

**Автономная Некоммерческая Организация Высшего Образования**

**«Славяно-Греко-Латинская Академия»**

|  |  |
| --- | --- |
| **Одобрено:**Решением Ученого Советаот «29» августа 2023 г. протокол № 6 | **УТВЕРЖДАЮ**Ректор АНО ВО «СГЛА»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Храмешин С.Н. |

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**по производственной преддипломной практике**

**Б2.В.03(Пд)**

**Преддипломная практика**

|  |  |
| --- | --- |
| **Направление подготовки** | **38.04.02 Менеджмент**  |
| **Направленность (профиль)** | **Стратегический менеджмент и маркетинг** |
| **Кафедра** | **международных отношений и социально-экономических наук** |
| **Форма обучения****Год начала обучения** | **Очная****2023** |
| **Реализуется в семестре** | **4 семестр курс 2**  |
| **Объем занятий:** | **243 ч. 9 з.е.**  |
| **Продолжительность** | **4 недели** |
| **Зачет с оценкой** | **4 семестр** |

**Введение**

1. **Назначение**

Фонд оценочных средств **по производственной преддипломной практике** предназначен для контроля достижения обучающимися требуемых компетенций посредством оценивания полученных ими результатов обучения, соответствующих индикаторам достижения компетенций образовательной программы высшего образования «Стратегический менеджмент и маркетинг» по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент

1. ФОС является приложением к программе производственной преддипломной практики

**Руководитель образовательной программы** - Харченко Н.П., доцент кафедры менеджмента

**Разработчик:**

д-р экон. наук, профессор Парахина В.Н.

д-р экон. наук, профессор Максименко Л.С.

**Члены экспертной группы:**

**Председатель:**

Крученицкий Григорий Михайлович. - председатель УМК. Доктор физико-математических наук, Профессор

**Члены комиссии:**

Лясников Николай Васильевич - член УМК, Доктор экономических наук; профессор

Шириков Александр Дмитриевич - член УМК, доцент кафедры менеджмента.

**Представитель организации-работодателя:**

Ларский Е.В. - главный менеджер по работе с ВУЗами и молодыми специалистами АО «КОНЦЕРН ЭНЕРГОМЕРА»

 Протокол заседания Учебно-методической комиссии

от «28» августа 2023 г. протокол № 13/6

Экспертное заключение:

фонд оценочных средств по производственной преддипломной практике рекомендуется для оценки результатов обучения и уровня сформированности компетенций у обучающихся образовательной программы высшего образования «Стратегический менеджмент и маркетинг» по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент.

 Протокол заседания от «28» августа 2023 г. протокол № 13/6

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

## 1. Описание показателей и критериев оценивания на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Уровни сформированности компетенции(ий), индикатора(ов)** |  | **Дескрипторы** |  |
| **Минимальный уровень не достигнут****(Неудовлетворительно) 2 балла** | **Минимальный уровень****(удовлетворительно)** **3 балла** | **Средний уровень****(хорошо)****4 балла** | **Высокий уровень****(отлично)****5 баллов** |
| ***Компетенция: ПК-1*** |
| Результаты прохождения практики: *Индикатор:* ИД-1. ПК-1. Осуществляет самостоятельный прикладной или аналитический научно-исследовательский проект в области стратегического менеджмента и маркетинга  | Не может самостоятельно планировать и проводить научные исследования в соответствии с разработанной программой, требующих широкого образования в выбранной области менеджмента в изменяющейся цифровой бизнес-среде  | Допускает существенные ошибки при выполнении работ при самостоятельном планировании и проведении научные исследования в соответствии с разработанной программой, требующих широкого образования в выбранной области менеджмента в изменяющейся цифровой бизнес-среде  | способен самостоятельно планировать и проводить научные исследования в соответствии с разработанной программой, требующих широкого образования в выбранной области менеджмента в изменяющейся цифровой бизнес-среде, но может допустить незначительные ошибки  | способен самостоятельно планировать и проводить научные исследования в соответствии с разработанной программой, требующих широкого образования в выбранной области менеджмента в изменяющейся цифровой бизнес-среде  |
| ИД-2. ПК-1 Способен представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада | Не способен представлять итоги проделанной работы, полученные в результате прохождения практики, в виде рефератов (обзор литературы), статей, оформленных в соответствии с имеющимися требованиями с использованием методов визуализации и презентации результатов исследования;  | представление итогов проделанной работы, полученных в результате прохождения практики, в виде рефератов (обзор литературы), статей, оформленных в соответствии с имеющимися требованиями, осуществляется без использования методов визуализации и презентации результатов исследования  | может допустить незначительные ошибки при представление итогов проделанной работы, полученных в результате прохождения практики, в виде рефератов (обзор литературы), статей, оформленных в соответствии с имеющимися требованиями, осуществляется с использованием методов визуализации и презентации результатов исследования | представление итогов проделанной работы, полученных в результате прохождения практики, в виде рефератов (обзор литературы), статей, оформленных в соответствии с имеющимися требованиями, осуществляется с использованием методов визуализации и презентации результатов исследования  |
| ИД-3. ПК-1. Осуществляет сбор, обработку, мониторинг и интерпретацию информации о факторах внешней и внутренней среды на различных сегментах рынка с использованием информационных технологий обработки и интеллектуального анализа больших массивов данных для принятия стратегических решений в цифровой бизнес-среде  | Отсутствуют знания информационных технологий обработки и интеллектуального анализа больших массивов данных, не способен работать с информацией для принятия стратегических решений в цифровой бизнес-среде  | Используя фрагментарные знания информационных технологий обработки и интеллектуального анализа больших массивов данных допускает грубые при работе с информацией в процессе принятия стратегических решений в цифровой бизнессреде  | Используя знания информационных технологий обработки и интеллектуального анализа больших массивов данных умеет работать с информацией для принятия стратегических решений в цифровой бизнес-среде, но допускает несущественные ошибки при обосновании полученных результатов  |  Используя знания информационных технологий обработки и интеллектуального анализа больших массивов данных умеет работать с информацией для принятия стратегических решений в цифровой бизнес-среде  |
| ***Компетенция: ПК-3*** |
| Результаты прохождения практики: Индикатор: ИД-1. ПК-3. Способен формировать ценовую, сбытовую и коммуникационную политики организации, выявлять направления интеграции маркетинговых технологий в деятельность организации, оценивать целесообразность их применения, предлагать меры по их совершенствованию с учетом развития цифровой среды  | Отсутствуют знания основных инструментов комплекса маркетинга не способен обосновать выбранную ценовую, сбытовую и коммуникационную политики организации, не может предложить направления интеграции маркетинговых технологий управления в деятельности организации с учетом развития цифровой среды  | Используя знания основных инструментов комплекса маркетинга обосновывает выбранную ценовую, сбытовую и коммуникационную политики организации, выбирает направления интеграции маркетинговых технологий управления в деятельности организации с учетом развития цифровой среды, но допускает грубые ошибки при обосновании полученных результатов  | Используя знания основных инструментов комплекса маркетинга обосновывает выбранную ценовую, сбытовую и коммуникационную политики организации, выбирает направления интеграции маркетинговых технологий управления в деятельности организации с учетом развития цифровой среды, но допускает несущественные ошибки при обосновании полученных результатов  | Используя знания основных инструментов комплекса маркетинга обосновывает выбранную ценовую, сбытовую и коммуникационную политики организации, выбирает направления интеграции маркетинговых технологий управления в деятельности организации с учетом развития цифровой среды  |
| ИД-2. ПК-3. Способен выявлять и оценивать факторы, влияющие на поведение потребителей в среде выбора, прогнозировать спрос, составить модель принятия решений о покупке, разрабатывать и реализовывать меры по привлечению новых потребителей  | Отсутствует способность к формированию модели управления потребителем, не способен предложить комплекс маркетинговых мероприятий с использованием цифровых ресурсов  | Способен сформировать модель управления потребителем и предложить комплекс маркетинговых мероприятий с использованием цифровых ресурсов, но допускает грубые ошибки при обосновании полученных результатов  | Способен сформировать модель управления потребителем и предложить комплекс маркетинговых мероприятий с использованием цифровых ресурсов, но допускает несущественные ошибки при обосновании полученных результатов  | Формирует модель управления потребителем, предлагает комплекс маркетинговых мероприятий с использованием цифровых ресурсов  |
| ИД-3. ПК-3. Способен выбрать инструменты для создания и управления брендом, применять различные технологии по его развитию, проводить аудит и оценку стоимости нематериальных активов (брендов), выявлять направления использования маркетинга для обеспечения денежных потоков и создания стоимости компании  | Отсутствуют знания методов анализа финансового состояния организации, не способен дать оценку эффективности предлагаемых направлений использования маркетинга  | Опираясь на знание методов анализа финансового состояния организации, способен дать оценку эффективности предлагаемых направлений использования маркетинга, но допускает грубые ошибки при обосновании полученных результатов  | Опираясь на знание методов анализа финансового состояния организации, способен дать оценку эффективности предлагаемых направлений использования маркетинга, но допускает несущественные ошибки при обосновании полученных результатов  | Опираясь на знание методов анализа финансового состояния организации, способен дать оценку эффективности предлагаемых направлений использования маркетинга  |
| ***Компетенция: ПК-4*** |
| Результаты прохождения практики: *Индикатор:* ИД-1. ПК-4. Способен осуществлять разработку бизнес-планов, стратегий, проектов развития новых направлений деятельности и организаций. |  Не способен разрабатывать бизнесплана с учетом знаний особенностей инновационных проектов  | При разработке бизнес-плана ведет с учетом знаний особенностей инновационных проектов допускает грубые ошибки при обосновании полученных результатов  | Разработку бизнес-плана ведет с учетом знаний особенностей инновационных проектов, но допускает несущественные ошибки при обосновании полученных результатов  | Разработку бизнес-плана ведет с учетом знаний особенностей инновационных проектов  |
| ИД-2 ПК-4.. Способен выявлять инновационные направления развития бизнеса и внедрять их |  Не способен использовать современные методы анализа для поиска новых направлений развития бизнеса  | При поиске новых направлений развития бизнеса использует современные методы анализа, но допускает грубые ошибки при обосновании полученных результатов  | При поиске новых направлений развития бизнеса использует современные методы анализа, но допускает несущественные ошибки при обосновании полученных результатов  | При поиске новых направлений развития бизнеса использует современные методы анализа  |
| ИД-3. ПК-4. Способен осуществлять управление инновационно-инвестиционными проектами предприятий  | Не способен представлять программу реализации инвестиционных проектов ведется с учетом их особенностей  | Представляет программу реализации инвестиционных проектов ведется с учетом их особенностей, но допускает грубые ошибки при обосновании полученных результатов  | Представляет программу реализации инвестиционных проектов ведется с учетом их особенностей, но допускает несущественные ошибки при обосновании полученных результатов  | Представляет программу реализации инвестиционных проектов ведется с учетом их особенностей  |

 **2. Оценочные средства по производственной преддипломной практике**

### 2.1. Задания, позволяющие оценить знания, полученные на практике

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Формируемые компетенции, индикаторы**  |  | **Формулировка задания**  |
| **Код компете нции**  | **Формулировки**  |
| ПК-1  | Способен самостоятельно выполнять научно-исследовательский и аналитический проект в области стратегического менеджмента и маркетинга, готовить аналитические материалы для принятия управленческих решений в цифровой бизнес-среде  | Задание 1.  | Изучение основ планирования и проведения научного исследования.  |
| Задание 2  | Изучение возможностей и ограничений применения методов проведения научного исследования  |
| Задание 3  | Определение основных результатов исследования.  |
| ПК-3  | Способен разрабатывать и реализовывать комплекс маркетинга, интегрировать маркетинговые технологии управления в деятельность организации в цифровой бизнес-среде  | Задание 1.  | Изучение основ публичной дискуссии  |
| Задание 2.  | Изучение приемов аргументации.  |
| Задание 3.  | Изучение методов визуализации и презентации результатов исследования  |
| Задание 4.  | Изучение возможностей и ограничений различных методов визуализации и презентации результатов исследования.  |
| Задание 5.  | Изучение возможностей программных продуктов и компьютерных технологий обработки и визуализации данных  |
| ПК-4  | Способен разрабатывать бизнес-проекты стратегического развития организации и управлять их реализацией в цифровой среде  | Задание 1.  | Ознакомление с базой практики (НОЦ, научно-производственное предприятие/организация, учебное учреждение, ведущее научные исследования)  |
| Задание 2.  | Изучение методологии научного исследования, особенностей его организации  |
| Задание 3.  | Изучение инструментария качественного и количественного анализа  |
| Задание 4.  | Изучение новейших результатов НИ в выбранной сфере  |
| Задание 5.  | Изучение принципов организации научных исследований в соответствии с разработанной программой.  |
| Задание 6.  | Изучение методов организации научных исследований в соответствии с разработанной программой  |

### 2.2. Задания, позволяющие оценить умения и навыки, полученные на практике

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Формируемые компетенции, индикаторы  |  | Формулировка задания  |
| Код компете нции  | Формулировки  |
| ПК-1  | Способен самостоятельно выполнять научно-исследовательский и аналитический проект  | Задание 1.  | Обобщение собранного материала по выбранной проблеме исследования.  |
| Задание 2  | Формулирование выводов и рекомендаций  |
| Задание 3.  | Оформление отчета по практике, индивидуального задания  |
| Задание 4  | Разработка структуры статьи, доклада  |
|  | в области стратегического менеджмента и маркетинга, готовить аналитические материалы для принятия управленческих решений в цифровой бизнес-среде  | Задание 5  | Подготовка и публикация статьи по теме исследования  |
| Задание 6  | Изложение результатов проверки гипотезы исследования  |
| Задание 7  | Формулировка окончательных выводов, рекомендаций по более эффективному развитию объекта исследования в современных условиях хозяйствования  |
| ПК-3  | Способен разрабатывать и реализовывать комплекс маркетинга, интегрировать маркетинговые технологии управления в деятельность организации в цифровой бизнессреде  | Задание 1.  | Защита отчета по практике, индивидуального задания  |
| Задание 2.  | Участие в работе научной конференции  |
| Задание 3.  | Подготовка презентации научных результатов  |
| Задание 4.  | Аргументация и презентация системы предложений и рекомендаций по совершенствованию выбранной области исследования, объекта исследования  |
| Задание 5.  | Аргументация и презентация предложений, обладающих научной новизной  |
| Задание 6.  | Защита и презентация прогностических моделей для данного объекта исследования  |
| Задание 7.  | Выступление с докладом на конференции по итогам проведенного исследования  |
| ПК-4  | Способен разрабатывать бизнеспроекты стратегического развития организации и управлять их реализацией в цифровой среде   | Задание 1.  | Разработка научного плана и программы проведения научного исследования  |
| Задание 2.  | Подготовка и утверждение индивидуального задания  |
| Задание 3.  | Разработка инструментария планируемого исследования  |
| Задание 4.  | Уточнение круга научных проблем для исследования (темы, целей и задач)  |
| Задание 5  | Осуществление сбора, анализа и обобщения материала, оценка степени эффективности и результативности деятельности объекта исследования относительно выбранной тематики исследования  |
| Задание 6  | Формулирование научных положений по теоретическому контексту исследования  |
| Задание 7  | Построение собственных организационно-управленческих, эконометрических, финансовых моделей, выявление существующих недостатков и причин их возникновения, проведение прочих исследований, необходимых для написания выпускной квалификационной работы  |
| Задание 8  | Формулирование и проверка гипотезы исследования в соответствии с разработанной программой.  |
| Задание 9  | Построение системы предложений и рекомендаций по совершенствованию в проблемной сфера развития объекта исследования  |
| Задание 10  | Разработка предложений, обладающих научной новизной, внедрение данных предложений в финансово-хозяйственную научную деятельность объекта исследования  |
| Задание 11  | Анализ данных с учетом внедренных изменений  |
| Задание 12  | Построение прогностических моделей для данного объекта исследования  |

## 3. Критерии оценивания компетенций\*

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если студент в полном объеме овладел компетенцией и не допускает ошибок при решении поставленных задач, в частности:

− способен самостоятельно планировать и проводить научные исследования в соответствии с разработанной программой, требующих широкого образования в выбранной области менеджмента в изменяющейся цифровой бизнес-среде

− представление итогов проделанной работы, полученных в результате прохождения практики, в виде рефератов (обзор литературы), статей, оформленных в соответствии с имеющимися требованиями, осуществляется с использованием методов визуализации и презентации результатов исследования

− используя знания информационных технологий обработки и интеллектуального анализа больших массивов данных умеет работать с информацией для принятия стратегических решений в цифровой бизнес-среде

− используя знания основных инструментов комплекса маркетинга обосновывает выбранную ценовую, сбытовую и коммуникационную политики организации, выбирает направления интеграции маркетинговых технологий управления в деятельности организации с учетом развития цифровой среды

− формирует модель управления потребителем, предлагает комплекс маркетинговых мероприятий с использованием цифровых ресурсов

− опираясь на знание методов анализа финансового состояния организации, способен дать оценку эффективности предлагаемых направлений использования маркетинга

− разработку бизнес-плана ведет с учетом знаний особенностей инновационных проектов

− при поиске новых направлений развития бизнеса использует современные методы анализа

− представляет программу реализации инвестиционных проектов ведется с учетом их особенностей

Оценка *«хорошо»* выставляется обучающемуся, если студент освоил компетенции на должном уровне, но может допустить незначительные ошибки в формулировании итоговых выводов:

− при самостоятельном планировании и проведении научные исследования в соответствии с разработанной программой, требующих широкого образования в выбранной области менеджмента в изменяющейся цифровой бизнес-среде

− при представлении итогов проделанной работы, полученных в результате прохождения практики, в виде рефератов (обзор литературы), статей, оформленных в соответствии с имеющимися требованиями, осуществляется с использованием методов визуализации и презентации результатов исследования

− при работе с информацией для принятия стратегических решений в цифровой бизнес-среде на основе знаний информационных технологий обработки и интеллектуального анализа больших массивов данных;

− при выборе ценовой, сбытовой и коммуникационной политики организации и выборе направления интеграции маркетинговых технологий управления в деятельности организации с учетом развития цифровой среды с учетом знаний основных инструментов комплекса маркетинга

− при формировании модель управления потребителем и комплекса маркетинговых мероприятий с использованием цифровых ресурсов

− при оценке эффективности предлагаемых направлений использования маркетинга с учетом знаний методов анализа финансового состояния организации

− при разработке бизнес-плана ведет с учетом знаний особенностей инновационных проектов

− при поиске новых направлений развития бизнеса использует современные методы анализа

− при разработке программы реализации инвестиционных проектов с учетом их особенностей.

Оценка *«удовлетворительно»* выставляется обучающемуся, если студент допускает существенные ошибки при:

− самостоятельном планировании и проведении научные исследования в соответствии с разработанной программой, требующих широкого образования в выбранной области менеджмента в изменяющейся цифровой бизнес-среде

− представлении итогов проделанной работы, полученных в результате прохождения практики, в виде рефератов (обзор литературы), статей, оформленных в соответствии с имеющимися требованиями, осуществляется с использованием методов визуализации и презентации результатов исследования

− работе с информацией для принятия стратегических решений в цифровой бизнессреде на основе знаний информационных технологий обработки и интеллектуального анализа больших массивов данных;

− при выборе ценовой, сбытовой и коммуникационной политики организации и выборе направления интеграции маркетинговых технологий управления в деятельности организации с учетом развития цифровой среды с учетом знаний основных инструментов комплекса маркетинга

− при формировании модель управления потребителем и комплекса маркетинговых мероприятий с использованием цифровых ресурсов

− при оценке эффективности предлагаемых направлений использования маркетинга с учетом знаний методов анализа финансового состояния организации

− при разработке бизнес-плана ведет с учетом знаний особенностей инновационных проектов

− при поиске новых направлений развития бизнеса использует современные методы анализа

− при разработке программы реализации инвестиционных проектов с учетом их особенностей.

Оценка *«неудовлетворительно»* выставляется обучающемуся, если студент: − не может самостоятельно планировать и проводить научные исследования в соответствии с разработанной программой, требующих широкого образования в выбранной области менеджмента в изменяющейся цифровой бизнес-среде

− не способен представлять итоги проделанной работы, полученные в результате прохождения практики, в виде рефератов (обзор литературы), статей, оформленных в соответствии с имеющимися требованиями с использованием методов визуализации и презентации результатов исследования;

− не способен разрабатывать бизнес-плана с учетом знаний особенностей инновационных проектов

− не способен использовать современные методы анализа для поиска новых направлений развития бизнеса

− не способен представлять программу реализации инвестиционных проектов ведется с учетом их особенностей

У студента отсутствуют :

− знания информационных технологий обработки и интеллектуального анализа больших массивов данных, не способен работать с информацией для принятия стратегических решений в цифровой бизнес-среде

− знания основных инструментов комплекса маркетинга не способен обосновать выбранную ценовую, сбытовую и коммуникационную политики организации, не может предложить направления интеграции маркетинговых технологий управления в деятельности организации с учетом развития цифровой среды

− способность к формированию модели управления потребителем, не способен предложить комплекс маркетинговых мероприятий с использованием цифровых ресурсов − знания методов анализа финансового состояния организации, не способен дать оценку эффективности предлагаемых направлений использования маркетинга

Оценивается отчет по 5-балльной системе, открытым голосованием, простым большинством голосов определяется оценка. При равном числе голосов, голос председателя решающий.

## 4. Описание шкалы оценивания\*

По направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент» рейтинговая шкала оценивания не предусмотрена

## 5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания и характеризующих этапы формирования компетенций

Процедура прохождения производственной преддипломной практики включает в себя следующие этапы: подготовительный этап, основной этап, заключительный этап

На каждом этапе практики осуществляется текущий контроль за процессом формирования компетенций.

Предлагаемые студенту задания позволяют проверить компетенции ПК-1, ПК-3, ПК-4.

При проверке заданий оцениваются последовательность и рациональность выполнения, и точность расчетов.

При проверке отчетов оцениваются полнота раскрытия проблемы, использование различных источников информации, яркость и доступность презентации.

При защите отчета оцениваются: содержание отчета, обоснованность выводов и предложений, правильность и компетентность ответов студента на заданные вопросы, уровень профессиональной подготовки студента, характеристика руководителя организации и оформление отчета.