

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ушвицкий Лев Исаакович

Должность: и.о. директора Института экономики и управления

Дата подписания: 28.05.2026 11:42:30

Уникальный программный ключ:

46f7031a7046958ffdb4e91f81e17726331d25a8

**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.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по производственной практике

Преддипломная практика

Направление подготовки
Направленность (профиль)

Год начала подготовки
Форма обучения
Реализуется в 4 семестре

38.04.02 Менеджмент
Стратегический менеджмент и
маркетинг
2026
очная

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

2. ФОС является приложением к программе производственной преддипломной практики

3. Разработчик Шарунова Е.В., доцент кафедры «Менеджмент».

4. Проведена экспертиза ФОС.

Члены экспертной группы:

Председатель Панкратова О. В. - председатель УМК института экономики и управления.

Члены комиссии:

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

Максименко Л.С. - член УМК института экономики и управления, профессор кафедры менеджмента

Представитель организации-работодателя: Кривко Владимир Иванович - директор ООО «Орфей»

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.

«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 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-1</i>				
Результаты прохождения практики: <i>Индикатор:</i> 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 научных исследований 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	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 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	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

	методов визуализации и презентации результатов исследования;		результатов исследования	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 бизнес-среде	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
<i>Компетенция: ПК-3</i>				
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,	Отсутствует способность к	Способен сформировать модель управления	Способен сформировать модель управления	Формирует модель управления потребителем,

влияющие на поведение потребителей в среде выбора, прогнозировать спрос, составить модель принятия решений о покупке, разрабатывать и реализовывать меры по привлечению новых потребителей	формированию модели управления потребителем, не способен предложить комплекс маркетинговых мероприятий с использованием цифровых ресурсов	потребителем и предложить комплекс маркетинговых мероприятий с использованием цифровых ресурсов, но допускает грубые ошибки при обосновании полученных результатов	потребителем и предложить комплекс маркетинговых мероприятий с использованием цифровых ресурсов, но допускает несущественные ошибки при обосновании полученных результатов	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
<i>Компетенция: ПК-4</i>				
Результаты прохождения практики: <i>Индикатор:</i> ИД-1. ПК-4. Способен осуществлять разработку бизнес-планов, стратегий, проектов развития новых направлений деятельности и организаций.	Не способен разрабатывать бизнес-плана 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	При поиске новых направлений развития бизнеса использует современные методы анализа, но допускает	При поиске новых направлений развития бизнеса использует современные методы анализа, но допускает	При поиске новых направлений развития бизнеса использует современные методы

	новых направлений развития бизнеса	грубые ошибки при обосновании полученных результатов	несущественные ошибки при обосновании полученных результатов	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

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 научных исследований 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 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 *«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.

2. Оценочные средства по производственной преддипломной практике

2.1. Задания, позволяющие оценить знания, полученные на практике

Формируемые компетенции, индикаторы		Формулировка задания	
Код компетенции	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 компетенции	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.	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
		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	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

	организации в цифровой бизнес-среде	Задание 7.	Выступление с докладом на конференции по итогам проведенного исследования
ПК-4	Способен разрабатывать бизнес-проекты 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 сфере 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. 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.