

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 16.05.2026 13:05:55
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 6
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Б2.В.02(Пд) Преддипломная практика

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.04.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент

(наименование образовательной программы)

магистр

(квалификация)

очная

(форма обучения)

Год набора - 2026

Город Донецк

Автор(ы)-составитель(и) РПП:

Близкая Наталья Владимировна, старший преподаватель кафедры маркетинга и логистики

Заведующий кафедрой:

Попова Татьяна Александровна, канд. экон. наук, доцент, заведующий кафедрой маркетинга и логистики

Рабочая программа практики Б2.В.02(Пд) Преддипломная практика одобрена на заседании кафедры маркетинга и логистики Донецкого филиала РАНХиГС.

протокол № 6 от «03» марта 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Вид, тип практики и способы ее проведения
2. Соотнесение результатов обучения по практике с планируемыми результатами освоения образовательной программы
3. Объем и место практики в структуре образовательной программы
4. Содержание практики
5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации по практике
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение практик
7. Материально-техническое обеспечение практики

1. Вид, тип практики и способы ее проведения

Программа преддипломной практики разработана в соответствии с Порядком организации и проведения практики обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования.

Преддипломная практика является составной частью образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, образовательной программы «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент» и проводится в соответствии с утвержденным учебным планом и календарным графиком учебного процесса.

Основной целью преддипломной практики является развитие способности самостоятельного осуществления анализа и синтеза первичной информации для научно-исследовательской работы, связанной с решением сложных профессиональных задач в маркетинговой деятельности; приобретение навыков проектной и научно-исследовательской деятельности; формирование практической базы для написания магистерской диссертации; развитие навыков работы с массивами данных: сбор, отбор, анализ и обработка данных по объекту исследования, а также подготовка магистрантов для дальнейшей успешной научной деятельности.

Преддипломная практика ориентирована на максимальное использование ее результатов при подготовке магистерской диссертации.

Вид практики: производственная практика.

Тип практики: преддипломная практика.

Форма проведения практики – непрерывная, концентрированная.

2. Перечень планируемых результатов обучения по практике, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Практика Б2.В.02(Пд) Преддипломная практика обеспечивает формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование образовательного результата
ПК-1 Способен формировать маркетинговые стратегии организации	ПК-1.2. Создает и развивает стратегическую систему для выполнения маркетинговых функций в организации	ПК-1.2. 3-4 Знает принципы стратегического и оперативного планирования
		ПК-1.2. У-2 Умеет прогнозировать результаты, планировать и создавать условия для результативной маркетинговой деятельности организации
	ПК-1.4. Руководит работой по системному развитию и оптимизации операционной и	ПК-1.4. 3-1 Знает методику проведения комплексного маркетингового исследования

	организационной структур маркетинговой службы организации	ПК-1.4. У-8 Умеет производить стратегический анализ рыночных опасностей и возможностей организации для формирования адаптивной маркетинговой стратегии
ПК-2. Способен планировать и контролировать маркетинговую деятельность организации	ПК-2.2. Согласует и реализует планы маркетинговой поддержки системы продаж в организации	ПК-2.2. 3-19 Знает систему управления взаимоотношениями с клиентами
	ПК-2.3. Согласует и реализует маркетинговый план организации	ПК-2.3 3-6 Знает законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности
		ПК-2.3. У-4 Умеет планировать и разрабатывать бюджет реализуемых маркетинговых проектов
	ПК-2.5. Подготавливает отчеты о работе маркетинговой службы и защищает их перед руководящими органами и лицами организации	ПК-2.5. У-6 Умеет осуществлять поиск информации в базе данных систем управления производственными процессами (далее - MES-системы)
	ПК-2.6. Обеспечивает контроль маркетинговой деятельности организации	ПК-2.6 3-13 Знает методы анализа данных и процессов на основе больших данных
ПК-2.6. У-3 Умеет осуществлять контроль маркетинговой деятельности организации		

3. Объем и место практики в структуре образовательной программы

Общий объем практики составляет 12 зачетных единиц (432 ак. часов), в т. ч.

контактная работа– 11 ак. часов, из них:

- консультация– 2 ак. часа,

- контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий– 9 ак. часов

самостоятельная работа: 421 ак. часов.

Преддипломная практика расположена во втором блоке, под индексом Б2.В.02(Пд), реализуется в четвертом семестр.

Преддипломная практика является основой для дальнейшей подготовки магистерской диссертации.

4. Содержание и структура практики

N№ п/п	Этапы (периоды) практики	Виды работ	Трудоемкость, ак.ч	
			Конт.раб	Сам.раб
	Организационно-подготовительный	Инструктаж по технике безопасности. консультация с руководителем по практике от кафедры и определение индивидуального графика взаимодействия; ознакомление со структурой и содержанием практики; составление плана прохождения практики; инструктаж по поиску информации для выполнения заданий в соответствии с целями, задачами и прогнозируемым результатом практики	2	50
	Основной	Сбор необходимой для исследования информации: библиографических источников, используемых в качестве теоретической базы исследования; сбор информации о ключевых бизнес-процессах организации; сбор информации об объектах и субъектах управления. Анализ собранной информации: выявление и описание объектов и субъектов управления, определение организационной структуры предприятия; исследование ключевых бизнес-процессов организации; оценка достаточности и достоверности полученных данных для подтверждения гипотезы.	0	321
	Отчетный	Подготовка документов о прохождении практики; оформление результатов практического исследования с учетом требований к оформлению аналитических отчетов; подготовка доклада и презентации отчета; защита результатов проведенного исследования в форме доклада с презентацией результатов практики	9	50

5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации по практике

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой.

Оценочные материалы промежуточной аттестации включают в себя: перечень отчетных документов по практике, представляемых по завершении практики, типовые оценочные материалы и вопросы к зачету с оценкой.

В ходе реализации практики используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Этапы (периоды) практики	Методы текущего контроля успеваемости
Подготовительный	Индивидуальное задание
Основной	Раздел отчета
Заключительный	Отчет

Текущая форма контроля осуществляется посредством проверки регулярности выполнения общего и индивидуального заданий, предусмотренных программой практики, указаний руководителя практики от Академии; соблюдения утвержденного рабочего графика (плана) проведения практики.

Презентация результатов исследования

Презентация создается с помощью программы MS PowerPoint и используется обучающимся при защите отчета по практике вместе с выполненным отчетом. Общее время показа презентации должно составлять порядка 5 - 10 минут.

Объем презентации должен составлять не менее 10, но и не более 15 слайдов. Каждый слайд должен иметь заголовок.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой с применением следующих методов (средств):

Письменная: отчет по практике.

Устная: защита отчета о практике.

Типовые вопросы при защите отчёта по преддипломной практике:

1. Каким образом выбранная тема и проблематика вашей преддипломной практики встроена в общую корпоративную и маркетинговую стратегию организации-базы практики?

2. Какие современные методы стратегического анализа (портфельные матрицы, сценарное планирование, анализ цепочки ценности и др.) были использованы для диагностики текущей рыночной позиции и обоснования ваших предложений?

3. Каким образом вы применяли бенчмаркинг и изучение лучших отраслевых практик для обоснования стратегических маркетинговых или бренд-решений в рамках вашего проекта?

4. Какие цифровые технологии и аналитический инструментарий (BI-системы, предиктивная аналитика, маркетинговые платформы и т.п.) были использованы вами при сборе и обработке данных? Оцените их влияние на

качество принятия решений.

5. Как вы оцениваете своё предложение с позиции управления марочным капиталом (Brand Equity)? Какие именно элементы капитала бренда (осведомлённость, ассоциации, лояльность, воспринимаемое качество) оно усиливает и почему?

6. Какие критерии и методы оценки экономической, операционной и организационной эффективности вы закладывали в обоснование своих стратегических рекомендаций?

7. С какими ключевыми рисками (рыночными, репутационными, организационными) может столкнуться компания при внедрении ваших предложений? Какие управленческие механизмы минимизации этих рисков вы предусмотрели?

8. Каким образом в процессе практики и работы над отчётом вы учитывали факторы социальной ответственности, устойчивого развития (ESG) или кросс-культурные аспекты (если применимо)?

9. Если бы у вас была возможность пересмотреть проектную часть с учётом полученного опыта, что бы вы изменили в подходах, методах или содержании предложенных решений?

10. Какие ключевые компетенции и знания, полученные в ходе обучения в магистратуре, стали для вас наиболее востребованными при выполнении задач преддипломной практики, и какие навыки вы планируете развивать дальше?

Защита ответа (устное собеседование)

После презентации результатов исследования, студенту могут быть заданы дополнительные уточняющие вопросы. В случае если студент при ответе допустил несущественные неточности, ему могут быть заданы дополнительные вопросы на сходную тему.

По практике Б2.В.02(Пд) Преддипломная учебным планом предусмотрен зачет с оценкой. В результате защиты отчета по практике обучающийся получает зачет с дифференцированной оценкой. При оценке учитываются:

- содержание отчета по практике;
- отзыв руководителя практики от Академии;
- выполнение индивидуального задания обучающегося;
- ответы на вопросы в ходе защиты отчета.

Типовые оценочные материалы по практике:

Задание 1.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

Предприятие выстраивает стратегии развития с учетом факторов внешней и внутренней среды.

Выберите два наиболее подходящих вида стратегий для преодоления рисков в бизнесе. Обоснуйте свой выбор.

- А. Стратегия уклонения.
- Б. Стратегия снижения.
- В. Стратегия передачи.
- Г. Стратегия принятия.
- Д. Стратегия диверсификации.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 2.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор.

В условиях современного рынка, где информация становится ключевым ресурсом, способность проводить глубокий анализ данных и исследовать потребительские предпочтения играет решающую роль в формировании эффективных стратегий.

Выберите из предложенных формы консультирования, относящиеся к классификации с точки зрения методов консультирования:

А. Внутреннее и внешнее консультирование.

Б. Контент-консультирование.

В. Консультирование в сфере общего направления, администрирования, финансового управления.

Г. Процессное консультирование.

Д. Обучающее консультирование.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 3.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представьте, что вы маркетинговый консультант, к вам обратился владелец нового салона красоты «Стиль», который столкнулся с проблемой: посетители приходят в основном в вечерние часы и по выходным. В утренние, дневные часы в будни зачастую у мастеров нет работы, и они сидят без дела, т.к. посетителей мало.

Задание:

1. Предложите вид маркетинга, который способен урегулировать колеблющийся спрос на услуги салона красоты. Обоснуйте свой выбор.

2. Разработайте конкретные шаги для большей загрузки мастеров салона в дневные и утренние часы в будни.

Ответ:

Задание 4.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Техно-Инновации» решила разработать новый программный продукт для управления проектами. Проект должен быть завершен в течение шести месяцев и требует координации работы нескольких команд: разработчиков, дизайнеров и тестировщиков.

Задание:

1. Определите инструменты управления ресурсами проекта.
2. Определите методы управления ресурсами проекта.
3. Дайте описание и характеристику инструментам и методам управления ресурсами проекта.

Ответ:

Задание 5.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

У компании есть проект по разработке программного обеспечения для автоматизации бухгалтерского учёта. Проект планируют осуществить за 6 месяцев. Команда, которой предстоит реализовать данный проект состоит из 5 человек: 2 программиста, 1 аналитик, 1 тестировщик и 1 менеджер проекта. Бюджет проекта составляет 1 200 тыс. руб.

Средняя заработная плата программиста составляет 70 тыс.руб.; аналитика 60 тыс. руб.; тестировщика 50 тыс.руб.; менеджера проекта 80 тыс.руб.; стоимость компьютера для каждого члена команды: 40 тыс. руб.; лицензии на программное обеспечение: 150 тыс.руб.

Задание:

На основании представленных ниже условий, выберите один верный вариант ответа и обоснуйте его, представив решение задачи по оценке ресурсов в процессе управления проектами.

Оцените необходимые ресурсы для реализации представленного проекта и соответствие их бюджету:

А. общая стоимость ресурсов проекта составляет 1 980 тыс. руб., следовательно, необходимо пересмотреть либо бюджет, либо состав ресурсов;

Б. общая стоимость ресурсов проекта составляет 350 тыс. руб., следовательно, бюджет проекта будет вполне достаточен для его реализации;

В. общая стоимость ресурсов проекта составляет 2 330 тыс. руб., следовательно, необходимо пересмотреть либо бюджет, либо состав ресурсов;

Г. общая стоимость ресурсов проекта равна бюджету, следовательно, проект может быть реализован с данным составом ресурсов.

Ответ:

Задание 6.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В компании «Эпсилон» запускается новый продукт, для успешной реализации которого необходимо взаимодействие между отделами маркетинга, разработки и продаж. Руководителю важно организовать конструктивное взаимодействие. Предложите план действий.

Задание:

1. Предложить пути, которые следует предпринять для налаживания взаимодействия между отделами.
2. Указать инструменты, которые можно использовать для координации работы отделов.

Ответ:

Задание 7.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы – член правления международной производственной компании «ИнноваТех». Компания стоит перед выбором приоритетного направления для стратегических инвестиций на ближайшие 3 года. Оба варианта соответствуют долгосрочной стратегии, но требуют одних и тех же ключевых ресурсов (инженерных кадров, инвестиционного капитала, внимания топ-команды).

Направление АЛФА – «Умная сервисизация»:

Суть: развитие на базе существующего оборудования цифровых платформ для прогнозного обслуживания и анализа данных клиентов (переход от продажи оборудования к продаже «результата»).

Аргументы «за»: высокая маржинальность (потенциал +25%), создаёт долгосрочную лояльность и барьеры для ухода клиентов.

Риски: кардинально новая бизнес-модель для компании. Неясен реальный спрос со стороны консервативных B2B-клиентов. Требует найма дорогих IT-специалистов и новой культуры продаж.

Направление БЕТА – «Глобальная оптимизация цепочки поставок»:

Суть: крупные инвестиции в автоматизацию и роботизацию ключевых заводов в Европе и Азии для резкого снижения себестоимости и повышения гибкости производства.

Аргументы «за»: прямой, прогнозируемый эффект (снижение затрат на 15%), укрепление конкурентного преимущества в цене. Компания имеет успешный опыт в оптимизации производства.

Риски: значительные CAPEX. Результат легко скопирован основными конкурентами в течение 2-3 лет. Не решает проблему роста.

Задание:

Какой из двух проектов (АЛФА или БЕТА) вы, как член правления, поддержите в первую очередь для немедленного запуска? Ваш ответ должен включать три обязательных элемента:

1. Ваш четкий выбор (А или Б).

2. Три ключевых обоснования вашего решения, основанные на стратегическом анализе.

3. Напишите одно конкретное управленческое действие на первые 30 дней для минимизации главного риска выбранного вами направления.

Ответ:

Задание 8.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы – руководитель стратегического комитета в крупном коммерческом банке «Финанс-Траст». Банк обладает развитой сетью отделений и сильной командой по риск-менеджменту, но его ИТ-инфраструктура морально устарела. На ближайший стратегический цикл (3 года) совет директоров выделил капитал на один масштабный трансформационный проект.

Имеются два взаимоисключающих варианта:

Вариант КС («Клиентский сервис»):

Суть: полная перестройка фронт-офиса – разработка суперарр с открытым API, интеграция с экосистемами (ритейл, госуслуги), персонализированные финансовые рекомендации на основе AI.

Ожидаемый результат: рост Net Promoter Score (NPS) на 30 пунктов, привлечение молодой, цифровой аудитории, увеличение комиссионных доходов.

Главный риск: фундаментальная перестройка ляжет на хрупкое старое «ядро» (core banking). Возможны сбои в базовых операциях (платежи, кредиты), репутационные потери. Технический долг не ликвидируется.

Вариант ЯД («Надёжное ядро»):

Суть: поэтапная замена устаревшего core banking на современную гибкую платформу. Проект носит технологический, а не клиентоориентированный характер.

Ожидаемый результат: снижение операционных затрат на 20%, увеличение скорости вывода новых продуктов с 12 до 3 месяцев, полное соответствие регуляторным требованиям.

Главный риск: на 2-3 года все ресурсы уйдут на «кухню». Конкуренты захватят инициативу на рынке цифровых сервисов, произойдёт отток прогрессивных клиентов. Видимых улучшений для клиента не будет.

Задание:

Какой из двух проектов (КС или ЯД) вы, как руководитель комитета, предложите совету директоров в качестве приоритета? Ваш ответ должен включать три обязательных элемента:

1. Ваш четкий выбор (КС или ЯД).

2. Три ключевых обоснования вашего решения, основанные на стратегическом анализе и управленческой логике.

3. Напишите одно конкретное первое действие на первые 100 дней для запуска проекта и управления ключевым риском.

Ответ:

Задание 9.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы – глава дивизиона в промышленном холдинге. Перед вами дилемма: крупные инвестиции в полную автоматизацию одного ключевого завода (сокращение 40% рабочих мест, но рост производительности на 60%) или сопоставимые инвестиции в программу массового переобучения (upskilling) сотрудников всех заводов под новые цифровые роли с умеренным ростом производительности (20%).

Задание:

Какой путь выберете и почему? Ответ должен содержать:

1. Обоснование вашего выбора.
2. Три стратегических обоснования.
3. Одно первое действие на 100 дней.

Ответ:

Задание 10.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы – генеральный директор сети городских кофеен «Urban Brew». Компания известна премиальным качеством, но имеет высокие цены. За последний квартал вы заметили:

Внешняя угроза: крупный международный кофейный бренд открыл 5 точек в вашем городе с агрессивной ценовой политикой (цена ниже вашей на 30%).

Внутренняя слабость: ваша логистика завязана на одного поставщика оборудования, что снижает гибкость и создаёт риски сбоев.

Внешняя возможность: рост спроса на экопродукты – 70% ваших клиентов в опросах готовы платить больше за устойчивое сырьё.

Внутренняя сила: сильный бренд и лояльная база клиентов (NPS = +45).

Задание:

Вам нужно принять решение о стратегическом ответе на действия конкурента. Ответьте структурно:

1. Ваш выбор приоритетного действия (одно предложение).
2. Три обоснования, основанные на анализе внешних/внутренних факторов.
3. Одна конкретная инициатива на первые 30 дней для реализации решения.

Ответ:

Задание 11.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы – член правления российской фармацевтической компании «ФармБиоТех». Компания специализируется на производстве оригинальных препаратов и дженериков. В связи с геополитической ситуацией и санкционным давлением перед вами стоит комплексный вызов. Проанализируйте следующие факторы среды:

Внешняя угроза: существенное усложнение цепочек поставок ключевых субстанций и активных фармацевтических ингредиентов (АФИ) из-за разрыва контрактов с западными поставщиками и логистических ограничений.

Внешняя возможность: государственная программа импортозамещения и субсидирования создания полного цикла производства АФИ внутри страны. Одновременно растёт спрос на отечественные препараты со стороны государственных закупок и населения.

Внутренняя слабость: высокая зависимость от иностранного лабораторного и технологического оборудования, обслуживание которого осложнено. Кадровый дефицит в области биоинженерии и разработки новых молекул.

Внутренняя сила: наличие современных производственных площадок (GMP-стандарт), сильная команда химиков-технологов по адаптации и масштабированию рецептур, узнаваемый бренд на внутреннем рынке.

Задание:

Исходя из проведённого SWOT-анализа, вам необходимо определить стратегический приоритет компании на ближайшие 2 года. Ответьте структурно:

1. Ваш стратегический приоритет (одна ключевая цель, сформулированная тезисно).
2. Три обоснования, основанных на анализе факторов из кейса (как вы используете силу/возможность и нивелируете слабость/угрозу).
3. Одна конкретная инициатива на первые 100 дней для запуска реализации.

Ответ:

Задание 12.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы являетесь руководителем отдела стратегического развития в крупной российской розничной сети «ГастрономЪ», работающей в премиум-сегменте. Компания сталкивается с вызовами на стремительно меняющемся рынке. Перед вами стоит задача предложить основное направление для корректировки стратегии, основанное на анализе следующих факторов:

Внешняя угроза: активное проникновение на рынок федеральных мультиформатных дискаунтеров («Монетка», «Красное&Белое») и агрессивная экспансия онлайн-гипермаркетов (например, «СберМаркет»),

предлагающих универсальный ассортимент по низким ценам с быстрой доставкой.

Внешняя возможность: растущий запрос со стороны обеспеченной городской аудитории на продукты с уникальной историей (крафтовые, фермерские, локальные, эко- и органические), которые плохо представлены в массовом ритейле. Повышенная готовность этой аудитории платить за качество, сервис и эксклюзивность.

Внутренняя слабость: слабо развитая собственная система e-commerce и логистики «последней мили». Маркетинговая коммуникация традиционно ориентирована на широкую аудиторию, а не на сегментирование и работу с конкретными ценностными предложениями.

Внутренняя сила: репутация сети как поставщика свежих и качественных продуктов (особенно в категориях «гастрономия» и «кулинария»). Лояльная база постоянных клиентов с высоким средним чеком. Наличие обученного персонала, способного давать экспертные консультации.

Задание:

На основании данного анализа определите ключевой стратегический фокус для сети «ГастрономЪ» на ближайшие 1,5-2 года. Ответьте структурно:

1. Ваш стратегический фокус (одна четкая, конкретная цель).
2. Три обоснования, логически связывающие анализ факторов из кейса с вашим выбором.
3. Одна конкретная инициатива на первые 90 дней для запуска изменений.

Ответ:

Задание 13.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Ваша IT-компания («ТехноПрогресс») – лидер в нише ПО для банков.

Угроза: крупный игрок выпустил похожий, но более дешёвый продукт.

Возможность: спрос на AI-решения для финтеха растет на 40% в год.

Сила: узкие эксперты и репутация надёжности.

Слабость: долгий цикл разработки (12-18 мес.).

Задание:

На основании данного анализа определите Какой главный стратегический ход вы сделаете в ответ. Ответьте структурно:

1. Ваш стратегический ход.
2. Три обоснования, логически связывающие анализ факторов из кейса с вашим ходом.
3. Одна конкретная инициатива на первые 30 дней для запуска изменений.

Ответ:

Задание 14.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы – генеральный директор «Альфа-Строй», регионального лидера в строительстве коммерческой недвижимости. Компания переживает стагнацию, и вы должны предложить новый стратегический курс. Проанализируйте среду:

Внешняя угроза: государственная политика «деурбанизации»: налоговые льготы и госзаказы направлены на развитие промышленных и логистических парков в моногородах и сельских районах региона. Традиционный рынок коммерческой недвижимости в областном центре насыщен.

Внешняя возможность: растущий спрос на «зелёное» строительство (зелёные сертификаты BREEAM/LEED) от крупных федеральных и международных арендаторов.

Внутренняя слабость: нет компетенций и портфеля проектов в промышленном и логистическом строительстве. Команда и процессы заточены только под офисно-торговые объекты.

Внутренняя сила: крепкие отношения с региональной администрацией, репутация надежного подрядчика, выполняющего проекты в срок и с высоким качеством.

Задание:

Определите стратегический приоритет для «Альфа-Строй» на ближайшие 3 года, исходя из SWOT-анализа. Структура ответа:

1. Ваш стратегический выбор (одно четкое решение).
2. Три обоснования, связывающие факторы среды с вашим решением.
3. Одна конкретная инициатива на первые 100 дней.

Ответ:

Задание 15.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы – партнер и руководитель направления в консалтинговой компании «Стратег-Консалт», которая 15 лет специализировалась на разработке классических бизнес-стратегий для среднего промышленного бизнеса. Компания столкнулась с серьезными вызовами:

Внешняя угроза: появление на рынке агрессивных нишевых игроков, которые предлагают клиентам «стратегию как сервис» (Strategy-as-a-Service) – постоянный мониторинг KPI, цифровые dashboards и ежеквартальные корректировки модели за фиксированную месячную подписку. Этот продукт дешевле и кажется клиентам более современным и «гибким», чем разовый дорогой стратегический проект.

Внешняя возможность: запрос от ваших старых, лояльных клиентов на помощь в операционной трансформации и внедрении принципов бережливого производства (Lean) и Agile на уровне цехов и отделов. Они

доверяют вам, но им нужен не просто документ, а реальные изменения «в поле».

Внутренняя слабость: бизнес-модель компании заточена под «проектный» формат работы: разовая крупная сделка, команда экспертов на 3-6 месяцев, результат – презентация и отчет. Нет практики долгосрочного сопровождения, аутсорсинга процессов или работы по подписке.

Внутренняя сила: глубокие отраслевые знания (металлургия, машиностроение), уникальные методики анализа производственных цепочек, сильный аналитический отдел и безупречная репутация за качество проработки деталей.

Задание:

На основании анализа факторов определите, какое принципиальное решение о трансформации бизнес-модели должна принять компания «Стратег-Консалт». Ответьте структурно:

1. Ваше ключевое решение (1-2 предложения).
2. Три обоснования, связывающие анализ внешних/внутренних факторов с вашим решением.
3. Одна конкретная инициатива на первые 90 дней для запуска изменений.

Ответ:

Шкала оценивания

Оценка соответствия с формой аттестации		Формулировка требований к степени освоения практики
ЗАЧТЕНО	ОТЛИЧНО	Студент показывает полные и глубокие знания проектного материала, логично и аргументировано отвечает на поставленный вопрос, а также дополнительные вопросы, показывает высокий уровень теоретических знаний
ЗАЧТЕНО	ХОРОШО	Студент показывает глубокие знания материала, грамотно его излагает, достаточно полно отвечает на поставленный вопрос и дополнительные вопросы, умело формулирует выводы. В то же время при ответе допускает несущественные погрешности.
ЗАЧТЕНО	УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	Студент показывает достаточные, но не глубокие знания проектного материала; при ответе не допускает грубых ошибок или противоречий, однако в формулировании ответа отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. Для получения правильного ответа требуются уточняющие вопросы.
НЕЗАЧТЕНО	НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	Студент показывает недостаточные знания проектного материала, не способен аргументировано и последовательно его излагать, допускаются грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на поставленный вопрос или затрудняется с ответом.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение практик

Отчет по практике является основным документом, характеризующим работу обучающегося во время прохождения практики. В отчете должны быть отражены изученные во время практики общие вопросы и основные результаты практической деятельности обучающегося.

Объем отчетной документации по практической подготовке соответствует направлению подготовки отчет имеет следующую структуру:

Титульный лист.

СОДЕРЖАНИЕ. Содержание должно включать наименование и номера начальных страниц всех глав и параграфов отчета. В содержание необходимо включить все заголовки, имеющиеся в отчетной документации, начиная с введения и заканчивая приложениями.

ВВЕДЕНИЕ. Во введении приводится обоснование актуальности поставленных задач, объект и предмет исследования, формулируются цели и задачи, обозначаются используемые методы исследования

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ в соответствии с темой индивидуального задания (количество глав и их содержание определяется методическими рекомендациями практики. При написании разделов следует обратить внимание на обеспечение логической связи между ними, последовательность перехода из одной части к другой, на соотношение теоретического и фактического материалов. Раскрытие изучаемого вопроса осуществляется через анализ собранных материалов по исследуемому объекту).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Заключение должно содержать основные выводы и выявленные проблемы о проделанной работе, при этом выводы должны быть краткими, органически вытекать из содержания всей работы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.

ПРИЛОЖЕНИЯ. Это могут быть образцы документов, которые обучающийся в ходе практики самостоятельно составлял или в оформлении которых принимал участие, а также документы, в которых содержатся сведения о результатах работы обучающегося в период прохождения практики.

Направления тематики индивидуальных заданий, определяющих содержание отчета по преддипломной практике:

1. Организация маркетинговых исследований как предпосылка эффективной деятельности предприятия на рынке.
2. Разработка мероприятий по выходу предприятия на внешний рынок.
3. Усовершенствование процесса стратегического планирования маркетинговой деятельности на предприятии / в организации.
4. Повышение конкурентоспособности предприятия / организации на рынке....
5. Организация эффективной маркетинговой структуры управления предприятием/организацией на основе бенчмаркинга.
6. Анализ социального развития региона и разработка рекомендаций по внедрению социального маркетинга.
7. Анализ маркетинговой деятельности предприятия и направления

повышения ее эффективности.

8. Организация управления комплексом маркетинговых коммуникаций современного предприятия.

9. Управление маркетинговой деятельностью предприятия и направления ее совершенствования в условиях формирования рыночных отношений.

10. Повышение маркетингового потенциала предприятия в условиях жесткой конкуренции на рынке.

Отчет по практике предоставляется в электронном виде, в формате pdf, и оформляется в соответствии с требованиями, представленными Методическими рекомендациями.

К защите отчета по практике допускается обучающийся, предоставивший в установленные сроки следующие документы:

- отчет по практике, оформленный в установленном порядке;
- индивидуальное задание руководителя практики от Академии;
- отзыв руководителя практики от профильной организации

Рекомендации по подготовке к защите отчета по практике.

Научный доклад по итогам практики, подготовленный студентом, выносится на публичное обсуждение на учебном семинаре. Для более наглядной презентации студенты должны подготовить электронную презентацию в редакторе POWER POINT. В ходе устного доклада может быть открыта дискуссия. Присутствующие задают вопросы по докладу, участвуют в дискуссии путем высказывания своего мнения.

Цель защиты: уверенно продемонстрировать приобретенный навык подбора, анализа и систематизации теоретической базы на тему исследования.

Сроки предоставления указанных документов устанавливаются и доводятся до сведения студентов структурным подразделением. После защиты отчета по практике документы вносятся в личное дело студента или хранятся в структурном подразделении в установленном порядке.

Неудовлетворительные результаты защиты отчета по практике или не прохождения защиты отчета по практике при отсутствии уважительных причин (в том числе, в случае непредставления документов) признаются академической задолженностью.

Студентам, которые не прошли защиту отчета по практике по уважительным причинам (документально подтвержденным), предоставляется возможность пройти практику повторно, в свободное от обучения время.

Основная литература:

1. Охотников, И. В. Стратегический менеджмент и управление изменениями : учебно-методическое пособие / И. В. Охотников, И. В. Сибирко.– Москва : РУТ (МИИТ), 2021.– 99 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система.– URL: <https://e.lanbook.com/book/269252>

(дата обращения: 05.05.2026).– Режим доступа: для авториз. пользователей..

2. Стратегический менеджмент : учебник / под ред. д-ра экон. наук, профессора Н.А. Казаковой.– Москва : ИНФРА-М, 2026.– 320 с.– (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-005028-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2227790> (дата обращения: 05.05.2026).– Режим доступа: по подписке.

3. Наумов, В. Н. Стратегический маркетинг : учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 356 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/1021445. - ISBN 978-5-16-015270-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2085051> (дата обращения: 10.05.2026).– Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

1. Котляревская, И. В. Стратегический маркетинг. В двух частях. Часть 2 : учебное пособие / И. В. Котляревская ; М-во науки и высшего образования РФ. - 3-е изд., перераб. и доп. - Екатеринбург : Изд-во Уральского ун-та, 2020. - 159 с. - ISBN 978-5-7996-3149-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1950213> (дата обращения: 10.05.2026).– Режим доступа: по подписке.

2. Охотников, И. В. Стратегический менеджмент и управление изменениями : учебно-методическое пособие / И. В. Охотников, И. В. Сибирко.– Москва : РУТ (МИИТ), 2021.– 99 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система.– URL: <https://e.lanbook.com/book/269252> (дата обращения: 05.05.2026).– Режим доступа: для авториз. пользователей..

3. Стратегический менеджмент : учебник / под ред. д-ра экон. наук, профессора Н.А. Казаковой.– Москва : ИНФРА-М, 2026.– 320 с.– (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-005028-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2227790> (дата обращения: 05.05.2026).– Режим доступа: по подписке.

7. Материально-техническое обеспечение практики

Материально–техническое обеспечение учебного процесса по практике определено нормативными требованиями, регламентируемыми приказом Министерства образования и науки РФ №986 от 4 октября 2010 г. «Об утверждении федеральных требований к образовательным учреждениям в части минимальной оснащенности учебного процесса и оборудования учебных помещений», Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент № 952 от 12.08.2020.

Для проведения всех видов занятий по практике и обеспечения интерактивных методов обучения, необходимы:

- Столы, стулья (на группу по количеству посадочных мест с

возможностью расстановки для проведения дискуссий;

- доска интерактивная с рабочим местом (мультимедийный проектор с экраном и рабочим местом);

- желателен доступ в Интернет.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО при реализации ознакомительной практики ОПОП ВО необходимо также учитывать образовательные потребности обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, обеспечивать условия для их эффективной реализации, а также возможности беспрепятственного доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья к объектам инфраструктуры образовательного учреждения.