ходе практики, являются: опрос работников организации, опрос экспертов в исследуемой области, наблюдение, эксперимент, а также сбор информационных материалов по направлению исследования (маркетинговых отчетов, внутренних нормативных документов организации и т.д.).

В ходе практики студенты используют технологии конспектирования, реферирования, анализа научной и методической литературы по специальности, сбора и обработки практического материала, написания отчета.

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на практике

В период прохождения преддипломной практики студенты выполняют следующие виды деятельности:

- совместно с руководителем практики разрабатывают индивидуальные задания, в которых указываются этапы отдельных работ по сбору, изучению программных, нормативных, научных и текущих материалов;
- осуществляют сбор материалов, которые могут быть использованы при написании будущей выпускной работы для наиболее полного раскрытия её темы, а также составляют основу отчета по практике;
- с помощью руководителей осуществляют анализ собранной документации, получают консультации по приемам анализа экономической информации, ее обработки, обобщения и выработки управленческих решений;
- получают консультации у руководителя практики по проблемам, возникающим в процессе ее прохождения, подбора материалов, подготовки отчета по практике;
- составляют письменный отчет о прохождении производственной практики, оформляют его в соответствии с предъявляемыми требованиями и представляют на кафедру в соответствии с назначенным сроком;
- выполняют указания руководителя практики по исправлению ошибок, неточностей в отдельных разделах отчета по практике, при проведении расчетов, аналитических исследований, выводов и предложений, подготовленных практикантом; • защищают отчет по практике в установленные сроки

Учебно-методические рекомендации для студентов по самостоятельной работе на преддипломной практике:

1. Обязанности студента при прохождении преддипломной практики. В обязанности студента при прохождении преддипломной практики входит: а) до начала прохождения практики согласовать с руководителем задание с учетом специфики места проведения практики и своих профессиональных интересов; б) при прохождении практики: - своевременно прибыть к месту практики; - полностью выполнять задания, предусмотренные программой практики и выдаваемые руководителем практики от предприятия (организации); - руководствоваться действующими в организации правилами внутреннего распорядка; - изучать и строго соблюдать правила эксплуатации оборудования, техники безопасности, охраны труда и другие условия работы в организации; - нести ответственность за выполнение работы и ее результаты наравне со штатными работниками предприятия; - вести записи в дневнике о характере выполненной работы и представлять дневник на подпись руководителю практики от базы практики; - представить руководителю практики от кафедры письменный отчет о выполнении всех заданий и защитить отчет по практике. в) по окончании практики: - информировать руководителя от кафедры о результатах прохождения практики; - подготовить отчет о прохождении практики в соответствии с предъявляемыми требованиями; сдать в течение трех дней после официального окончания практики, заверенные печатью предприятия отчет по практике, дневник практики, характеристику с оценкой личных качеств и качества выполнения программы практики; - защитить отчет о прохождении практики перед комиссией.

2. Составление отчетной документации по преддипломной практике.

Отчетная документация по практике составляется индивидуально каждым студентом и отражает содержание его деятельности в период прохождения практики, предоставляется руководителю практики от кафедры в письменном виде. Объем отчетной документации без учета приложений до 30 страниц печатного текста (формат бумаги А-4, шрифт - Times New Roman, размер шрифта -14, интервал -1,5), который включает в себя:

- 1.) Титульный лист.
- 2.) Содержание.
- 3.) Задание на производственную практику.

- 4.) Дневник прохождения практики (подпись и круглая печать).
- 5.) Отчет о прохождении практики (подпись и круглая печать).
- 6.) Организационно-экономическая характеристика предприятия.
- 7.) Характеристика с места прохождения практики (подпись и круглая печать).

8.) Приложения. В приложения включаются иллюстративные материалы: схема организационной структуры организации, должностные инструкции руководителей различного уровня, рекламные буклеты, прайс-листы и др. Рекомендуется использовать выдержки из Устава предприятия, положений о подразделении и таблицы о финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Дневник практики содержит описание работы, проделанной студентом в течение каждого дня практики и ее краткий анализ. Отчетная документация сдается руководителю практики на проверку в семидневный срок после завершения практики. В процессе защиты студент должен кратко изложить основные результаты проделанной работы. По результатам руководитель практики выставляет зачет, который заносится в зачетную книжку и экзаменационную ведомость. Указанные документы сдаются на кафедру в последний день прохождения практики. Студенты, не выполнившие программу практики по уважительной причине (документально подтвержденной), направляются на практику повторно в свободное от учебы время. Студент, не выполнивший программу практики по неуважительной причине, получивший отрицательный отзыв, несвоевременно представивший отчет о прохождении практики или получивший неудовлетворительную оценку при защите отчета, предоставляется к отчислению из РУДН, как имеющий академическую задолженность в установленном порядке. Ответственность за своевременность проведения практики и назначение должностных лиц по организации практики несет заведующий кафедрой, по которой реализуется данная основная образовательная программа. Общую организацию практики осуществляет назначенный заведующим кафедрой преподаватель, который выполняет следующие функции:

- осуществляет организационное и методическое руководство практикой студентов и контролирует ее проведение;
- готовит приказ о прохождении практики;
- организует заключение договоров с организациями, где студенты проходят практику
- организует подготовку и проведение установочной конференции перед началом практики; - организует подготовку и проведение итоговой конференции студентов по результатам практики;

Руководители практики:

- согласуют задание на практику с руководством организации;
- консультируют студентов по содержанию выполнения заданий и программы практики;
- оказывают научно-методическую помощь, рекомендуют необходимую литературу;
- контролируют ход выполнения заданий и промежуточные результаты практики;
- оказывают помощь в подготовке отчета и его презентации;

В организации, где студент проходит практику, назначается ответственный, в функции которого входит:

- организация допуска студента на предприятие;
- организация рабочего места практиканта;
- инструктаж на рабочем месте;
- конкретизация индивидуального задания,
- выдача отдельных поручений и контроль исполнения;
- организация допуска к информации, необходимой для выполнения индивидуального задания и программы практики;
- помощь по различным вопросам, связанным с выполнением индивидуального задания и рабочей программы практики;

- подготовка характеристики с места практики.

10. Форма промежуточной аттестации (по итогам практики)

Итогом практики является оформление и защита отчета в установленные сроки – последний день прохождения практики в соответствии с графиком учебного процесса. По результатам защиты отчета студенту выставляется зачет с оценкой.

В отчете должны быть приведены все полученные материалы в соответствии с заданием на практику по основным направлениям исследования, анализ полученных данных, определение проблем и перспектив развития объекта исследования.

При оформлении отчета необходимо использовать информацию и полученные знания в результате обследования и анализа различных подразделений (служб) предприятия (организации). Кроме этого необходимо использовать сведения и информацию из научно-технической, справочной и учебной литературы.

Отчет по практике является основным документом, характеризующим работу студента во время практики. Отчет составляется в соответствии с реально выполненной программой практики и должен соответствовать индивидуальному заданию.

Отчет рекомендуется составлять на протяжении всей практики по мере накопления материала.

Рекомендуемая структура отчета:

- Титульный лист.
- Оглавление.
- Задание на практику.
- Содержательная часть (в соответствии с заданием на практику).
- Заключение.
- Библиографический список

В задании на практику указываются цели и задачи практики, а также приводится индивидуальное задание магистра по практике.

В содержательной части отчета должны быть освещены все вопросы индивидуального задания.

В заключении должны быть отмечены основные результаты практики, целесообразно также привести некоторые рекомендации по совершенствованию исследованных направлений и процессов.

Отчет должен быть подписан студентом и руководителем практики от кафедры и от предприятия.

Отчет должен быть написан технически грамотно, сжато и сопровождаться необходимыми расчетами, статистикой, цифровыми данными, формулами, таблицами, эскизами, графиками.

Объем отчета: 20 - 30 стр.

Окончательно оформленный отчет проверяется руководителем практики от организации, который дает письменный отзыв о работе студента с оценкой по кредитно-модульной системе.

К отчету также прилагаются:

- индивидуальное задание практиканта;
- дневник практиканта;
- отзыв (характеристика) руководителя по практике от предприятия (от Университета) о работе студента-практиканта;

Оценка итогов практики осуществляется руководителем практики на основе анализа дневника практика, отчета студента, характеристики руководителя от базы практики и собеседования со студентом.

При оценке отчета учитываются:

- полнота и детальность выполненных разделов;
- качество выполнения индивидуального задания;

- самостоятельность проведения исследования;
- качество сделанных выводов и предложений и оценка их представителем организации.

Балльно-рейтинговая система оценки

Распределение баллов по критериям оценки практики

Основные критерии	Баллы
Срок сдачи и полнота «входящих» документов	8
Выполнение индивидуального задания, выданного на кафедре	27
Оформление отчета и дневника надлежащим образом	15
Защита отчета	40
Характеристика от руководителя предприятия	10
ИТОГО	100

Соответствие баллов и оценок

Баллы БРС	Традиционная оценка	Оценка ECTS
95-100	5	A
86-94		B
69-85	4	C
61-68	3	D
51-60		E
31-50	2	FX
0-30		F
51-100	Зачет	Passed

Критерии оценивания уровня освоения компетенций

1	2	3
<p>Отчет по практике оформлен надлежащим образом, задание на практику выполнено в полном объеме. Руководитель практики от предприятия оценил прохождение практики с оценкой «отлично»</p> <p>Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен с использованием научных терминов.</p> <p>В случае индивидуального прохождения практики, индивидуальное задание, выданное на кафедре, соответствует задачам практиканта, выданным на предприятии. В отчетной документации четко обозначены результаты решения задач, поставленных кафедрой в Индивидуальном задании</p> <p>Все необходимые документы (входящие и отчетные) сданы и зарегистрированы на кафедре не позднее утвержденных кафедрой сроков.</p>	<p>95-100%</p>	<p>5(5+)</p>

<p>(В) 5 Допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью «наводящих» вопросов преподавателя. Нарушены сроки предоставления входящих документов сроком не более чем на 2 дня.</p>	86-94%	
<p>Отчет по практике оформлен надлежащим образом, задание на практику выполнено в полном объеме. Руководитель практики от предприятия оценил прохождение практики с оценкой «отлично» или «хорошо» Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Могут быть допущены 1-2 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно. Все необходимые отчетные документы сданы и зарегистрированы на кафедре не позднее утвержденных кафедрой сроков. Нарушены сроки предоставления входящих документов сроком не более чем на 2 дня.</p>	69-85%	4
<p>Отчет по практике оформлен надлежащим образом, задание на практику выполнено в полном объеме. Руководитель практики от предприятия оценил прохождение практики положительной оценкой Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции. Результаты индивидуального задания, выданного на кафедре, признаны выполненными не в полном объеме. Нарушены сроки предоставления входящих документов сроком не более чем на 5 дней. Все отчетные документы сданы и зарегистрированы на кафедре не позднее утвержденных кафедрой срокам.</p>	61-68%	3+
<p>Отчет по практике оформлен надлежащим образом, задание на практику выполнено не в полном объеме. Руководитель практики от предприятия оценил прохождение практики положительной оценкой Дан неполный ответ, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, теорий, явлений, вследствие непонимания студентом их существенных и несущественных признаков и связей. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть конкретные проявления обобщенных знаний не показано. Речевое оформление требует поправок, коррекции. Результаты индивидуального задания, выданного на кафедре, признаны выполненными не в полном объеме. Нарушены сроки предоставления входящих документов сроком не более чем на 5 дней. Все отчетные документы сданы и зарегистрированы на кафедре не позднее утвержденных кафедрой срокам.</p>	51-60%	3
<p>Отчет по практике оформлен надлежащим образом, задание на практику выполнено в не полном объеме. Руководитель практики от предприятия</p>	Fx 41-50%	2+

оценил прохождение практики с оценкой «удовлетворительно» или «неудовлетворительно» Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы по выполненному заданию на практику. Нарушены сроки предоставления входящих документов сроком не более чем на 5 дня. Предоставлен не полный пакет документ.		
Отчет по практике оформлен не надлежащим образом, задание на практику выполнено не в полном объеме. Не получены ответы по базовым вопросам дисциплины. Нарушены сроки предоставления входящих документов сроком не более чем на 5 дня. Предоставлен не полный пакет документ. Документы не сданы.	F 35-40%	2

Также в процессе прохождения практики руководителем программы могут проводиться опросы студентов о ходе прохождения практики, а также дискуссионные мероприятия (Круглый стол, полемика, диспут, дебаты) с целью обмена опытом и укрепления знаний и компетенций учащихся, вырабатываемых в ходе практики.

11. Учебно-методическое и информационное обеспечение преддипломной практики

Основная литература:

1. Чернышева Анна Михайловна. Промышленный (B2B) маркетинг [Текст] : Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. - М. : Юрайт, 2018. - 433 с. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-00628-5
2. Чернышева Анна Михайловна. Управление продуктом [Текст] : Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. - М. : Юрайт, 2018. - 373 с. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-01486-0

Дополнительная литература:

1. Ямпольская Диана Олеговна. Маркетинговый анализ: технология и методы проведения [Текст] : Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Д.О. Ямпольская, А.И. Пилипенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт , 2018. - 268 с. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-06305-9 : 659.00.

в) Нормативная литература:

1. ФЗ РФ № 2300-1 от 07.02.1992 «О защите прав потребителей» (редакция 24.07.2015)
2. Гражданский кодекс Российской Федерации
3. ФЗ РФ № 381 от 28.12.2009г. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации
4. ФЗ РФ №153 от 26.07.2006г. О защите конкуренции
5. ФЗ РФ №38 от 13.03.2006г. О рекламе

Периодические издания:

1. Маркетинг в России и за рубежом
2. Секрет фирмы
3. Маркетинг PRO
4. Маркетинг и маркетинговые исследования
5. Генеральный директор

Русскоязычные Интернет-ресурсы:

1. www.aup.ru
2. www.rbc.ru
3. www.marketing.spb.ru
4. www.cfin.ru

12. Материально-техническое обеспечение преддипломной практики

- Технологическое оборудование предприятия (организации)
- Компьютерное оборудование профильной кафедры

ауд.	Наименование	Наименование
17	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 2 шт., звуковая трибуна - 1 шт., экран - 2 шт.
19	Компьютерный класс	Компьютеры Pentium 4-1700/256MB/cd/audio - 21 шт., мультимедиа проектор PanasonicPT-LC75 - 1 шт. , экран -1 шт.
21	Компьютерный класс	Компьютеры Celeron 2600/512MB/cd/audio- 21 шт., мультимедиа проектор PanasonicPT-LC75 - 1 шт , экран -1 шт.
23	Компьютерный класс	Компьютеры Celeron 2600/512MB/cd/audio - 21 шт., мультимедиа проектор PanasonicPT-LC75 - 1 шт., экран - 1 шт.
25	Компьютерный класс	Компьютеры Celeron 766/256MB/audio - 21 шт., мультимедиа проектор PanasonicPT-LC75 - 1 шт., экран - 1 шт.
27	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 1 шт., экран - 1 шт.
29	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 1 шт., экран - 1 шт.
101	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 2 шт., звуковая трибуна - 1 шт., экран -2 шт.
103	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 1 шт., экран -1 шт.
105	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 1 шт., экран -1 шт.
107	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 1 шт., экран -1 шт.
109	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 1 шт., оборудование конференц-связи, DVD- рекодер, звуковое оборудование, экран - 1 шт.
300	Компьютерный класс	Компьютеры Pentium 4-C2D 1860/1024MB/cd/audio - 15 шт., мультимедиа проектор AcerP1265 - 1 шт, экран -1 шт.
1	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 1 шт., экран - 1 шт.
2	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 1 шт., экран - 1 шт.
1к	Учебная аудитория	Моноблок (ТВ с видеоманитофоном) - 1 шт.
2к	Учебная аудитория	Моноблок (ТВ с видеоманитофоном) - 1 шт.
Конф. зал	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 1 шт., звуковое оборудование

Зал 4 библ.	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 1 шт., экран -1 шт.
----------------	-------------------	--

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Содержание высшего образования и условия организации обучения в «РУДН» магистрантов с ограниченными возможностями здоровья определяются адаптированной образовательной программой (при необходимости), а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида. Обучение по образовательной программе высшего образования магистрантов с ограниченными возможностями здоровья осуществляется РУДН с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких лиц. В «РУДН» созданы специальные условия для получения высшего образования магистрантам с ограниченными возможностями здоровья. Под специальными условиями для получения высшего образования магистрантами с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения, воспитания и развития таких лиц, включающие в себя использование специальных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего магистрантам необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания РУДН и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ лицам с ограниченными возможностями здоровья. В целях доступности получения высшего образования магистрантам с ограниченными возможностями здоровья РУДН обеспечивается: для магистрантов с ограниченными возможностями здоровья по слуху - услуги сурдопереводчика и обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации; для магистрантов, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия обеспечивают возможность беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения РУДН, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и других приспособлений). Образование студентов (слушателей) с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими студентами (слушателями), так и в отдельных группах. С учетом особых потребностей магистрантов с ограниченными возможностями здоровья РУДН обеспечивается предоставление учебных, лекционных материалов в электронном виде. С учетом особых потребностей магистрантов с ограниченными возможностями здоровья в университете предусмотрена возможность обучения по индивидуальному плану

13. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по преддипломной практике

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Промежуточная аттестация по преддипломной практике осуществляется в форме дифференцированного зачета (зачета с оценкой). Для получения зачета обучающийся представляет отчет, который выполняется по результатам прохождения практики с учетом (анализом) результатов проведенных работ, и отзыв руководителя практики.

Уровни формирования компетенций

Пороговый уровень:

- предполагает формирование компетенций на начальном уровне: принимать сбалансированные управленческие решения при анализе взаимосвязи между функциональными стратегиями организации;

- студент способен подготовить отчет в соответствии с программой практики.

Базовый уровень:

- предполагает формирование компетенций на более высоком уровне: осуществлять поэтапный контроль реализации бизнес-планов с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента

- студент способен самостоятельно подготовить доклад для защиты отчета о практике.

Продвинутый уровень:

- предполагает формирование компетенций на высоком уровне, готовность к самостоятельной профессиональной деятельности: осуществлять документальное оформление решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов;

- студент способен самостоятельно формулировать выводы и аргументировать собственную точку зрения на основе анализа организации и управления деятельностью предприятия.

Содержание оценочных средств

Оценочные средства для промежуточной аттестации по преддипломной практике представлены вопросами, которые необходимо отразить в отчете по практике, требованиями к содержанию защиты отчета по практике, базой вопросов для собеседования на защите отчета о практике.

Вопросы, которые должны быть отражены в отчете о практике, определяются программой практики, содержанием формируемых компетенций.

Содержание защиты отчета по практике определяется структурой отчета о практике. Оно должно отражать основные результаты и выводы, сделанные студентом в результате исследования вопросов в соответствии с программой практики.

Вопросы для собеседования на защите отчета по практике предполагают подготовку ответа, подтверждающего высокий уровень сформированности общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, демонстрирующего способность аргументации собственной позиции по предложенному вопросу.

Оценочные средства для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей. Собеседование проводится только при наличии отчета по практике. Студент готовится к защите отчета по материалам преддипломной практики. Собеседование проводится в форме заслушивания отчета и ответов на вопросы руководителя преддипломной практики и членов комиссии.

При защите отчета по практике оцениваются:

- соответствие содержания отчета цели и задачам практики;

- полнота и глубина разработки информации согласно поставленным задачам и цели практики;

- наличие в отчете выводов, предложений по решению выявленных проблем;

- степень проработанности литературных источников;

- использование вычислительной и экспериментальной техники при проведении исследований;
- степень самостоятельности при выполнении работы;
- навыки ведения научных исследований, теоретический анализ, обобщение и оформление работы;
- ответы на вопросы.

Критерии оценивания уровня освоения компетенций

Критерии	Продвинутый	Базовый	Пороговый	Компетенции не сформированы
Наличие отчета, ответы на вопросы собеседования	Представлен отчет по практике, отражающий основные выводы по результатам прохождения практики. Студент свободно поясняет содержание отчета и отвечает на вопросы	Представлен отчет по практике, отражающий основные выводы по результатам исследования	Представлен отчет по практике	Отчет по практике не представлен
Владение понятийным аппаратом	Свободно владеет понятийным аппаратом, умеет использовать его при анализе экономических явлений	Владеет понятийным аппаратом, но при использовании его допускает неточности	В основном знает содержание понятий, но допускает ошибки в их использовании	Не владеет основными понятиями по предмету
Владение фактическим материалом по теме	Знание и свободное владение фактическим материалом по теме	Незначительные неточности в изложении фактического материала	Испытывает затруднения в изложении фактического материала	Не владеет фактическим материалом
Знание принципов принятия и реализации управленческих решений в конкретных ситуациях	Достаточно глубоко знает принципы принятия и реализации решений	Допускает незначительные ошибки при определении принципов принятия решений	Испытывает значительные затруднения при определении принципов принятия решений	Отсутствуют знания основных принципов принятия решений
Умение выявлять и анализировать проблемы управленческого характера в конкретных ситуациях	Умеет выявлять и анализировать проблемы и предлагает способы их решения	Умеет оценивать результат. Допускает отдельные неточности и затруднения при анализе и выявлении проблем и предложении решений	Испытывает значительные трудности при анализе фактического материала и формировании решения проблем	Не умеет анализировать и выявлять проблемы экономического характера в конкретных ситуациях

Логичность изложения материала	Свободное владение речью, логичность и последовательность в изложении материала	Испытывает отдельные затруднения в логичности и последовательности изложения материала	Материал в значительной степени излагается бессистемно и с нарушением логических связей	Отсутствие логики в изложении материала
--------------------------------	---	--	---	---

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины Управление маркетинговыми проектами (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

Разработчики:

Зав. кафедрой Маркетинга
К.э.н., профессор

Зобов А. М.

Ст.преподаватель кафедры маркетинга

Калыгина В.В.

Руководитель программы
Зав. кафедрой Маркетинга
К.э.н., профессор

Зобов А. М.

Заведующий кафедрой

К.э.н., профессор

Зобов А. М.

Кафедра Маркетинга

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ

38.04.02. «Менеджмент»

Современный маркетинг и управление продажами

Магистр

Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине

ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

Направление/Специальность: 38.03.02. «Менеджмент»

Дисциплина: Преддипломная Практика

Код контролируемой компетенции или ее части	Контролируемый раздел	ФОСы (формы контроля уровня освоения ООП)							Аттестация	Дифференциальный зачет		Баллы этапа
		Работа под руководством преподавателя			Самостоятельная работа					Отчет	Защита	
		Инструктаж по сбору, обработке необходимого материала, по составлению отчета. Инструктаж по технике безопасности	Оформление индивидуального задания	Тест	Собеседование, дискуссии	Обработка информации	Дневник	Отчет	Индивидуальное задание			

УК-2, УК-6	Подготовительный этап	5	5	5	5					5			25
УК-2, УК-6, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7	Научно-исследовательский этап					5		15	25			5	50
УК-2, УК-6, ОПК-3	Заключительный этап					5	5				15		25
	Итого	5	5	5	5	10	5	15	25	5	15	5	100

Оформление рекомендуемых тем
(Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты)

Кафедра Маркетинга

Перечень дискуссионных тем для круглого стола (Дискуссия, полемика, диспут, дебаты) по Преддипломной практике

1. Организация маркетинговой деятельности и службы на предприятии прохождения практики
2. Особенности PR-активности на предприятии прохождения практики
3. Основные проблемы формирования комплекса маркетинга на предприятии прохождения практики
4. Организационная структура предприятия прохождения практики и распределение функциональных элементов маркетинга
5. Перспективы использования элементов ИТ автоматизации в функции маркетинга на предприятии прохождения практики.

Критерии оценки:

(в соответствии с существующей нормативной базой)

Зав. кафедрой Маркетинга

К.э.н., профессор

Зобов А. М.

Ст.преподаватель кафедры маркетинга

Калыгина В.В.

Кафедра Маркетинга

ВОПРОСЫ ДЛЯ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ЗАДАНИЯ И ЗАЩИТЫ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

1. Краткая характеристика организации прохождения практики
2. Форма собственности и основные направления деятельности организации;
3. Направления развития организации.
4. Задачи и функции, выполняемые подразделением, в котором студент проходил практику;
5. Структура подразделения маркетинга в организации
6. Взаимодействие отдела маркетинга с другими подразделениями компании
7. Форма отчетности в организации
8. Форма отчетности в подразделении маркетинга
9. Основные функции подразделения
10. Предложения практиканта по повышению эффективности работы подразделения маркетинга
11. Основные КРІ сотрудников подразделения, где студент проходил практику
12. Маркетинговые стратегии компании
13. Факторы макро- и микроокружения компании
14. SWOT анализ компании

Составитель:

Зав. кафедрой Маркетинга
К.э.н., профессор

Зобов А. М.

Ст.преподаватель кафедры маркетинга

Калыгина В.В.

Комплект тестовых заданий

1. *Какому типу клиента на основе ABC-анализа клиентской базы в первую очередь следует проявлять максимум активности, направленной на регулярность заказов:*
 - A. AY
 - B. BY
 - C. AZ
 - D. BX
 - E. правильного ответа нет

2. *Назовите известные Вам параметры, которые используются при ABC-анализе ассортимента*
3. *Назовите известные Вам примеры, когда мы можем рассматривать конкурента как комплементарную организацию (не менее 3-х)*
4. *Дополните список направлений производственно-сбытовой функции маркетинга:*
 - A. Товарная политика
 - B. Ценовая политика
 - C. Сбытовая политика
 - D. Кадровая политика
 - E. _____
5. *Дополните недостающую основную задачу маркетингового управления:*
 - A. Выработка маркетинговых решений
 - B. _____
 - C. Формирование и обслуживание системы маркетинга

6. *В каком случае компания может принять решение о сужении товарного ассортимента*
7. *К функциям маркетинга НЕ относятся:*
 - A. Инновационная
 - B. Аналитическая
 - C. Сбытовая
 - D. Продуктивно-производственная
8. *Дополните основные составляющие операционного маркетинга:*
 - A. Выбор целевого сегмента
 - B. План маркетинга
 - C. Разработка комплекса маркетинга
 - D. Бюджет маркетинга
 - E. _____
9. *Какие характеристики НЕ отражают сути операционного маркетинга:*
 - A. Ориентация на действия
 - B. Межфункциональная организация
 - C. Повседневный менеджмент
 - D. Стабильная среда
 - E. Упреждающее поведение
 - F. Все отражают
 - G. Ни одна не отражает
10. *Дополните недостающую основную задачу маркетингового управления:*
 - A. Выработка маркетинговых решений
 - B. _____

С. Формирование и обслуживание системы маркетинга

11. Планирование маркетинга для товарной номенклатуры осуществляется на уровне:

- a. А. Компании
- b. Б. Стратегического коммерческого подразделения
- c. С. Отделения маркетинга товара
- d. Д. На всех уровнях

12. Пробный маркетинг помогает определить:

- A. Следует ли приступать к производству товара
- B. Следует ли выводить товар на глобальный рынок
- C. Какие средства продвижения следует применять, и от каких лучше отказаться при выводе товара на глобальный рынок
- D. Все ответы правильные
- E. Ни один ответ не правильный

13. «Зависший» товар это... Выберите правильные ответы:

- A. Товар, который лежит на складе в течение периода, значительно превышающего средний цикл продаж
- B. Товар, по которому не было осуществлено ни одной продажи в течение определенного периода времени
- C. Товар, которого больше всего на складе
- D. Товар, который не доставлен вовремя на склад из-за транспортных проблем
- E. Товар, стоимость остатка которого превышает стоимость остальных товаров, находящихся на данном складе

14. Побудить потребителей к повторным покупкам и привлечь к продукту новых покупателей является основными целями по маркетингу на стадии:

- A. Внедрения
- B. Роста
- C. Зрелости
- D. Спада
- C. ____

15. ROS (Коэффициент рентабельности продаж) отражает:

- A. прибыльность продукта на каждый вложенный рубль
- B. Чистую прибыль, которую приносят продажи данного продукта
- C. Валовую прибыль, которую приносят продажи данного продукта
- D. Период окупаемости затрат на продвижение продукта

16. Задачей товарной политики является?

- A. управление жизненным циклом товаров и их конкурентоспособностью
- B. Поиск потребителей, желающих приобрести товар
- C. Производить как можно больше товаров
- D. все ответы верны
- E. Правильного ответа нет

17. Дополните список направлений производственно-сбытовой функции маркетинга:

- A. Товарная политика
- B. Ценовая политика
- C. Сбытовая политика
- D. Кадровая политика

18. Какие из нижеперечисленных факторов конкуренции относятся к рынку В-2-В(4 из 8):

- a. Функциональные выгоды
- b. Надежность продукции

- c. Послепродажное обслуживание
 - d. Мода
 - e. Способность продукции решить задачи потребителя
 - f. Брэнд товаров и услуг
 - g. Доступность товаров-заменителей
 - h. Способность товара отличать социальный статус потребителя.
19. Какие из нижеперечисленных характеристик относятся к динамическим рынкам (4 из 8):
- a. Высококонкурентные, незащищенные рынки, имеющие доступ со всего мира
 - b. Множество товаров заменителей, постоянное изменение технологий
 - c. Востребованная продукция, которая легко объединяется в портфели продукции
 - d. Низкий уровень лояльности, клиенты предпочитают новые и совершенные предложения
 - e. Исторические, политические, социальные потрясения
 - f. Доступность информации, позволяющей менять поставщиков по усмотрению покупателей
 - g. Распространенность коррупции, опасность судебных процессов
 - h. Географическая удаленность, длинные каналы дистрибуции.
20. Кто из нижеперечисленных сторон не является участником рынка В-2-В:
- a. Розничные торговцы
 - b. Некоммерческие организации
 - c. Правительство
 - d. Домохозяйства.
21. Какие из нижеперечисленных услуг относятся к услугам, формирующим послепродажную добавленную стоимость на рынке В-2-В (4 из 8):
- a. Стратегические обязательства, вытекающие из установленных взаимоотношений
 - b. Разработка нового товара (услуги)
 - c. Политика поддержки взаимоотношений с клиентами
 - d. Помощь, совет и уровень квалификации
 - e. Промоушен, репутация и коммуникации в корпорации
 - f. Доступ к информации
 - g. Услуги по управлению и консультированию
 - h. Упаковка
22. К какому виду товаров на рынке В-2-В относится управленческие услуги:
- a. Корпоративные расходные материалы и текущее обслуживание
 - b. Материалы и запасные части
 - c. Средства производства
 - d. Организационные товары.
23. Какие из нижеперечисленных характеристик относятся к сложным рынкам (4 из 8):
- a. Долгосрочные контракты, предусматривающие послепродажное обслуживание
 - b. Несложная продукция
 - c. Длинные и сложные цепочки дистрибуции
 - d. Короткая цепочка дистрибуции
 - e. Крупные подразделения, наделенные правом принятия решения: сфера принятия решений о покупке определяется сложно
 - f. Доступность информации, позволяющей менять поставщиков по усмотрению покупателей
 - g. Зарубежные удаленные рынки, характеризующиеся сложными и разнообразными культурными факторами.
 - h. Высококонкурентные, незащищенные рынки, имеющие доступ со всего мира.
24. Что является важнейшим элементом брендинга на рынке В-2-В:
- a. Устремления, связанные с определенным образом жизни
 - b. Компетентность

- c. Все ответы верны
 - d. Правильного ответа нет
25. В качестве мировых цен на продукцию производственно-технического назначения принимаются:
- a. цены каталогов торговых фирм
 - b. внутренние оптовые цены в странах с развитой экономикой
 - c. биржевые котировки на крупнейших биржах
 - d. цены основных фирм производителей
26. Какие из нижеперечисленных методов маркетинговых исследований на рынке В-2-В является наименее затратным:
- a. Вторичное исследование (исследование по печатным материалам)
 - b. Фокус-группы
 - c. Опросы по почте
 - d. Пробный маркетинг
27. Чем отличается рынок В-2-В от рынка В-2-С:
- a. продуктом
 - b. потребителем
 - c. производителем
 - d. ничем не отличается
28. Какие из нижеперечисленных характеристик относятся к рынку В-2-В (4 из 8):
- a. Стремление к увеличению прибыли. Такие показатели как объем продаж и доля рынка не настолько важны, как в потребительском маркетинге.
 - b. Основные клиенты рынка – домохозяйства.
 - c. Выявление потребностей клиента, для чего требуется понимание экономических механизмов поведения клиентов, знание структуры отрасли, в рамках которой они действуют, и их конкурентных стратегий.
 - d. Сделка купли-продажи предусматривает приобретение товара конечным покупателем.
 - e. Изменения в маркетинговой стратегии, скорее всего, потребуют принятия инвестиционных обязательств для приобретения нового оборудования, внесения изменений в опытно-конструкторскую работу либо отказа от традиционных методов инжиниринга и производства.
 - f. Продукт редко бывает стандартным, и его приходится «изобретать»
 - g. Все обязательства продавца выполнены в момент приобретения товара
 - h. Сопутствующие услуги часто более важны, чем сам продукт.
29. Производитель обычно поднимает свои цены, если:
- a. имеет незанятые производственные мощности
 - b. не может выполнить все заказы
 - c. считает спрос эластичным
 - d. стремится увеличить объем заказов
30. Какой аспект сегментирования относится к уникальному аспекту рынка В-2-В:
- a. сегментирование на основе демографических переменных
 - b. сегментирование на основе психографических переменных
 - c. сегментирование на основе операционных переменных
 - d. правильного ответа нет
31. Какой из типов ситуации закупки относится к рынку В-2-В:
- a. повторная закупка без изменений
 - b. повторная закупка с изменениями
 - c. закупка для решения новых задач
 - d. Все ответы верны
32. Выделите виды международного маркетинга по степени интернационализации компании:

- a. Внутренний маркетинг;
 - b. Экспортный маркетинг;
 - c. Внешнеторговый маркетинг;
 - d. Маркетинг научно-технического сотрудничества;
 - e. Территориальный маркетинг;
 - f. Гендерный маркетинг.
33. Выберите критерии сегментации по социокультурному признаку:
- a. образ жизни;
 - b. язык;
 - c. отношение к товару;
 - d. уровень урбанизации;
 - e. повод для совершения покупки;
34. Какие стратегии внедрения на зарубежный рынок характеризуются низким качеством контроля?
- a. косвенный экспорт
 - b. прямой экспорт
 - c. прямое инвестирование
 - d. лицензирование
 - e. совместные предприятия
 - f. франчайзинг.
35. Факторами международной маркетинговой природно-географической среды являются:
- a. Среднегодовая температура воздуха в стране
 - b. Экологическая обстановка в стране
 - c. Внешнеэкономическая политика страны
 - d. Политический курс страны
 - e. Степень валютного контроля
36. Международная маркетинговая среда – это:
- a. сумма национальной маркетинговой среды страны базирования, маркетинговых сред отдельных государств и глобальной маркетинговой среды
 - b. сумма национальной маркетинговой среды страны базирования и маркетинговых сред отдельных государств
 - c. сумма национальной маркетинговой среды страны базирования и глобальной маркетинговой среды
 - d. глобальная маркетинговая среда.
37. Вовлечение в деятельность на зарубежном рынке посредством создания на нем собственных сборочных или производственных предприятий:
- a. прямое инвестирование за рубежом
 - b. лицензирование
 - c. подрядное производство
 - d. управление по контракту.
38. «Серый» (параллельный) сбыт в международном маркетинге – это:
- a. нелегальный метод торговли товарами-подделками
 - b. торговля контрабандными товарами
 - c. продажа товаров под конкретной маркой по каналам сбыта, несанкционированным компанией-производителем
 - d. продажа товаров под конкретной маркой по каналам сбыта, находящимся за пределами национальных границ производителя
39. Какая стратегия ценообразования в международном маркетинге предполагает снижение цены на этапе внедрения массовых товаров?
- a. стратегия «снятия сливок»
 - b. стратегия дифференцированных цен
 - c. стратегия «Ценового лидера»

d. стратегия прорыва на рынок

Критерии оценки:

(в соответствии с существующей нормативной базой)

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций. Оценка знаний, умений, навыков, характеризующая этапы формирования компетенций по преддипломной практике, проводится в форме текущей и промежуточной аттестации. К контролю текущей успеваемости относятся проверка знаний, умений и навыков, сформированных компетенций обучающихся при собеседовании и по результатам выполнения заданий отчета в ходе индивидуальной консультации с преподавателем. Промежуточная аттестация по практике проводится с целью выявления соответствия уровня теоретических знаний, практических умений и навыков по преддипломной практике требованиям ОС ВО РУДН по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» в форме дифференцированного зачета (зачета с оценкой). Зачет проводится после завершения прохождения практики. Результаты аттестации практики фиксируются в экзаменационных ведомостях. Получение обучающимся неудовлетворительной оценки за аттестацию любого вида практики является академической задолженностью. Ликвидация академической задолженности по практике осуществляется путем ее повторной отработки по специально разработанному графику.

Разработчики:

Заведующий кафедрой

К.э.н., профессор

Зобов А. М.

Ст.преподаватель кафедры маркетинга

Калыгина В.В.

Руководитель программы

Зав. кафедрой Маркетинга



Зобов А. М.