

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.05.2023 10:16:03
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

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

Экономический факультет

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

(наименование практики)

Рекомендована МСН для направления подготовки/специальности:

38.04.02 «Менеджмент»

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Практическая подготовка обучающихся ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

«Международный маркетинг»

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2023 г.

1. ЦЕЛЬ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Основными целями преддипломной практики магистров являются:

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

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО ИТОГАМ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Проведение «Преддипломной практики» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при прохождении практики (результатов обучения по итогам практики)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта;
		УК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения;
		УК-2.3. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы;
		УК-2.4. Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений;
		УК-2.5 Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля.
ПКО-1	Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним мировым тенденциям	ПКО-1.1. Знает цели, этапы и процедуры проведения маркетинговых исследований
		ПКО-1.2. Способен работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность
		ПКО-1.3. Умеет оценивать экономическую и социальную эффективность маркетинговых исследований
		ПКО-1.4. Знает принципы интерпретации полученных результатов научных исследований в профессиональной деятельности
ПКО-2	Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими на международных рынках компании	ПКО-2.1. Знает, как осуществляется выбор инноваций в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)
		ПКО-2.2. Способен работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность
		ПКО-2.3. Умеет проводить анализ и оценку их экономической эффективности инновационных продуктов
		ПКО-2.4. Владеет методами разработки и оценки эффективности инновационных торгово-технологических, или маркетинговых, или логистических, или рекламных технологий
	Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на	ПКО-3.1. Знает основные стратегические и тактические аспекты установления цен в канале товародвижения на международных рынках
		ПКО-3.2. Знает особенности ценообразования на материальный и нематериальный товар на международных рынках

ПКО-3	международных рынках	<p>ПКО-3.3. Умеет разработать стратегию ценообразования с учетом рыночных факторов на международных рынках</p> <p>ПКО-3.4. Владеет инструментами оценки ценности товарного предложения (соответствия цены ожиданиям рынка)</p>
ПКО-4	Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	<p>ПКО-4.1. Знает составляющие системы товародвижения на рынке, их сущность, условия, особенности организации, функционирования и пути минимизации издержек на международных рынках</p> <p>ПКО-4.2. Знает основные формы выхода компании на международный рынок</p> <p>ПКО-4.3. Умеет управлять процессами поставки и товародвижения на отраслевых рынках международного уровня</p> <p>ПКО-4.4. Владеет навыками моделирования и проектирования деятельности предприятия на международных рынках товаров и услуг</p>
ПКО-5.	Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций международной компании	<p>ПК-5.1. Знает основные форматы маркетинговых коммуникаций на международных рынках</p> <p>ПК-5.2. Знает специфику работы с разными инструментами продвижения на международном уровне</p> <p>ПК-5.3. Умеет ориентироваться в современных методах продвижения на международных рынках</p> <p>ПК-5.4. Умеет выработать стратегические маркетинговые решения в области рекламы</p> <p>ПК-5.5. Умеет составить план рекламной кампании</p> <p>ПК-5.6. Владеет навыками оценки эффективности стратегии продвижения на международных рынках</p>

<p>ПКО-6.</p>	<p>Способен управлять маркетинговой деятельностью Международной компании</p>	<p>ПК-6.1. Знает специфику работы с разными инструментами международного маркетинга</p> <p>ПК-6.2. Знает основы международного сбыта, международной маркетинговой коммуникации</p> <p>ПК-6.3. Умеет применять методы оценки эффективности решений в области международного маркетинга</p> <p>ПК-6.4. Умеет анализировать действие компаний-международных партнеров</p> <p>ПК-6.5. Владеет аналитическими, системными и коммуникационными навыками для ведения успешной деятельности в условиях быстро меняющейся международной маркетинговой среды</p> <p>ПК-6.6. Владеет навыками креативного подхода к проблемам разработки и реализации международных маркетинговых стратегий компании</p>
<p>ПКО-7.</p>	<p>Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании</p>	<p>ПК-7.1. Знает этапы международного стратегического планирования</p> <p>ПК-7.2. Знает критерии определения ключевых показателей, используемых при планировании маркетинговой деятельности предприятия на международном уровне</p> <p>ПК-7.3. Умеет формировать планы маркетинга</p> <p>ПК-7.4. Умеет разрабатывать основные бизнес-процессы предприятия, связанные с маркетинговой деятельностью</p> <p>ПК-7.5. Владеет методами разработки и реализации маркетинговых программ</p> <p>ПК-7.6. Владеет методами принятия тактических и оперативных решений в управлении маркетинговой деятельностью предприятия</p>

3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Преддипломная практика относится к обязательной части учебного плана.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают дисциплины, способствующие достижению запланированных результатов обучения по итогам прохождения преддипломной практики.

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению

запланированных результатов обучения по итогам прохождения практики

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		Управленческая экономика, Методология исследования проблем управления, Теория организации управления, Современный	Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Управленческая экономика Методология исследования проблем управления Теория организации управления Современный стратегический анализ Вариативная компонента Финансы организаций Маркетинговые методы прогнозирования Разработка бизнес стратегий в международных компаниях, Научно-исследовательская работа	Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной
ПКО-1	Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним мировым тенденциям	Современный стратегический анализ Вариативная компонента Финансы организаций Маркетинговые метрики (эффективность маркетинговых проектов) Маркетинговые методы прогнозирования Вариативная компонента Научно-исследовательская работа	Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной
ПКО-2	Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими на международных рынках компании	Управленческая экономика Вариативная компонента Digital marketing Международные маркетинговые стратегии, Анализ финансовой отчетности Экономика энергетических и сырьевых отраслей России Инновационное предпринимательство Вариативная компонента Научно-исследовательская работа	Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной
ПКО-3	Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	Управленческая экономика Вариативная компонента Оперативное маркетинговое планирование Маркетинговый аудит Разработка бизнес стратегий в международных компаниях	Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной
ПКО-4	Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	Оперативное маркетинговое планирование Фрагментация производства и трансграничные цепочки стоимости, Разработка бизнес стратегий в международных компаниях	Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной

ПКО-5.	Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций международной компании	Современный стратегический анализ Финансы организаций Маркетинговые метрики (эффективность маркетинговых проектов) Маркетинговые методы прогнозирования	
ПКО-6.	Способен управлять маркетинговой деятельностью Международной компании	Оперативное маркетинговое планирование Маркетинговый аудит Разработка бизнес стратегий в международных компаниях	
ПКО-7.	Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании	Управленческая экономика Вариативная компонента Digital marketing Международные маркетинговые стратегии, Анализ финансовой отчетности Экономика энергетических и сырьевых отраслей России Инновационное предпринимательство Вариативная компонента Научно-исследовательская работа	Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной

4. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ

Общая трудоемкость преддипломной практики составляет 21 зачетную единицу (756 ак.ч.).

5. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Таблица 5.1. Содержание практики*

Наименование раздела практики	Содержание раздела (темы, виды практической деятельности)	Трудоемкость, ак.ч.
Раздел 1. Подготовительный этап	проведение онлайн инструктивного совещания с приглашением работодателей и руководителей преддипломной практики от «РУДН»	10
	ознакомление студентов с содержанием и спецификой деятельности организации (ий)	18
	доведение до обучающихся заданий на практику, видов отчетности по практике	18
	инструктаж по технике безопасности	2
Раздел 2. Содержательный этап	выполнение обучающимися заданий	200
	участие в различных видах профессиональной деятельности согласно направлению подготовки	272
Раздел 3. Результативно-аналитический этап	анализ проделанной работы и подведение её итогов	200
	участие обучающихся в итоговой онлайн-конференции с приглашением работодателей и руководителей преддипломной практики от РУДН, оценивающих результативность преддипломной практики	18
Оформление отчета по практике		9
Подготовка к защите и защита отчета по практике		9
ВСЕГО:		756

* - содержание практики по разделам и видам практической подготовки ПОЛНОСТЬЮ отражается в отчете обучающегося по практике.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

- электронно-вычислительная техника и другие материальные ресурсы базы практики, а также аналогичные возможности Университета;
- учебные аудитории (кабинеты) с рабочими местами для проведения занятий;
- доска,
- стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office;
- мультимедийный проектор;
- использование переносной аппаратуры – ноутбук и проектор;
- экран (стационарный или переносной напольный).

ауд.	Наименование	Наименование
19	Компьютерный класс	Компьютеры Pentium 4-1700/256MB/cd/audio - 21 шт., мультимедиа проектор PanasonicPT-LC75 - 1 шт. , экран -1 шт.
21	Компьютерный класс	Компьютеры Celeron 2600/512MB/cd/audio- 21 шт., мультимедиа проектор PanasonicPT-LC75 - 1 шт , экран -1 шт.
101	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 2 шт., звуковая трибуна - 1 шт., экран -2 шт.
103	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор - 1 шт., экран -1 шт.

7. СПОСОБЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Преддипломная практика проводится как в организациях г. Москвы (стационарная), так и на базах, находящихся за пределами г. Москвы (выездная).

Проведение практики на базе внешней организации (вне РУДН) осуществляется на основании соответствующего договора, в котором указываются сроки, место и условия проведения практики в базовой организации.

Сроки проведения практики соответствуют периоду, указанному в календарном учебном графике ОП ВО. Сроки проведения практики могут быть скорректированы при согласовании с Управлением образовательной политики и Департаментом организации практик и трудоустройства обучающихся в РУДН.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

Основная литература:

Чернышева Анна Михайловна. Промышленный (B2B) маркетинг [Текст] : Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. - М. : Юрайт, 2020. - 433 с. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-00628-5

Чернышева Анна Михайловна. Управление продуктом [Текст] : Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. - М. : Юрайт, 2020. - 373 с. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-01486-0

Дополнительная литература:

Ямпольская Диана Олеговна. Маркетинговый анализ: технология и методы проведения [Текст] : Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Д.О. Ямпольская, А.И. Пилипенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт , 2020. - 268 с. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-06305-9 : 659.00.

Литература на английском языке

1. Galpin T.J., Herndon M. The Complete Guide to Mergers and Acquisitions: Process Tools to Support M&A Integration at Every Level. - Jossey-Bass, 2007.
2. Deresky H. International Management: Managing Across Borders and Cultures (6th Edition), Prentice Hall, 2007.
3. Dyer J.H., Kale P. and Singh H. How To Make Strategic Alliances Work, MIT Sloan Management Review Vol. 42, 2001.
4. Peter F. Drucker. Management Challenges for the 21 century. Butterworth-Heinemann, 2007
5. Peter F. Drucker. The Essential Drucker. The pre-eliminent management thinker of our time// Harvard Business School, 2001
6. International Management: Culture, Strategy and Behavior /R.Hodgetts, F.Luthans, J.Doh. - McGraw-Hill, 2005.
7. Keegan W., Green M. Global Marketing (9th Edition), Prentice-Hall, 2017.
8. Stonehouse G. Global and Transnational Business: Strategy and Management. - Second Edition. – Wiley, 2004.
9. World Investment report. Geneva, N-Y.:UNCTAD, 2022
10. World Investment report. Geneva, N-Y.:UNCTAD, 2021
11. World Investment report. Geneva, N-Y.:UNCTAD, 2020
12. World Investment report. Geneva, N-Y.:UNCTAD, 2019
13. World Investment report. Geneva, N-Y.:UNCTAD, 2018
14. World Investment report. Geneva, N-Y.:UNCTAD, 2017

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН
<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации
<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS
<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

Учебно-методические материалы для прохождения практики, заполнения дневника и оформления отчета по практике размещены в соответствии с действующим порядком на странице практики в ТУИС:

<https://esystem.rudn.ru/course/view.php?id=13149>


9. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ИТОГАМ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам прохождения преддипломной практики представлены в Приложении к настоящей Программе практики*

- Ом и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН (положения/порядка).

Разработчики:

Доцент кафедры Маркетинга
должность, название кафедры

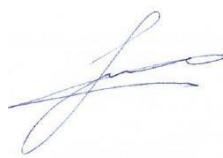
_____ 
подпись

инициалы, фамилия

Черников С.Ю.

Руководитель программы

Зав. кафедрой Маркетинга
должность, название кафедры


_____ 
подпись

инициалы, фамилия

Зобов А. М.

Заведующий кафедрой

Кафедра Маркетинга
название кафедры

_____ 
подпись

инициалы, фамилия

Зобов А. М.