

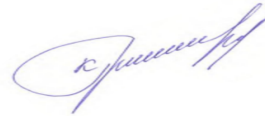
МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

СОГЛАСОВАНО

на заседании Учебно-методической комиссии
института
Протокол №8 от «24» апреля 2020 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор ИНЭФБ



Гришин К.Е.

«29» апреля 2020 г

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

Уровень высшего образования: магистратура

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинговое управление

Форма обучения: очная, заочная

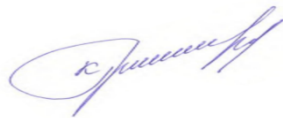
Для приема 2020 г.

Уфа – 2020 г.

Составитель / составители: ст.преп. Сафиуллина Е.А.

Программа утверждена ученым советом института: протокол № 8 от «29» апреля 2020 г.

Директор



К.Е. Гришин

Дополнения и изменения, внесенные в программу практики, утверждены на заседании ученого совета факультета / института экономики, финансов и бизнеса,

протокол № 10 от «25» июня 2021 г.

Директор



К.Е. Гришин

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Вид и тип практики, способ, формы, место и организация ее проведения	4
2.	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
3.	Место практики в структуре образовательной программы	8
4.	Объем практики	8
5.	Содержание практики	8
6.	Форма отчетности по практике	9
7.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике	14
8.	Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики	35
9.	Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	36
10.	Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики	36

1. Вид и тип практики, способ, формы, место и организация ее проведения

1.1. Вид и тип практики:

Производственная

производственная практика проводится в целях закрепления и углубления теоретической подготовки студентов, приобретение ими практических навыков и компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», а также навыков ведения самостоятельной научной работы, подготовка к государственной итоговой аттестации и сбор материала для написания магистерской диссертации.

Тип практики: преддипломная

1.2. Способы проведения практики:

стационарная, выездная.

1.3. Практика проводится в следующих формах: дискретно по видам практики

1.4. Место проведения практики.

Организация проведения практики, предусмотренной настоящей программой, осуществляется БашГУ на основе договоров с профильными организациями, деятельность которых соответствует профессиональным компетенциям, осваиваемым в рамках образовательной программы.

Практика может быть проведена непосредственно в учебных и иных подразделениях БашГУ.

Студенты, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить учебную практику по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям к содержанию практики.

1.5. Руководство практикой.

Для руководства практикой, проводимой в БашГУ, назначается руководитель (руководители) практики от университета из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу БашГУ.

Для руководства практикой, проводимой в профильной организации, назначаются руководитель (руководители) практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу БашГУ, и руководитель (руководители) практики из числа работников профильной организации.

1.6. Организация проведения практики.

Направление на практику оформляется приказом БашГУ с указанием вида и/или типа, срока, места прохождения практики, а также данных о руководителях практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу БашГУ.

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2.1. Основной целью преддипломной практики является:

практическое применение усвоенных теоретических знаний и умений, следовательно, в приобретении магистрантом-практикантом профессиональных навыков.

2.2. Основными задачами преддипломной практики являются:

- систематизация, закрепление и расширение теоретических знаний, полученных студентами при изучении специальных дисциплин;
- практическое развитие профессиональных навыков и компетенций будущих специалистов;
- формирование навыков разработки альтернатив управленческих решений и обоснования их выбора по критериям социально-экономической эффективности;
- приобретение опыта решения практических задач, требующих применения профессиональных знаний и умений;
- формирование у студентов навыков творческого мышления и самостоятельной деятельности при анализе проблемы;
- сбор, обобщение и анализ полученных в ходе практики материалов для подготовки отчета по практике и использование результатов при написании магистерской диссертации;
- совершенствование интеллектуальных способностей и коммуникативных умений в

процессе подготовки научно-исследовательского задания и публичногвыступления с целью его защиты;

- выявление степени профессиональной подготовленности студента и его готовности к самостоятельной профессиональной деятельности.

2.3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики:

Код компетенции по ФГОС	Формируемые компетенции	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики
Общепрофессиональные компетенции		
ОПК-3	ОПК-3 - способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	<p><u>Знать:</u> -основы и содержание методологии маркетингового исследования.</p> <p><u>Уметь:</u> -выявлять перспективные направления маркетинговых исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы; -самостоятельно организовывать и проводить маркетинговое исследование на всех этапах.</p> <p><u>Владеть навыками:</u> -методики проведения маркетинговых исследований; -самостоятельной научной и исследовательской работы</p>
Профессиональные компетенции		
ПК-1	ПК-1 - способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	<p><u>Знать</u> организационно-правовую форму фирмы (организации) и ее организационную структуру</p> <p><u>Уметь</u> диагностировать организационную структуру, выявлять ее сильные и слабые стороны, анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, стратегию и основные показатели деятельности организации</p> <p><u>Владеть</u> методами реализации основных управленческих функций в команде</p>
ПК-2	ПК-2 - способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	<p><u>Знать:</u> -сущностно-содержательные характеристики маркетингоориентированной корпоративной стратегии, теоретические аспекты маркетингово ориентированного подхода к организационному развитию; -принципы разработки маркетинговой стратегии, программы организационного развития и изменений на основе маркетингового подхода, особенности их реализации.</p> <p><u>Уметь:</u> -проводить анализ внешней и внутренней среды организации; -разрабатывать маркетинговую стратегию развития и составлять план реализации программы организационного развития на основе маркетингового подхода.</p> <p><u>Владеть навыками:</u></p>

		<ul style="list-style-type: none"> -применения методов стратегического анализа внешней и внутренней среды организации; -современных технологий по разработке маркетинговой стратегии и обеспечения реализации программ организационного развития на основе маркетингового подхода.
ПК-3	ПК-3 - способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -методы управления корпоративными финансами для решения стратегических маркетинговых задач. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -выбирать наиболее эффективные методы решения стратегических маркетинговых задач. <p><u>Владеть навыками:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -применения методов стратегического управления корпоративными финансами для решения стратегических маркетинговых задач; -финансового и маркетингового анализа.
ПК-4	ПК-4 - способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -основные методы прикладных маркетинговых исследований и управления бизнес-процессами на основе маркетингового подхода; -методы оценки управленческих решений с позиции маркетингового подхода к управлению организацией. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные, проводить количественное прогнозирование и моделирование управления бизнес-процессами в области маркетинга и менеджмента; -выбирать наиболее эффективные методы управления бизнес-процессами на основе маркетингового подхода. <p><u>Владеть навыками:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -маркетингового анализа для принятия управленческих решений; -оценки эффективности управления бизнес-процессами на основе маркетингового подхода; -предоставления аналитического материала по результатам применения методов, используемых в маркетинговых исследованиях.
ПК-5	ПК – 5 - владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -особенности функционирования рынков в глобальной среде; -методические основы маркетингового анализа рынка. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -анализировать тенденции поведения экономических агентов и изменения состояния рынков; -применять методы маркетингового анализа рынка в профессиональной деятельности. <p><u>Владеть навыками:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -экономического, стратегического анализа и маркетингового анализа рынка; -разработки управленческих решений на основе оценки результатов маркетингового анализа рынка.
ПК-6	ПК-6 - способность обобщать и	<p><u>Знать:</u></p>

	критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	-актуальные проблемы теории и практики маркетингового управления, а также тенденции развития менеджмента и маркетинга. <u>Уметь:</u> -проводить маркетинговый ситуационный анализ; -формулировать и структурировать цели и задачи исследования проблем маркетингового управления. <u>Владеть:</u> -навыками критической оценки и обобщения результатов маркетинговых исследований, актуальных проблем маркетингового управления, полученных отечественными и зарубежными исследователями; -методами сбора, обработки, представления данных для исследования.
ПК-7	ПК-7 - способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	<u>Знать:</u> -требования и стандарты к подготовке научных докладов и оформлению публикаций; -принципы представления промежуточных и конечных результатов исследования. <u>Уметь:</u> -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 области маркетинга и менеджмента. <u>Владеть навыками:</u> -письменного и устного представления результатов научного исследования; -применения современных технологий, способствующих подготовке представления результатов исследования.
ПК-8	ПК-8 - способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	<u>Знать:</u> -основные этапы и последовательность проведения исследования; -способы обоснования актуальности, цели, теоретической и практической значимости результатов исследования. <u>Уметь:</u> -проводить в устной, письменной и электронной форме деловую и научную презентацию; -обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы исследования. <u>Владеть:</u> -методами самостоятельного проведения исследований по избранной теме.
ПК-9	ПК-9 - способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с	<u>Знать:</u> -правила проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой; -этапы проведения и принципы планирования самостоятельных исследований; -автоматизированные системы обработки информации.

	разработанной программой	<p><u>Уметь:</u> -анализировать информацию об объекте и предмете исследования, определять научную новизну, практическую значимость, давать оценку проведенного научного исследования.</p> <p><u>Владеть навыками:</u> -выполнения исследования с учетом использования современных подходов в науке и производстве.</p>
--	--------------------------	--

3. Место практики в структуре образовательной программы

Практика проводится в соответствии с календарным учебным графиком и ориентирована на закрепление изученных и осваиваемых дисциплин (модулей), а также, если это необходимо, подготавливает изучение последующих дисциплин (модулей) в соответствии с нижеприведенной таблицей.

Индекс и наименование предшествующей, текущей дисциплины (модуля)	Индекс и наименование последующей дисциплины (модуля)
Б1.Б.01 Управленческая экономика	Б3.Б.01(Д) Подготовка и защита ВКР
Б1.Б.02 Методы исследований в менеджменте	
Б1.Б.03 Иностранный язык в профессиональной сфере	
Б1.Б.04 Современный стратегический анализ	
Б1.Б.05 Теория организации и организационное поведение	
Б1.В.01 Корпоративные финансы (продвинутый уровень)	
Б1.В.02 Стратегический менеджмент (продвинутый уровень)	
Б1.В.03 Маркетинг-менеджмент	
Б1.В.04 Основные управленческие навыки и принятие решений в бизнесе	
Б1.В.05 Технологии маркетинговых исследований	
Б1.В.06 Маркетинговое планирование	
Б1.В.07 Кросс-культурный маркетинг	
Б1.В.08 Международный маркетинг (бизнес исследования)	
Б1.В.ДВ.01.1 Проведение деловых и научных презентаций	
Б1.В.ДВ.01.2 Деловые коммуникации	
Б1.В.ДВ.02.1 Экономическая оценка инвестиций	
Б1.В.ДВ.02.2 Управление инвестиционным портфелем	
Б1.В.ДВ.03.1 Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями	
Б1.В.ДВ.03.2 Управление продажами	
Б1.В.ДВ.04.1 Маркетинг инноваций	
Б1.В.ДВ.04.2 Управление изменениями	
Б1.В.ДВ.05.1 Методика преподавания экономических и управленческих дисциплин	
Б1.В.ДВ.05.2 Современные образовательные технологии	
Б1.В.ДВ.06.1 Основы научных исследований	
Б1.В.ДВ.06.2 Системные исследования в экономике и управлении	
Б1.В.ДВ.07.1 Иностранный язык для менеджеров	
Б1.В.ДВ.07.2 Профессиональная коммуникация на иностранном языке	
ФТД.В.01 Моделирование маркетинговых решений	

ФТД.В.02 Интернет-маркетинг	
ФТД.В.03 Экономическая безопасность бизнеса	

4. Объем практики

Учебным планом по направлению подготовки 38.04.02. Менеджмент предусмотрено проведение практики: общая трудоемкость составляет для всех форм обучения 9 зачетных единиц (324 академических часа). В том числе: в форме контактной работы 3 часа, в форме самостоятельной работы 321 час. Для заочной формы обучения 9 зачетных единиц (324 академических часа). В том числе: в форме контактной работы 1 час, в форме самостоятельной работы 319 часов.

5. Содержание практики

№	Разделы (этапы) практики	Виды и содержание работ, в т.ч. самостоятельная работа обучающегося	Форма текущего контроля и промежуточная аттестация
1.	Подготовительный этап	Ознакомительная лекция. Инструктаж по технике безопасности. Оформление типового договора. Оформление индивидуального задания. Составление графика (плана) проведения практики. Первичный инструктаж на рабочем месте.	Запись в дневнике практики.
2.	Основной этап	Выполнение задания по практике, сбор, обработка и систематизация фактического материала. Анализ полученной информации. Подготовка отчета по практике. Ведение дневника практики. Консультации с руководителем практики от предприятия (организации), получение отзыва-характеристики.	Запись в дневнике практики. Отчет по практике.
3.	Заключительный этап	Сдача отчета по практике, дневника на кафедру. Устранение замечаний руководителя практики от кафедры. Защита отчета по преддипломной практике, являющейся базой для написания расчетно-аналитической части магистерской диссертации.	Дневник практики. Отчет по практике.
	ИТОГО	Защита отчета по практике.	Дифференцированный зачет с оценкой.

6. Форма отчетности по практике

В качестве основной формы и вида отчетности для всех форм обучения магистрантов устанавливается отчет по практике. По окончании практики магистрант в семидневный срок сдает корректно, полно и аккуратно заполненный отчет по практике руководителю практики от соответствующей кафедры.

Промежуточная аттестация по итогам практики может включать защиту отчета в зависимости от требований образовательного стандарта по направлению подготовки (специальности).

Итоговой формой контроля знаний, умений и навыков по практике является дифференцированный зачет с оценкой. (Положение о практике студентов, Приказ от 20.12.2016 №1508 "Об утверждении Положения о практике студентов по образовательным программам высшего образования).

Зачет по практике служит для оценки работы магистранта в течение всего периода прохождения практики и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им

теоретических и практических знаний, приобретения профессиональных умений и навыков, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач. Вопросы предполагают контроль общих методических знаний и умений, способность магистрантов проиллюстрировать их примерами, индивидуальными материалами, составленными магистрантами в течение практики.

По итогам дифференцированного зачета выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Случаи невыполнения программы практики, получения неудовлетворительной оценки при защите отчета, а также непрохождения практики признаются академической задолженностью.

Академическая задолженность подлежит ликвидации в установленные дирекцией срок.

Код компетенции	Наименование компетенции	Этапы формирования компетенции
Общепрофессиональные компетенции		
ОПК-3	ОПК-3 - способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	<p><u>Знать:</u> -основы и содержание методологии маркетингового исследования.</p> <p><u>Уметь:</u> -выявлять перспективные направления маркетинговых исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы; -самостоятельно организовывать и проводить маркетинговое исследование на всех этапах.</p> <p><u>Владеть навыками:</u> -методики проведения маркетинговых исследований; -самостоятельной научной и исследовательской работы</p>
Профессиональные компетенции		
ПК-1	ПК-1 - способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	<p><u>Знать</u> организационно-правовую форму фирмы (организации) и ее организационную структуру</p> <p><u>Уметь</u> диагностировать организационную структуру, выявлять ее сильные и слабые стороны, анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, стратегию и основные показатели деятельности организации</p> <p><u>Владеть</u> методами реализации основных управленческих функций в команде</p>
ПК-2	ПК-2 - способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	<p><u>Знать:</u> -сущностно-содержательные характеристики маркетингоориентированной корпоративной стратегии, теоретические аспекты маркетингово ориентированного подхода к организационному развитию;</p>

		<p>-принципы разработки маркетинговой стратегии, программы организационного развития и изменений на основе маркетингового подхода, особенности их реализации.</p> <p><u>Уметь:</u></p> <p>-проводить анализ внешней и внутренней среды организации;</p> <p>-разрабатывать маркетинговую стратегию развития и составлять план реализации программы организационного развития на основе маркетингового подхода.</p> <p><u>Владеть навыками:</u></p> <p>-применения методов стратегического анализа внешней и внутренней среды организации;</p> <p>-современных технологий по разработке маркетинговой стратегии и обеспечения реализации программ организационного развития на основе маркетингового подхода.</p>
ПК-3	<p>ПК-3 - способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач</p>	<p><u>Знать:</u></p> <p>-методы управления корпоративными финансами для решения стратегических маркетинговых задач.</p> <p><u>Уметь:</u></p> <p>-выбирать наиболее эффективные методы решения стратегических маркетинговых задач.</p> <p><u>Владеть навыками:</u></p> <p>-применения методов стратегического управления корпоративными финансами для решения стратегических маркетинговых задач;</p> <p>-финансового и маркетингового анализа</p>
ПК-4	<p>ПК-4 - способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p><u>Знать:</u></p> <p>-основные методы прикладных маркетинговых исследований и управления бизнес-процессами на основе маркетингового подхода;</p> <p>-методы оценки управленческих решений с позиции маркетингового подхода к управлению организацией.</p> <p><u>Уметь:</u></p> <p>-обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные, проводить количественное прогнозирование и моделирование управления бизнес-процессами в области маркетинга и менеджмента;</p> <p>-выбирать наиболее эффективные методы управления бизнес-процессами на основе маркетингового подхода.</p> <p><u>Владеть навыками:</u></p>

		<ul style="list-style-type: none"> -маркетингового анализа для принятия управленческих решений; -оценки эффективности управления бизнес-процессами на основе маркетингового подхода; -предоставления аналитического материала по результатам применения методов, используемых в маркетинговых исследованиях.
ПК-5	ПК – 5 - владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -особенности функционирования рынков в глобальной среде; -методические основы маркетингового анализа рынка. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -анализировать тенденции поведения экономических агентов и изменения состояния рынков; -применять методы маркетингового анализа рынка в профессиональной деятельности. <p><u>Владеть навыками:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -экономического, стратегического анализа и маркетингового анализа рынка; -разработки управленческих решений на основе оценки результатов маркетингового анализа рынка.
ПК-6	ПК-6 - способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -актуальные проблемы теории и практики маркетингового управления, а также тенденции развития менеджмента и маркетинга. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -проводить маркетинговый ситуационный анализ; -формулировать и структурировать цели и задачи исследования проблем маркетингового управления. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -навыками критической оценки и обобщения результатов маркетинговых исследований, актуальных проблем маркетингового управления, полученных отечественными и зарубежными исследователями; -методами сбора, обработки, представления данных для исследования.
ПК-7	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"> -требования и стандарты к подготовке научных докладов и оформлению публикаций; -принципы представления промежуточных и конечных результатов исследования. <p><u>Уметь:</u></p>

		<p>-отбирать материал и готовить сообщения, доклады, обзоры, научные публикации, иные материалы по собственному научному исследованию, а также готовить презентации к сообщениям;</p> <p>-оценивать и интерпретировать полученные результаты, соотносить результаты собственных исследований с другими исследованиями в области маркетинга и менеджмента.</p> <p><u>Владеть навыками:</u></p> <p>-письменного и устного представления результатов научного исследования;</p> <p>-применения современных технологий, способствующих подготовке представления результатов исследования.</p>
ПК-8	ПК-8 - способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	<p><u>Знать:</u></p> <p>-основные этапы и последовательность проведения исследования;</p> <p>-способы обоснования актуальности, цели, теоретической и практической значимости результатов исследования.</p> <p><u>Уметь:</u></p> <p>-проводить в устной, письменной и электронной форме деловую и научную презентацию;</p> <p>-обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы исследования.</p> <p><u>Владеть:</u></p> <p>-методами самостоятельного проведения исследований по избранной теме.</p>
ПК-9	ПК-9 - способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	<p><u>Знать:</u></p> <p>-правила проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой;</p> <p>-этапы проведения и принципы планирования самостоятельных исследований;</p> <p>-автоматизированные системы обработки информации.</p> <p><u>Уметь:</u></p> <p>-анализировать информацию об объекте и предмете исследования, определять научную новизну, практическую значимость, давать оценку проведенного научного исследования.</p> <p><u>Владеть навыками:</u></p> <p>-выполнения исследования с учетом использования современных подходов в науке и производстве.</p>

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

7.1. 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

Коды компетенции	Содержание компетенции (результаты освоения образовательной программы)	Этапы формирования в процессе освоения дисциплины	Критерии оценивания
ОПК-3	Способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	<p><u>Знать:</u> -основы и содержание методологии маркетингового исследования.</p> <p><u>Уметь:</u> -выявлять перспективные направления маркетинговых исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы; -самостоятельно организовывать и проводить маркетинговое исследование на всех этапах.</p> <p><u>Владеть навыками:</u> -методики проведения маркетинговых исследований; -самостоятельной научной и исследовательской работы.</p>	<p><u>Полное знание</u> основ и содержания методологии маркетингового исследования.</p> <p><u>Умение</u> выявлять перспективные направления маркетинговых исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы; самостоятельно организовывать и проводить маркетинговое исследование на всех этапах.</p> <p><u>Уверенное владение навыками</u> методики проведения маркетинговых исследований; самостоятельной научной и исследовательской работы.</p> <hr/> <p><u>В целом успешное освоение знаний</u> основ и содержания методологии маркетингового исследования.</p> <p><u>В целом успешное умение</u> выявлять перспективные направления маркетинговых исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы; самостоятельно организовывать и проводить маркетинговое исследование на всех этапах.</p> <p><u>В целом уверенное владение навыками</u> методики проведения маркетинговых исследований; самостоятельной научной и исследовательской работы.</p> <hr/> <p><u>Отсутствие системных знаний об</u> основах и содержании методологии маркетингового исследования.</p> <p><u>Отсутствие системных умений</u> выявлять перспективные направления маркетинговых исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы; самостоятельно организовывать и проводить маркетинговое исследование на всех этапах.</p> <p><u>Отсутствие уверенного владения навыками</u> методики проведения маркетинговых исследований; самостоятельной научной и исследовательской работы.</p> <hr/> <p><u>Фрагментарные знания</u> основ и содержания методологии маркетингового исследования.</p> <p><u>Фрагментарные умения</u> выявлять перспективные направления маркетинговых исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы; самостоятельно организовывать и проводить маркетинговое исследование на всех этапах.</p> <p><u>Фрагментарное владение навыками</u> методики проведения маркетинговых исследований;</p>

			самостоятельной научной и исследовательской работы.
ПК-1	ПК-1 - способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	<p><u>Знать</u> организационно-правовую форму фирмы (организации) и ее организационную структуру</p> <p><u>Уметь</u> диагностировать организационную структуру, выявлять ее сильные и слабые стороны, анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, стратегию и основные показатели деятельности организации</p> <p><u>Владеть</u> методами реализации основных управленческих функций в команде</p>	<p><u>Полное знание</u> организационно-правовых форм организации,</p> <p><u>Умение</u> выявлять слабые стороны организации, проводить внешний анализ фирмы и маркетинговой стратегии</p> <p><u>Уверенное владение</u> навыками реализации различных управленческих функций и ролей в команде и коллективе</p> <hr/> <p><u>В целом успешное освоение знаний</u> организационно-правовых форм организации,</p> <p><u>В целом успешное умение</u> выявлять слабые стороны организации, проводить внешний анализ фирмы и маркетинговой стратегии</p> <p><u>В целом успешное владение</u> навыками реализации различных управленческих функций и ролей в команде и коллективе</p> <hr/> <p><u>Отсутствие системных знаний</u> организационно-правовых форм организации,</p> <p><u>Отсутствие системных умений</u> выявлять слабые стороны организации, проводить внешний анализ фирмы и маркетинговой стратегии</p> <p><u>Отсутствие системных владений</u> навыками реализации различных управленческих функций и ролей в команде и коллективе</p> <hr/> <p><u>Фрагментарные знания</u> организационно-правовых форм организации,</p> <p><u>Фрагментарные умения</u> выявлять слабые стороны организации, проводить внешний анализ фирмы и маркетинговой стратегии</p> <p><u>Фрагментарные владения</u> навыками реализации различных управленческих функций и ролей в команде и коллективе</p>
ПК-2	Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	<p><u>Знать:</u> -сущностно-содержательные характеристики маркетингоориентированной корпоративной стратегии, теоретические аспекты маркетингово ориентированного подхода к организационному развитию; -принципы разработки маркетинговой стратегии, программы организационного развития и изменений на основе маркетингового подхода, особенности их реализации.</p> <p><u>Уметь:</u> -проводить анализ внешней и внутренней среды организации; -разрабатывать маркетинговую стратегию развития и составлять план реализации программы организационного развития на основе маркетингового подхода.</p>	<p><u>Полное знание</u> сущностно-содержательных характеристик маркетингоориентированной корпоративной стратегии, теоретических аспектов маркетингово ориентированного подхода к организационному развитию; принципов разработки маркетинговой стратегии, программы организационного развития и изменений на основе маркетингового подхода, особенностей их реализации.</p> <p><u>Умение</u> проводить анализ внешней и внутренней среды организации; разрабатывать маркетинговую стратегию развития и составлять план реализации программы организационного развития на основе маркетингового подхода.</p> <p><u>Уверенное владение навыками</u> применения методов стратегического анализа внешней и внутренней среды организации; современных технологий по разработке маркетинговой стратегии и обеспечения реализации программ организационного развития на основе маркетингового подхода.</p> <hr/> <p><u>В целом успешное освоение знаний</u> сущностно-содержательных характеристик маркетингоориентированной корпоративной стратегии, теоретических аспектов маркетинго</p>

		<p><u>Владеть навыками:</u> -применения методов стратегического анализа внешней и внутренней среды организации; -современных технологий по разработке маркетинговой стратегии и обеспечения реализации программ организационного развития на основе маркетингового подхода.</p>	<p>ориентированного подхода к организационному развитию; принципов разработки маркетинговой стратегии программы организационного развития и изменений на основе маркетингового подхода, особенностей их реализации. <u>В целом успешное умение</u> проводить анализ внешней и внутренней среды организации; разрабатывать маркетинговую стратегию развития и составлять план реализации программы организационного развития на основе маркетингового подхода. <u>В целом уверенное владение навыками</u> применения методов стратегического анализа внешней и внутренней среды организации; современных технологий по разработке маркетинговой стратегии и обеспечения реализации программ организационного развития на основе маркетингового подхода.</p> <hr/> <p><u>Отсутствие системных знаний</u> о сущностно-содержательных характеристиках маркетингоориентированной корпоративной стратегии, теоретических аспектах маркетингоориентированного подхода к организационному развитию; принципах разработки маркетинговой стратегии программы организационного развития и изменений на основе маркетингового подхода, особенностях их реализации. <u>Отсутствие системных умений</u> проводить анализ внешней и внутренней среды организации; разрабатывать маркетинговую стратегию развития и составлять план реализации программы организационного развития на основе маркетингового подхода. <u>Отсутствие уверенного владения навыками</u> применения методов стратегического анализа внешней и внутренней среды организации; современных технологий по разработке маркетинговой стратегии и обеспечения реализации программ организационного развития на основе маркетингового подхода.</p> <hr/> <p><u>Фрагментарные знания</u> о сущностно-содержательных характеристиках маркетингоориентированной корпоративной стратегии, теоретических аспектов маркетингоориентированного подхода к организационному развитию; принципов разработки маркетинговой стратегии программы организационного развития и изменений на основе маркетингового подхода, особенностей их реализации. <u>Фрагментарные умения</u> проводить анализ внешней и внутренней среды организации; разрабатывать маркетинговую стратегию развития и составлять план реализации программы организационного развития на основе маркетингового подхода. <u>Фрагментарное владение навыками</u> применения методов стратегического анализа внешней и внутренней среды организации; современных технологий по разработке маркетинговой стратегии и обеспечения реализации программ организационного развития на основе маркетингового подхода.</p>
--	--	---	---

ПК-3	Способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	<p><u>Знать:</u> -современные методы управления корпоративными финансами для решения задач стратегического маркетинга.</p> <p><u>Уметь:</u> -делать расчеты по оценке влияния принимаемых стратегических маркетинговых решений на финансовые результаты и финансовое состояние организации.</p> <p><u>Владеть навыками:</u> -финансового, управленческого и маркетингового анализа.</p>	<p><u>Полное знание</u> современных методов управления корпоративными финансами для решения задач стратегического маркетинга.</p> <p><u>Умение</u> делать расчеты по оценке влияния принимаемых стратегических маркетинговых решений на финансовые результаты и финансовое состояние организации.</p> <p><u>Уверенное владение навыками</u> финансового, управленческого и маркетингового анализа.</p> <hr/> <p><u>В целом успешное освоение знаний</u> современных методов управления корпоративными финансами для решения задач стратегического маркетинга</p> <p><u>В целом успешное умение</u> делать расчеты по оценке влияния принимаемых стратегических маркетинговых решений на финансовые результаты и финансовое состояние организации</p> <p><u>В целом уверенное владение навыками</u> финансового, управленческого и маркетингового анализа.</p> <hr/> <p><u>Отсутствие системных знаний</u> о современных методах управления корпоративными финансами для решения задач стратегического маркетинга</p> <p><u>Отсутствие системных умений</u> делать расчеты по оценке влияния принимаемых стратегических маркетинговых решений на финансовые результаты и финансовое состояние организации</p> <p><u>Отсутствие уверенного владения навыками</u> финансового, управленческого и маркетингового анализа.</p> <hr/> <p><u>Фрагментарные знания</u> современных методов управления корпоративными финансами для решения задач стратегического маркетинга.</p> <p><u>Фрагментарные умения</u> делать расчеты по оценке влияния принимаемых стратегических маркетинговых решений на финансовые результаты и финансовое состояние организации</p> <p><u>Фрагментарное владение навыками</u> финансового, управленческого и маркетингового анализа.</p>
ПК-4	Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	<p><u>Знать:</u> -основные методы прикладных маркетинговых исследований и управления бизнес-процессами на основе маркетингового подхода; -методы оценки управленческих решений с позиции маркетингового подхода к управлению организацией.</p> <p><u>Уметь:</u> -обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные, проводить количественное прогнозирование и моделирование управления бизнес-процессами в области маркетинга и менеджмента; -выбирать наиболее эффективные методы управления бизнес-процессами на основе маркетингового подхода.</p> <p><u>Владеть навыками:</u> -маркетингового анализа для принятия управленческих решений;</p>	<p><u>Полное знание</u> основных методов прикладных маркетинговых исследований и управления бизнес-процессами на основе маркетингового подхода;</p> <p>методов оценки управленческих решений с позиции маркетингового подхода к управлению организацией.</p> <p><u>Умение</u> обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные, проводить количественное прогнозирование и моделирование управления бизнес-процессами в области маркетинга и менеджмента;</p> <p>выбирать наиболее эффективные методы управления бизнес-процессами на основе маркетингового подхода.</p> <p><u>Уверенное владение навыками</u> маркетингового анализа для принятия управленческих решений оценки эффективности управления бизнес-процессами на основе маркетингового подхода;</p> <p>предоставления аналитического материала по результатам применения методов, используемых в маркетинговых исследованиях.</p> <hr/> <p><u>В целом успешное освоение знаний</u> основных методов прикладных маркетинговых исследований и управления бизнес-процессами на основе маркетингового подхода;</p>

		<p>-оценки эффективности управления бизнес-процессами на основе маркетингового подхода;</p> <p>-предоставления аналитического материала по результатам применения методов, используемых в маркетинговых исследованиях.</p>	<p>методов оценки управленческих решений с позиции маркетингового подхода к управлению организацией.</p> <p><u>В целом успешное умение</u> обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные, проводить количественное прогнозирование и моделирование управления бизнес-процессами области маркетинга и менеджмента; выбирать наиболее эффективные методы управления бизнес-процессами на основе маркетингового подхода.</p> <p><u>В целом уверенное владение навыками</u> маркетингового анализа для принятия управленческих решений; оценки эффективности управления бизнес-процессами на основе маркетингового подхода; предоставления аналитического материала по результатам применения методов, используемых в маркетинговых исследованиях.</p> <hr/> <p><u>Отсутствие системных знаний</u> об основных методах прикладных маркетинговых исследований и управления бизнес-процессами на основе маркетингового подхода; методах оценки управленческих решений с позиции маркетингового подхода к управлению организацией.</p> <p><u>Отсутствие системных умений</u> обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные, проводить количественное прогнозирование и моделирование управления бизнес-процессами области маркетинга и менеджмента; выбирать наиболее эффективные методы управления бизнес-процессами на основе маркетингового подхода.</p> <p><u>Отсутствие уверенного владения навыками</u> маркетингового анализа для принятия управленческих решений; оценки эффективности управления бизнес-процессами на основе маркетингового подхода; предоставления аналитического материала по результатам применения методов, используемых в маркетинговых исследованиях.</p> <hr/> <p><u>Фрагментарные знания</u> основных методов прикладных маркетинговых исследований и управления бизнес-процессами на основе маркетингового подхода; методов оценки управленческих решений с позиции маркетингового подхода к управлению организацией.</p> <p><u>Фрагментарные умения</u> обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные, проводить количественное прогнозирование и моделирование управления бизнес-процессами области маркетинга и менеджмента; выбирать наиболее эффективные методы управления бизнес-процессами на основе маркетингового подхода.</p> <p><u>Фрагментарные владения навыками</u> маркетингового анализа для принятия управленческих решений; оценки эффективности управления бизнес-процессами на основе маркетингового подхода;</p>
--	--	--	---

			предоставления аналитического материала по результатам применения методов, используемых в маркетинговых исследованиях.
ПК-5	Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	<p><u>Знать:</u> -особенности функционирования рынков в глобальной среде; -методические основы маркетингового анализа рынка.</p> <p><u>Уметь:</u> -анализировать тенденции поведения экономических агентов и изменения состояния рынков; -применять методы маркетингового анализа рынка в профессиональной деятельности.</p> <p><u>Владеть навыками:</u> -экономического, стратегического анализа и маркетингового анализа рынка; -разработки управленческих решений на основе оценки результатов маркетингового анализа рынка.</p>	<p><u>Полное знание</u> особенностей функционирования рынков в глобальной среде; методических основ маркетингового анализа рынка.</p> <p><u>Умение</u> анализировать тенденции поведения экономических агентов и изменения состояния рынков; применять методы маркетингового анализа рынка в профессиональной деятельности.</p> <p><u>Уверенное владение навыками</u> экономического, стратегического анализа и маркетингового анализа рынка; разработки управленческих решений на основе оценки результатов маркетингового анализа рынка.</p> <hr/> <p><u>В целом успешное освоение знаний</u> особенностей функционирования рынков в глобальной среде методических основ маркетингового анализа рынка.</p> <p><u>В целом успешное умение</u> анализировать тенденции поведения экономических агентов и изменения состояния рынков; применять методы маркетингового анализа рынка в профессиональной деятельности.</p> <p><u>В целом уверенное владение навыками</u> экономического, стратегического анализа и маркетингового анализа рынка; разработки управленческих решений на основе оценки результатов маркетингового анализа рынка.</p> <hr/> <p><u>Отсутствие системных знаний</u> об особенностях функционирования рынков в глобальной среде методических основах маркетингового анализа рынка.</p> <p><u>Отсутствие системных умений</u> анализировать тенденции поведения экономических агентов и изменения состояния рынков; применять методы маркетингового анализа рынка в профессиональной деятельности.</p> <p><u>Отсутствие уверенного владения навыками</u> экономического, стратегического анализа и маркетингового анализа рынка; разработки управленческих решений на основе оценки результатов маркетингового анализа рынка.</p> <hr/> <p><u>Фрагментарные знания</u> особенностей функционирования рынков в глобальной среде методических основ маркетингового анализа рынка.</p> <p><u>Фрагментарные умения</u> анализировать тенденции поведения экономических агентов и изменения состояния рынков; применять методы маркетингового анализа рынка в профессиональной деятельности.</p> <p><u>Фрагментарное владение навыками</u> экономического, стратегического анализа и маркетингового анализа рынка; разработки управленческих решений на основе оценки результатов маркетингового анализа рынка.</p>

<p>ПК-6</p>	<p>Способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями</p>	<p><u>Знать:</u> -актуальные проблемы теории и практики маркетингового управления, а также тенденции развития менеджмента и маркетинга. <u>Уметь:</u> -проводить маркетинговый ситуационный анализ; -формулировать и структурировать цели и задачи исследования проблем маркетингового управления. <u>Владеть:</u> -навыками критической оценки и обобщения результатов маркетинговых исследований, актуальных проблем маркетингового управления, полученных отечественными и зарубежными исследователями; -методами сбора, обработки, представления данных для исследования.</p>	<p><u>Полное знание</u> актуальных проблем теории и практики маркетингового управления, а также тенденций развития менеджмента и маркетинга. <u>Умение</u> проводить маркетинговый ситуационный анализ; формулировать и структурировать цели и задачи исследования проблем маркетингового управления. <u>Уверенное владение</u> навыками критической оценки и обобщения результатов маркетинговых исследований, актуальных проблем маркетингового управления, полученных отечественными и зарубежными исследователями; методами сбора, обработки, представления данных для исследования.</p> <hr/> <p><u>В целом успешное освоение знаний</u> актуальных проблем теории и практики маркетингового управления, а также тенденций развития менеджмента и маркетинга. <u>В целом успешное умение</u> проводить маркетинговый ситуационный анализ; формулировать и структурировать цели и задачи исследования проблем маркетингового управления. <u>В целом уверенное владение</u> навыками критической оценки и обобщения результатов маркетинговых исследований, актуальных проблем маркетингового управления, полученных отечественными и зарубежными исследователями; методами сбора, обработки, представления данных для исследования.</p> <hr/> <p><u>Отсутствие системных знаний</u> об актуальных проблемах теории и практики маркетингового управления, а также тенденциях развития менеджмента и маркетинга. <u>Отсутствие системных умений</u> проводить маркетинговый ситуационный анализ; формулировать и структурировать цели и задачи исследования проблем маркетингового управления. <u>Отсутствие уверенного владения</u> навыками критической оценки и обобщения результатов маркетинговых исследований, актуальных проблем маркетингового управления, полученных отечественными и зарубежными исследователями; методами сбора, обработки, представления данных для исследования.</p> <hr/> <p><u>Фрагментарные знания</u> актуальных проблем теории и практики маркетингового управления, а также тенденций развития менеджмента и маркетинга. <u>Фрагментарные умения</u> проводить маркетинговый ситуационный анализ; формулировать и структурировать цели и задачи исследования проблем маркетингового управления. <u>Фрагментарное владение</u> навыками критической оценки и обобщения результатов маркетинговых исследований, актуальных проблем маркетингового управления, полученных отечественными и зарубежными исследователями;</p>
-------------	---	---	---

			методами сбора, обработки, представления данных для исследования.
ПК-7	Способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> -требования и стандарты к подготовке научных докладов и оформлению публикаций; -принципы представления промежуточных и конечных результатов исследования. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -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 области маркетинга и менеджмента. <p>Владеть навыками:</p> <ul style="list-style-type: none"> -письменного и устного представления результатов научного исследования; -применения современных технологий, способствующих подготовке представления результатов исследования. 	<p>Полное знание требований и стандартов к подготовке научных докладов и оформлению публикаций;</p> <p>принципов представления промежуточных и конечных результатов исследования.</p> <p>Умение отбирать материал и готовить сообщения, доклады, обзоры, научные публикации, иные материалы по собственному научному исследованию, а также готовить презентации к сообщениям;</p> <p>оценивать и интерпретировать полученные результаты, соотносить результаты собственных исследований с другими исследованиями в области маркетинга и менеджмента.</p> <p>Уверенное владение навыками письменного и устного представления результатов научного исследования;</p> <p>применения современных технологий, способствующих подготовке представления результатов исследования.</p> <hr/> <p>В целом успешное освоение знаний требований стандартов к подготовке научных докладов и оформлению публикаций;</p> <p>принципов представления промежуточных и конечных результатов исследования.</p> <p>В целом успешное умение отбирать материал и готовить сообщения, доклады, обзоры, научные публикации, иные материалы по собственному научному исследованию, а также готовить презентации к сообщениям;</p> <p>оценивать и интерпретировать полученные результаты, соотносить результаты собственных исследований с другими исследованиями в области маркетинга и менеджмента.</p> <p>В целом уверенное владение навыками письменного и устного представления результатов научного исследования;</p> <p>применения современных технологий, способствующих подготовке представления результатов исследования.</p> <hr/> <p>Отсутствие системных знаний от требований и стандартах к подготовке научных докладов и оформлению публикаций;</p> <p>принципах представления промежуточных и конечных результатов исследования.</p> <p>Отсутствие системных умений отбирать материал и готовить сообщения, доклады, обзоры, научные публикации, иные материалы по собственному научному исследованию, а также готовить презентации к сообщениям;</p> <p>оценивать и интерпретировать полученные результаты, соотносить результаты собственных исследований с другими исследованиями в области маркетинга и менеджмента.</p> <p>Отсутствие уверенного владения навыками письменного и устного представления результатов научного исследования;</p> <p>применения современных технологий, способствующих подготовке представления результатов исследования.</p> <hr/> <p>Фрагментарные знания требований и стандартов к подготовке научных докладов и оформлению публикаций;</p>

			<p>принципов представления промежуточных и конечных результатов исследования.</p> <p><u>Фрагментарные умения</u> отбирать материал и готовить сообщения, доклады, обзоры, научные публикации, иные материалы по собственному научному исследованию, а также готовить презентации к сообщениям;</p> <p>оценивать и интерпретировать полученные результаты, соотносить результаты собственных исследований с другими исследованиями в области маркетинга и менеджмента.</p> <p><u>Фрагментарные владения навыками</u> письменной и устного представления результатов научного исследования;</p> <p>применения современных технологий, способствующих подготовке представления результатов исследования.</p>
ПК-8	Способность обосновывать актуальность, теоретическую 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 обоснования актуальности, цели, теоретической и практической значимости результатов исследования. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -проводить в устной, письменной и электронной форме деловую и научную презентацию; -обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы исследования. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -методами самостоятельного проведения исследований по избранной теме. 	<p><u>Полное знание</u> основных этапов и последовательности проведения исследования; способов обоснования актуальности, цели, теоретической и практической значимости результатов исследования.</p> <p><u>Умение</u> проводить в устной, письменной и электронной форме деловую и научную презентацию;</p> <p>обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы исследования.</p> <p><u>Уверенное владение</u> методами самостоятельного проведения исследований по избранной теме.</p> <p><u>В целом успешное освоение знаний</u> основных этапов и последовательности проведения исследования; способов обоснования актуальности, цели, теоретической и практической значимости результатов исследования.</p> <p><u>В целом успешное умение</u> проводить в устной, письменной и электронной форме деловую и научную презентацию;</p> <p>обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы исследования.</p> <p><u>В целом уверенное владение</u> методами самостоятельного проведения исследований по избранной теме.</p> <p><u>Отсутствие системных знаний</u> основных этапов и последовательности проведения исследования;</p> <p>способах обоснования актуальности, цели, теоретической и практической значимости результатов исследования.</p> <p><u>Отсутствие системных умений</u> проводить в устной, письменной и электронной форме деловую и научную презентацию;</p> <p>обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы исследования.</p> <p><u>Отсутствие уверенного владения</u> методами самостоятельного проведения исследований по избранной теме.</p> <p><u>Фрагментарные знания</u> основных этапов и последовательности проведения исследования; способов обоснования актуальности, цели, теоретической и практической значимости результатов исследования.</p>

			<p><u>Фрагментарные умения</u> проводить в устной, письменной и электронной форме деловую и научную презентацию;</p> <p>обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы исследования.</p> <p><u>Фрагментарные владения</u> методами самостоятельного проведения исследований по избранной теме.</p>
ПК-9	Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -правила проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой; -этапы проведения и принципы планирования самостоятельных исследований; -автоматизированные системы обработки информации. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -анализировать информацию об объекте и предмете исследования, определять научную новизну, практическую значимость, давать оценку проведенного научного исследования. <p><u>Владеть навыками:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -выполнения исследования с учетом использования современных подходов в науке и производстве. 	<p><u>Полное знание</u> правил проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой;</p> <p>этапов проведения и принципов планирования самостоятельных исследований; автоматизированных систем обработки информации.</p> <p><u>Умение</u> анализировать информацию об объекте и предмете исследования, определять научную новизну, практическую значимость, давать оценку проведенного научного исследования.</p> <p><u>Уверенное владение навыками</u> выполнения исследования с учетом использования современных подходов в науке и производстве.</p> <hr/> <p><u>В целом успешное освоение знаний</u> правил проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой;</p> <p>этапов проведения и принципов планирования самостоятельных исследований; автоматизированных систем обработки информации.</p> <p><u>В целом успешное умение</u> анализировать информацию об объекте и предмете исследования, определять научную новизну, практическую значимость, давать оценку проведенного научного исследования.</p> <p><u>В целом уверенное владение навыками</u> выполнения исследования с учетом использования современных подходов в науке и производстве.</p> <hr/> <p><u>Отсутствие системных знаний о</u> правилах проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой;</p> <p>этапах проведения и принципах планирования самостоятельных исследований; автоматизированных системах обработки информации.</p> <p><u>Отсутствие системных умений</u> анализировать информацию об объекте и предмете исследования, определять научную новизну, практическую значимость, давать оценку проведенного научного исследования.</p> <p><u>Отсутствие уверенного владения навыками</u> выполнения исследования с учетом использования современных подходов в науке и производстве.</p> <hr/> <p><u>Фрагментарные знания</u> правил проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой;</p> <p>этапов проведения и принципов планирования самостоятельных исследований; автоматизированных систем обработки информации.</p> <p><u>Фрагментарные умения</u> анализировать информацию об объекте и предмете исследования, определять научную новизну,</p>

			практическую значимость, давать оценку проведенного научного исследования. <u>Фрагментарные владения навыками</u> выполнения исследования с учетом использования современных подходов в науке и производстве.
--	--	--	--

7.3. Типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе прохождения практики

Таблица 1 - Типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе прохождения практики

Формы текущего контроля *	Типовые контрольные задания
Подготовительный этап	
В	1.Получение и согласование индивидуального задания по прохождению преддипломной практики. Оформление документов для прохождения практики.
	2.Прибытие на базу практики, согласование подразделения, в котором будет организовано рабочее место. Прохождение вводного инструктажа, инструктажа по технике безопасности.
	3.Описание внутреннего распорядка работы базы практики.
	4.Информация о виде деятельности, порученной практиканту.
ЗД	Составление индивидуального плана выполнения работ
Основной этап	
ЗД	<i>Материал для отчета:</i> основные учредительные документы, перечень нормативно-правовых документов, регламентирующих работу базы практики, финансово - экономическая документация.
	<p>1. Общая характеристика предприятия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - полное и сокращенное наименование предприятия (организации); - дата регистрации и наименование органа, зарегистрировавшего предприятие; - вышестоящий орган управления; - организационно-правовая форма; - размер уставного капитала; - история создания (предпосылки и условия, способствовавшие созданию предприятия, факторы, оказавшие влияние на географическое и территориальное расположение предприятия) и развития (факторы, способствовавшие развитию предприятия на этапе ее становления и в настоящее время) предприятия; - специфика предприятия, сфера, виды и масштабы деятельности; - миссия и основные цели предприятия; - сильные и слабые стороны предприятия; - система и характер взаимодействия с внешней средой (поставщики, потребители, партнеры, основные конкуренты); - возможности и угрозы предприятия со стороны внешней среды.
	<p>2. Организационная структура управления:</p> <p>изучить:</p> <ul style="list-style-type: none"> - отраслевую принадлежность предприятия, формы отраслевой организации производства; - организационную структуру управления, ее тип и особенности проектирования с учетом сферы, направлений деятельности предприятия, его размеров и организационно-правовой формы (приложить и проанализировать схему); - элементы организационной структуры, структуру и функции аппарата управления предприятием;

	<ul style="list-style-type: none"> - основные структурные подразделения, их функции, внутреннюю структуру, взаимодействие структурных подразделений; - порядок делегирования полномочий и ответственности на предприятии; - оценить эффективность существующей структуры и возможные направления ее совершенствования.
	<p>3. Характеристика состояния и перспектив развития отрасли бизнеса и рыночной среды:</p> <ul style="list-style-type: none"> - характеристика рынков сбыта продукции; - основные клиенты, динамика спроса на выпускаемую продукцию; - основные изменения на рынке; - основные конкуренты, движущие силы отрасли; - диагностика факторов конкурентной среды; - анализ рыночной доли конкурентов; - построение конкурентной карты рынка; - определение конкурентоспособности продуктов, услуг; - ключевые факторы успеха (КФУ) и неуспеха (КФН) организации.
	<p>4. Система планирования на предприятии.</p> <p>По данному разделу практики необходимо исследовать: организацию стратегического, тактического и оперативного планирования на предприятии, их особенности, состав и разделы планов, порядок расчета их важнейших показателей, взаимосвязь перспективных, среднесрочных и текущих планов предприятия; содержание бизнес-плана, оценку его роли и значения при управлении инновационными и инвестиционными проектами.</p>
	<p>5. Финансово-экономическое состояние предприятия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - провести анализ основных показателей, характеризующих результаты деятельности предприятия; - произвести расчет показателей эффективности использования основных фондов и оборотных средств; - провести анализ объема продаж и выручки от реализации продукции; - исследовать себестоимость реализованной продукции и факторы, влияющие на ее снижение; - определить показатели прибыли и рентабельности; - провести анализ показателей производительности труда и трудоемкости выпускаемой продукции; - исследовать систему показателей, характеризующих финансовое состояние предприятия; - сформулировать проблемы предприятия, выявленные в ходе экономического анализа и профессионального общения; - обобщить предложения по их решению и наметить пути корректировки рыночного поведения предприятия; - провести экономический расчет по предложенным корректировкам рыночного поведения предприятия.
	<p>6. Управление информацией: определение эффективности организации системы внутренних и внешних информационных потоков:</p> <ul style="list-style-type: none"> - наличие сайта предприятия, его тип (бизнес-сайт, сайт- визитка, интернет-магазин, интернет-витрина и др.) и структуру; - использование информационных систем управления производством, персоналом, складским хозяйством, ведения бухгалтерского и управленческого учета и др.; - организацию делопроизводства, использование систем электронного документооборота (СЭД).
	<p>7. Стратегический маркетинговый анализ деятельности предприятия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - провести PEST-анализ организации;

	<ul style="list-style-type: none"> - провести SWOT-анализ предприятия; - провести ПРиМ-анализ фирмы; - исследовать содержание корпоративной стратегии развития предприятия; - рассмотреть функциональные стратегии организации; - описать процесс разработки стратегий и пути их реализации; - проанализировать конкурентную стратегию организации.
	<p>8. Организация маркетинга на предприятии:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рассмотреть содержание деятельности службы маркетинга организации; - изучить процесс маркетингового планирования на предприятии; - изучить стратегии сегментирования рынка и позиционирования компании (ее продукции); - проанализировать маркетинговые стратегии организации в области товарной, ценовой, распределительной и коммуникационной политики; - изучить процесс разработки и согласования бюджета маркетинга.
Заключительный этап	
О	Представление результатов практики

* - В – ответы на вопросы; ЗД – задание; О – отчет.

Задания для оценки знаний после прохождения практики зависят от содержания практики студента и формы проведения аттестации (индивидуальная защита, публичная защита, «круглый стол» и др.). Ниже приведены типовые задания (вопросы):

Типовые контрольные задания (вопросы), необходимые для оценки знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций при проведении зачета

1. Какие цели и задачи Вы ставили при прохождении практики? На каких основных источниках основывали написание своего отчета?
2. Какова форма собственности организации, состав собственников, учредителей?
3. Какова организационная структура управления, миссия организации; формы отраслевой организации производства; история создания и развития?
4. Какова специфика организации, виды и масштабы деятельности?
5. Каков характер взаимодействия предприятия с внешней средой?
6. Соответствует ли сложившаяся структура управления организацией корпоративной стратегии?
7. Дайте оценку направлений деятельности менеджеров организации. Каковы приоритеты в деятельности организации?
8. Каковы результаты анализа основных показателей деятельности организации? Каков конечный финансовый результат деятельности организации?
9. Какие основные направления и стратегические приоритеты развития организации?
10. Назовите ключевой фактор успеха для организации.
11. Что выявлено при проведении SWOT, PEST и ПРиМ-анализа?
12. Охарактеризуйте результаты конкурентного анализа на предприятии. Какие конкурентные стратегии применяет организация?
13. Кем и как производится разработка корпоративной стратегии развития? Опишите процесс разработки стратегии. Как часто вносятся изменения в корпоративную стратегию предприятия?
14. По какому принципу организована служба маркетинга предприятия?
15. Охарактеризуйте функциональные обязанности службы маркетинга.
16. Как осуществляется процесс разработки маркетинговых планов?
17. Как осуществляется разработка и согласование бюджета маркетинга на предприятии?
18. Как осуществляется управление продуктовым портфелем предприятия?
19. Какие маркетинговые стратегии организации в области товарной, ценовой, распределительной и коммуникационной политики используются на предприятии?

20. На какой целевой сегмент ориентирована деятельность предприятия?
21. Какой стратегии позиционирования придерживается предприятие?
22. Опишите организационные уровни разработки стратегии.
23. Какие маркетинговые инструменты повышения эффективности управления организацией применяются на предприятии?
24. Соответствует ли маркетинговая стратегия основной цели развития предприятия?
25. Как Вы можете оценить эффективность управления организацией с позиций маркетингоориентированного подхода?
26. Какие выводы и предложения по практике Вы сделали? Каков основной итог Вашей работы?

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Аттестация обучающихся за пройденную практику проводится руководителем магистранта от кафедры на основании анализа отчетной документации магистранта и защиты отчета о прохождении практики. Защита отчета представляет собой краткий доклад магистранта и его ответы на задаваемые вопросы.

По итогам защиты отчета о прохождении практики руководитель практики от кафедры выставляет магистранту зачет с оценкой, используя следующую шкалу оценивания: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» выставляется магистранту, который при защите отчета о прохождении практики подтвердил сформированность у себя компетенции на оценку «отлично» (порядок оценки которой приведен в п. 7.2), а также продемонстрировал соответствие следующим критериям: своевременно в установленные сроки представил на кафедру оформленные в соответствии с требованиями отзыв, дневник, отчет о прохождении практики; имеет отличную характеристику (отзыв) от руководителя предприятия – базы практики; изложил в отчете в полном объеме вопросы по всем разделам практики; во время защиты отчета правильно ответил на все вопросы руководителя практики от кафедры.

Оценка «хорошо» выставляется магистранту, который при защите отчета о прохождении практики подтвердил сформированность у себя компетенции на оценку «хорошо» (порядок оценки которой приведен в п. 7.2), а также продемонстрировал соответствие следующим критериям: своевременно в установленные сроки представил на кафедру отзыв, дневник, отчет о прохождении практики; имеет отличную характеристику (отзыв) от руководителя предприятия – базы практики; в отчете в полном объеме осветил вопросы по разделам практики; но получил незначительные замечания по оформлению отчетных документов по практике или во время защиты отчета ответил не на все вопросы руководителя практики от кафедры.

Оценка «удовлетворительно» выставляется магистранту, который при защите отчета о прохождении практики подтвердил сформированность у себя компетенции на оценку «удовлетворительно» (порядок оценки которой приведен в п. 7.2), а также продемонстрировал соответствие следующим критериям: своевременно в установленные сроки представил на кафедру экономики и управления отзыв, дневник, отчет о прохождении практики; но получил существенные замечания по оформлению отчетных документов по практике или в отчете не в полном объеме осветил вопросы по разделам практики; или во время защиты отчета ответил не на все вопросы руководителя практики от кафедры.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется магистранту, который при защите отчета о прохождении практики подтвердил сформированность у себя компетенции на оценку «неудовлетворительно» (порядок оценки которой приведен в п. 7.2), а также продемонстрировал соответствие следующим критериям: отсутствовал на закрепленном рабочем месте базы практики или не выполнил программу практики, или получил отрицательный отзыв о работе, или ответил неверно на вопросы преподавателя при защите отчета.

8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики

8.1. Основная литература

1. Закирова, А.Ф. Магистерская диссертация как научно-педагогическое исследование :

учебное пособие / А.Ф. Закирова, И.В. Манжелей. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 141 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482856>

3. Лужнова, Н.В. Стратегическое маркетинговое управление : учебник / Н.В. Лужнова, О.М. Калиева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Оренбургский Государственный Университет. - Оренбург : ОГУ, 2016. - 289 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776>

8.2. Дополнительная литература

1. Михненко, П.А. Теория менеджмента: учебник / П.А. Михненко. - 4-е изд., стер. - Москва: Университет «Синергия», 2018. - 520 с.: ил. - (Серия «Легкий учебник»). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4257-0342-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=490881>

2. Понуждаев, Э.А. Теория менеджмента: история управленческой мысли, теория организации, организационное поведение: учебное пособие / Э.А. Понуждаев, М.Э. Понуждаева. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - Кн. 1. - 661 с.: ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-3721-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271807>

8.3. Информационно-образовательные ресурсы в сети «Интернет»

№	Наименование Интернет-ресурса	Ссылка (URL) на Интернет ресурс
1.	Федеральная служба государственной статистики	www.gks.ru
2.	Министерство финансов РФ	www.minfin.ru
3.	Международный валютный фонд	www.imf.org
4.	Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования	www.forecast.ru
5.	Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по РБ	www.bashstat.ru
6.	Информационно-издательский центр «Статистика России»	www.infostat.ru
7.	Информационно-аналитический сайт в области информационных технологий	citforum.ru
8.	Издание о высоких технологиях	cnews.ru
9.	Библиотека Г. Верникова – все о менеджменте и ИТ - подборка аналитических материалов по вопросам экономики, менеджмента и информационных технологий.	vernikov.ru
10.	Официальный портал ИТ-директоров (Реестр ИТ-поставщиков)	globalcio.ru
11.	Журнал СЮ – руководитель информационной службы	cio-world.ru
12.	Электронно-библиотечная система	ZNANIUM.COM
13.	Единый архив экономических и социологических данных ВШЭ	http://sophist.hse.ru/

9. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики:

Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
 - ЭБС издательства «Лань»;
 - ЭБС «Электронный читальный зал»;
 - БД периодических изданий на платформе EastView: «Вестники Московского университета», «Издания по общественным и гуманитарным наукам»;
 - Научная электронная библиотека;
 - БД диссертаций Российской государственной библиотеки.
- Также доступны следующие зарубежные научные ресурсы баз данны:
- Web of Science;
 - Scopus;
 - Издательство «Taylor&Francis»;
 - Издательство «Annual Reviews»;
 - «Computers & Applied Sciences Complete» (CASC) компании «EBSCO»
 - Архивы научных журналов на платформе НЭИКОН (Cambridge University Press, SAGE Publications, Oxford University Press);
 - Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» (<http://window.edu.ru>);
 - справочно-правовая система Консультант Плюс;
 - справочно-правовая система Гарант.

10. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

Место прохождения практики должно соответствовать действующим санитарно-эпидемиологическим требованиям, противопожарным правилам и нормам охраны здоровья обучающихся.

Место 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 сеть «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 определяются руководителем конкретного студента, исходя из задания на практику.

Преддипломная практика	1.учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный	лаборатория социально-экономического моделирования № 107: учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 18 шт. лаборатория анализа данных № 108: учебная мебель, доска, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 17 шт. аудитория № 110: учебная мебель, доска, телевизор led. аудитория № 111: учебная мебель, доска, телевизор led. аудитория № 114: учебная мебель, доска. аудитория № 115: учебная мебель, колонки (2 шт.), динамики, dvd плеер toshiba, магнитола sonu (4 шт.) (юпомещение, ул. карла маркса, д.3, корп.4) аудитортия №118: учебная мебель, проектор benq, колонки (2 шт.), музыкальный центр lg, флипчарт магнитно-маркерный на треноге
------------------------	---	---

	<p>корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), аудитория № 110 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).</p> <p>2.учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), аудитория № 110 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).</p> <p>3. помещения для самостоятельной работы: аудитория № 302 читальный зал (гуманитарный корпус).</p> <p>4.помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: аудитория № 115 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), 118 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4)</p>	<p>аудитория № 122: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 204: учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio.</p> <p>аудитория № 207: учебная мебель, доска, телевизор led tcl.</p> <p>аудитория № 208: учебная мебель, доска, телевизор led tcl.</p> <p>аудитория № 209: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 210: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 212: учебная мебель, доска, проектор infocus.</p> <p>аудитория № 213: учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio.</p> <p>аудитория № 218: учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор infocus.</p> <p>аудитория № 220: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 221 учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 222 учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 301 учебная мебель, экран на штативе, проектор aser.</p> <p>аудитория № 302 учебная мебель, персональный компьютер в комплекте hp, моноблок, персональный компьютер в комплекте моноблок игu.</p> <p>аудитория № 305 учебная мебель, доска, проектор infocus.</p> <p>аудитория № 307 учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 308 учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 309 учебная мебель, доска.</p> <p>лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а учебная мебель, доска, персональный компьютер lenovo thinkcentre – 16 шт.</p> <p>лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в учебная мебель, доска, персональный компьютер в комплекте № 1 игu corp 510 – 14 шт.</p> <p>аудитория № 312 учебная мебель, доска.</p>
--	--	--