

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ушвицкий Лариса Игоревна

Должность: и.о. директора Института экономики и управления

Дата подписания: 18.06.2026 08:59:23

Уникальный программный ключ:

46f7031a7046958ffdb4e91f81e17726351d25a8

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор института
экономики и управления,
доктор экономических
наук, профессор
Ушвицкий Л.И.

« ____ » _____ 20 ____ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по производственной практике
(преддипломной практике)

Направление подготовки
Направленность (профиль)
Год начала обучения
Форма обучения
Изучается в 9 семестре

38.03.02 Менеджмент
Маркетинг и рыночная аналитика
2026
очно-заочная

Введение

1. Назначение: Фонд оценочных средств по производственной практике (преддипломной практике) предназначен для контроля достижения обучающимися требуемых компетенций посредством оценивания полученных ими результатов обучения, соответствующих индикаторам достижения компетенций образовательной программы высшего образования «Маркетинг и рыночная аналитика» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

2. ФОС является приложением к рабочей программе производственной практики (преддипломной практики).

3. Разработчик: Харченко Н.П., доцент кафедры менеджмента.

4. Проведена экспертиза ФОС.

Члены экспертной группы:

Председатель: Куш Е.Н. – председатель УМК института экономики и управления.

Члены экспертной группы:

Пучкова Е.Е. – член УМК института экономики и управления, и.о. замдиректора по учебной работе;

Воронцова Г.В. – член УМК института экономики и управления, доцент кафедры менеджмента

Представитель организации-работодателя:

Кривко Владимир Иванович – директор ООО «Орфей»

Экспертное заключение:

фонд оценочных средств по производственной практике (преддипломной практике) рекомендуется для оценки результатов обучения и уровня сформированности компетенций у обучающихся образовательной программы высшего образования «Маркетинг и рыночная аналитика» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

«19» мая 2026 г.

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

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

Компетенция(ии), индикатор(ы)	Уровни сформированности компетенции(ий)			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
<i>Компетенция: ПК-3 способен осуществлять информационно-аналитическую деятельность по разработке маркетинговой стратегии и принимать участие в ее реализации</i>				
Результаты обучения по дисциплине: применяя инструменты стратегического анализа и планирования, разрабатывает маркетинговую и ценовую стратегии фирмы и обеспечивает ее реализацию <i>Индикатор: ИД-1 ПК-3</i>	ошибочно применяет инструменты стратегического анализа и планирования для разработки маркетинговой стратегии фирмы и обеспечивает ее реализацию	частично верно применяет инструменты стратегического анализа и планирования для разработки маркетинговой стратегии фирмы и обеспечивает ее реализацию	допускает неточности в применении инструментов стратегического анализа и планирования для разработки маркетинговой стратегии фирмы и обеспечивает ее реализацию	профессионально точно применяет инструменты стратегического анализа и планирования для разработки маркетинговой стратегии фирмы и обеспечивает ее реализацию
Результаты обучения по дисциплине: владея знаниями о ценообразовании, участвует в процессах ценообразования в маркетинге, разработке и реализации ценовой стратегии <i>Индикатор: ИД-2 ПК-3</i>	фрагментарно владеет комплексом навыков в процессах ценообразования в маркетинге, разработке и реализации ценовой стратегии	имеет неполные представления об процессах ценообразования в маркетинге, разработке и реализации ценовой стратегии	допускает пробелы при разработке и реализации ценовой стратегии, а также при ценообразовании в маркетинге	уверенно применяет и использует навыки в процессах ценообразования в маркетинге, разработке и реализации ценовой стратегии
<i>Компетенция: ПК-4 способен выявлять и оценивать возможности развития организации и бизнесов, участвовать в разработке и реализации</i>				

<i>маркетинговых проектов и программ в цифровой среде</i>				
Результаты обучения по дисциплине: используя цифровые технологии, участвует в процессах постановки рыночных целей, подготовки и реализации маркетинговых проектов и программ <i>Индикатор: ИД-1 ПК-4</i>	при решении стандартных задач не продемонстрированы умения постановки рыночных целей, подготовки и реализации маркетинговых проектов и программ с использованием цифровых технологий	имеется минимальный набор навыков по постановке рыночных целей, подготовке и реализации маркетинговых проектов и программ с использованием цифровых технологий	продемонстрированы базовые навыки по постановке рыночных целей, подготовке и реализации маркетинговых проектов и программ с использованием цифровых технологий	продемонстрированы профессиональные навыки по постановке рыночных целей, подготовке и реализации маркетинговых проектов и программ с использованием цифровых технологий
Результаты обучения по дисциплине: проводит оценку воздействия макроэкономической среды на развитие организации, формирование спроса в цифровой среде, по результатам которой участвует в определении направлений и разработке планов по регулированию рыночной позиции организации <i>Индикатор: ИД-2 ПК-4</i>	ошибочно проводить оценку воздействия макроэкономической среды на развитие организации, формирование спроса в цифровой среде, по результатам которой участвует в определении направлений и разработке планов по регулированию рыночной позиции организации	фрагментарно верно проводить оценку воздействия макроэкономической среды на развитие организации, формирование спроса в цифровой среде, по результатам которой участвует в определении направлений и разработке планов по регулированию рыночной позиции организации	с негрубыми ошибками проводить оценку воздействия макроэкономической среды на развитие организации, формирование спроса в цифровой среде, по результатам которой участвует в определении направлений и разработке планов по регулированию рыночной позиции организации	продемонстрированы все знания и навыки в проведении оценки воздействия макроэкономической среды на развитие организации, формировании спроса в цифровой среде, по результатам которой участвует в определении направлений и разработке планов по регулированию рыночной позиции организации

Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он на повышенном уровне овладел компетенциями ПК-3, ПК-4; знает актуальные проблемы в системе управления организациями в современной бизнес-среде, а также направления и методы построения инновационных проектов и программ в цифровой среде; умеет проводить анализ, оценивать уровень организации стратегии и выявлять организационные резервы; владеет современными инструментами разработки и реализации программ и планов развития организации, коллектива.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он на базовом уровне овладел компетенциями ПК-3, ПК-4; знает методы оценки состояния и уровня стратегического управления организации; умеет проводить управленческий анализ и обосновывать вытекающие финансовые решения; владеет методикой проведения исследований в профессиональной области.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он частично овладел на базовом уровне компетенциями ПК-3, ПК-4; знает методы планирования, калькулирования, контроля и регулирования производства; умеет планировать, анализировать и управлять производственной мощностью предприятия; владеет современным информационно-аналитическим инструментарием бизнес-среды, в т.ч. внешней.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он недостаточно (незначительно) овладел на базовом уровне компетенциями ПК-3, ПК-4; слабо знает основные методы планирования доходов, расходов и финансовых результатов деятельности предприятия; затрудняется планировать и классифицировать ресурсы предприятия, в т.ч. с учетом цифровых трансформаций; ошибочно оценивает возможности развития организации и бизнесов.

2. Оценочные средства по производственной практике (преддипломной практике)

2.1. Задания, позволяющие оценить знания, полученные на практике

Формируемые компетенции, индикаторы		Формулировка задания	
Код компетенции	Формулировка		
ПК-3	Способен осуществлять информационно-аналитическую деятельность по разработке маркетинговой стратегии и принимать участие в ее реализации	Задание 1	Правовые основания деятельности (устав, лицензия, свидетельство о государственной регистрации и т.д., дата выдачи, сроки действия)
		Задание 2	Название организации, юридический адрес, назначение (миссия)
		Задание 3	Стандарты предприятия
ПК-4	Способен выявлять и оценивать возможности развития организации и бизнесов, участвовать в разработке и реализации маркетинговых проектов и программ в цифровой среде	Задание 4	Отраслевая принадлежность (по Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности - ОКВЭД)
		Задание 5	Этапы истории развития организации (основания выделения – смена названия организационно-правовой формы и вида собственности, слияния или поглощения)
		Задание 6	Организационно-правовая форма предприятия и форма собственности
		Задание 7	Основные цели, задачи, ресурсы предприятия
		Задание 8	Характеристика основных направлений деятельности организации (предприятия), перспективы развития
		Задание 9	Назначение и характер продукции (услуг, товаров)
		Задание 10	Стратегические программы маркетинга организации
		Задание 11	Организационно-технологические аспекты деятельности предприятия
		Задание 12	Функции производственных, маркетинговых и управленческих подразделений
		Задание 13	Система мотивации и вознаграждения, включающую анализ трудовых операций, оценку сложности работ и их классификацию
		Задание 14	Характеристика факторов внутренней и внешней среды, влияющие на деятельность предприятия
		Задание 15	Определение типа и построение организационной структуры организации
		Задание 16	Характеристика функциональной структуры маркетинга организации
		Задание 17	Анализ потребностей в персонале, программы повышения квалификации и переподготовки, системы оценки работы и

			развития карьеры, развитие организационной культуры
		Задание 18	Наблюдение за коммуникационными процессами в организации
		Задание 19	Роль и тенденции маркетингового развития предприятия

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

Формируемые компетенции, индикаторы		Формулировка задания	
Код компетенции	Формулировка		
ПК-3	Способен осуществлять информационно-аналитическую деятельность по разработке маркетинговой стратегии и принимать участие в ее реализации	Задание 1	Анализ видов деятельности и объема производства продукции (работ, услуг)
		Задание 2	Анализ ассортимента выпускаемой продукции или услуг, их назначение и основных потребителей
		Задание 3	Анализ финансового положения (прибыль, рентабельность)
		Задание 4	Анализ информационного обеспечения системы управления предприятием
		Задание 5	Анализ организации выполнения маркетинговых решений и контроля за их выполнением
ПК-4	Способен выявлять и оценивать возможности развития организации и бизнесов, участвовать в разработке реализации маркетинговых проектов и программ в цифровой среде	Задание 6	Анализ внешнеэкономической деятельности (если есть)
		Задание 7	Сравнение основных функций управления, выполняемых специалистом, на рабочем месте
		Задание 8	Анализ видов и содержание деятельности, функции, выполняемые менеджером в организации
		Задание 9	Изучение и анализ планирования маркетинговой деятельности предприятия
		Задание 10	Изучение кадровой документации и отчетности
		Задание 11	Анонсирование мер по совершенствованию системы управления маркетингом предприятия
		Задание 12	Рекомендовать организации прогрессивные технологии управления маркетингом
		Задание 13	Определить уровень взаимодействия человека и организации
		Задание 14	Умения профессиональной ориентации и адаптации: введение нанятых работников в организацию и ее подразделения, развитие у работников понимания того, что ожидает от них организация и какой труд в ней получает заслуженную оценку
		Задание 15	Идеи, принципы и методы бизнес-планирования в маркетинговых стратегиях

		Задание 16	Декларировать профессиональные впечатления о деятельности предприятия (как организована работа, руководство и т.д.)
		Задание 17	Анализ управления маркетингом на основе критериев и показателей эффективности деятельности
		Задание 18	Презентовать предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия, которые можно сделать на основе полученной информации

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания и характеризующие этапы формирования компетенций

Процедура прохождения производственной практики (преддипломной практики) включает в себя следующие этапы: подготовительный, основной, заключительный.

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

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

Задания предусматривают овладение компетенциями на разных уровнях: базовом и повышенном. При повышенном уровне у студента успешно проявляются когнитивные и практические умения, требующиеся для нахождения решений конкретных задач в сфере трудовой деятельности или обучения.

При прохождении практики необходимо:

Разделы (этапы) практики	Содержание задания	Кол-во часов	Рекомендуемые источники информации (№ источника)			
			Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет-ресурсы
9 семестр	Подготовительный, производственный, аналитический, заключительный	216	1-3	1-21	1	1-14

При проверке заданий оцениваются:

- применение теоретических знаний в решении конкретных задач;
- качество выполнения отдельных видов деятельности обучаемого;
- последовательность, логичность и рациональность выполнения;
- соблюдение графика прохождения практики;
- самостоятельность, внимательность, активность, инициативность.

При проверке отчетов оцениваются:

- выполнение программы практики;
- учет потребностей организации, выступающей в качестве базы практики;
- умение делать необходимые аналитические расчеты с использованием всех отчетных форм для оценки эффективности работы подразделения, организации, выяснять причины отклонения отдельных показателей эффективности от предполагаемого уровня;
- умение формулировать выводы и предложения по устранению недостатков и мобилизации ресурсов для повышения эффективности деятельности исследуемой организации, подразделения.

При защите отчета оцениваются:

- умение профессионально и грамотно отвечать на вопросы по исполнению должностных обязанностей и знанию нормативных актов, регламентирующих деятельность организации, подразделения;
- содержание характеристики-отзыва организации – места прохождения практики;
- качество выполнения и уровень защиты индивидуального задания.