

Программа практики

к.э.н., доцент Муравский Д.В.
ОП «Маркетинг и рыночная аналитика»

Практическая подготовка на образовательной программе Маркетинг и рыночная аналитика (2021 г. набора) ставит главной целью выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю образовательной программы. Участие в таких элементах практической подготовки, как Курсовой проект: SWOT-анализ, Курсовой проект: Маркетинг-план, Курсовой проект: Консультационный проект, Учебная практика, Инициативные проекты студентов в области CSR, Преддипломная практика, Подготовка ВКР способствует формированию, закреплению, развитию практических навыков и компетенций по профилю образовательной программы, в том числе определенных матрицей компетенций образовательной программы.

Программа практики включает в себя описание элементов учебного плана образовательной программы, организованных в форме практической подготовки и сгруппированных в модуле «Практика» учебного плана.

Раздел 1. Общие сведения:

Курс	Вид практики	Тип практики (ЭПП)	Признак	Объем в з.е. на 1 студ.	Объем в ак. часах на 1 студ.	Период реализации
1	Проектная	Курсовой проект: SWOT-анализ	Обязательная	5	190	3-4 модуль
2	Проектная	Курсовой проект: Маркетинг-план	Обязательная	5	190	3-4 модуль
3	Проектная	Курсовой проект: Консультационный проект	Обязательная	5	190	3-4 модуль
3	Профессиональная	Учебная практика	Обязательная	2	76	4 модуль, 2 недели
4	Проектная	Инициативные проекты студентов в области CSR	Обязательная	2	76	1-3 модуль
4	Профессиональная	Преддипломная практика	Обязательная	2	76	4 модуль, 4 недели
4	Научно-исследовательская	Подготовка ВКР	Обязательная	9	342	1-4 модуль

Раздел 2. Описание содержания практики

2.1. Курсовой проект: SWOT-анализ:

2.1.1. Целью годового курсового проекта «SWOT-анализ» является закрепление и углубление знаний, приобретенных в результате изучения студентами дисциплин «Менеджмент: концепции и технологии 21 века», «Микроэкономика», «Макроэкономика» и «Профорориентационный семинар», а также формирование и развитие навыков самостоятельного исследования актуальных вопросов управления бизнесом и консультационной работы, аналитических навыков и навыков проектного взаимодействия в команде. Кроме того, уникальное достоинство курсового проекта по SWOT-анализу состоит в возможности одновременного эффективного решения задач содержательного и инструментального аспектов университетской модели подготовки профессионалов в области управления бизнесом на материалах конкретной компании. Подобная постановка задач курсового проекта на первом году обучения в ВШБ позволяет уже на начальном этапе подготовки бакалавров менеджмента и бизнес-информатики реализовать в учебном процессе тесную связь теории и практики управления бизнесом.

Задачами курсового проекта по SWOT-анализу, реализуемыми в процессе его выполнения и публичной защиты, являются следующие:

- обстоятельное изучение и практическое освоение SWOT-метода на материалах реальной компании;
- формирование и развитие навыков поиска, оценки, систематизации и критического анализа первичной и вторичной информации, статистических и фактологических материалов о деятельности конкретной компании и ее отраслевом окружении;
- постановка базовых навыков научно-исследовательской, научно-практической и консультационной работы по вопросам развития бизнеса на уровне компаний;
- развитие навыков командной работы;
- формирование базовых навыков управления проектами;
- формирование умений грамотного оформления курсового проекта;
- формирование и развитие презентационных навыков и навыков публичной защиты результатов реализации проекта.

2.1.2. Даты точек контроля:

2.1.2.1. Подписание задания на выполнение студенту – не позднее 1 февраля учебного года

2.1.2.2. Предоставление промежуточного варианта – по согласованию с руководителем, но не позднее 15 мая учебного года

2.1.2.3. Предоставление итогового текста/отчета – не позднее 9 июня

2.1.3. Базовыми требованиями к курсовому проекту «SWOT-анализ», которые должны учитывать все выполняющие его студенты и руководители этих курсовых проектов, являются следующие:

1. В представленном к публичной защите отчете по курсовому проекту «SWOT-анализ» должны быть результаты проведения обоих основных этапов SWOT-анализа – первичного и поэлементного (взвешивание пар факторов). При этом должны быть рассмотрены парные комбинации элементов матрицы SWOT и сделаны выводы относительно стратегических альтернатив развития компании, изученной в рамках проекта.

2. SWOT-анализ должен быть выполнен на материалах российской или иностранной компании, действующей на территории Российской Федерации. Принципы выбора компании для данного курсового проекта указаны в подразделе 1.4 Методических указаний. Курсовой проект «SWOT-анализ» может быть выполнен как для компании в целом, так и для отдельного бренда или продукта.

3. Отчет по курсовому проекту «SWOT-анализ» должен быть строго структурирован, содержать четко сформулированную цель и задачи проекта, направленные на решение управленческой проблемы, характеризоваться последовательным и логичным изложением результатов анализа, содержать обоснованные выводы.

4. Отчет по курсовому проекту «SWOT-анализ» должен иметь аналитический характер. В процессе реализации проекта должны быть использованы как первичные источники информации в виде интервью с менеджерами компании, так и вторичные в виде публично доступных статистических, финансовых и аналитических отчетов и материалов, имеющих непосредственное отношение к деятельности выбранной компании, а также статей из научной и периодической деловой литературы. В тексте должны содержаться ссылки на все используемые источники информации.

5. Отчет по курсовому проекту «SWOT-анализ» должен носить самостоятельный характер; не допускается прямое заимствование текста из печатных или электронных источников без соответствующих ссылок. Отчет по курсовому проекту в обязательном порядке проходит проверку на плагиат в соответствии с «Регламентом организации проверки письменных учебных работ студентов на плагиат и размещения на корпоративном сайте (портале) Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» выпускных квалификационных работ обучающихся по программам бакалавриата, специалитета и магистратуры». Выявление в отчете по курсовому проекту процента оригинальности ниже 80% является основанием для недопуска курсового проекта к защите и выставления оценки «неудовлетворительно». Выявление в отчете элементов плагиата вне зависимости от совокупного объема заимствований является основанием для недопуска курсового проекта к защите и выставления оценки «неудовлетворительно».

6. Рекомендуемый объем отчета по курсовому проекту «SWOT-анализ» составляет около 40 тысяч знаков с пробелами (без учета приложений).

7. Отчет по курсовому проекту «SWOT-анализ» должен быть выполнен в строгом соответствии с требованиями, указанными в разделе 6 «Методических указаний». Несоблюдение требований к оформлению отчета является основанием для снижения общей оценки за курсовой проект.

2.1.4. Оценка за курсовой проект «SWOT-анализ» выставляется на основании совокупности критериев, указанных в Таблице 1. По каждому из критериев каждым членом комиссии выставляется оценка по 10-бальной шкале. Итоговая оценка члена комиссии формируется путем расчета средней взвешенной оценки с учетом веса каждого критерия, указанного в Таблице 1. Итоговая оценка за курсовой проект формируется как простая средняя оценка

из оценок членов комиссии. При выставлении оценки используется правило арифметического округления.

Таблица 1. Критерии оценки курсового проекта SWOT-анализ

Критерии оценки	Доля итоговой оценки
1. Отчет по курсовому проекту	0,5
1.1. Соответствие текста и логики рассуждения алгоритму проведения SWOT-анализа, отсутствие аналитических ошибок	0,1
1.2. Обоснованность предложенных стратегий развития компании	0,1
1.3. Грамотное использование статистического и фактологического материала	0,1
1.4. Оформление курсового проекта в соответствии с требованиями, отраженными в методических указаниях	0,1
1.5. Соблюдение сроков выполнения курсового проекта	0,1
2. Защита результатов курсового проекта	0,5
2.1. Соблюдение тайминга выступления	0,1
2.2. Логичность изложения представляемых результатов	0,1
2.3. Качество подготовки презентации в PowerPoint	0,1
2.4. Равное участие членов проектной команды в ответах на вопросы	0,1
2.5. Аргументированность, логичность, лаконичность ответов на вопросы	0,1

Оценка отдельного члена проектной команды может быть снижена на основании обращения от координатора проекта или руководителя проекта о неучастии/неполноценном участии члена проектной команды в выполнении курсового проекта или по результатам защиты; при этом, общая оценка проектной команды учитывается как базовая, а количество баллов, на которое снижается оценка члена проектной команды определяется председателем и членами комиссии по защите.

По запросу проектных команд председатель комиссии по защите курсовых проектов указывает основные замечания по отчету и презентации курсовых проектов при объявлении оценок. После завершения защит председатель и члены комиссии по защите не обязаны давать развернутые комментарии по курсовым проектам отдельных проектных команд.

В соответствии с Положением об организации промежуточной аттестации и текущего контроля успеваемости студентов НИУ ВШЭ неудовлетворенность студента/проектной команды полученной оценкой не может быть основанием для апелляции результатов защиты курсового проекта.

2.1.5. В процессе прохождения ЭПП обучающиеся могут использовать информационные технологии, в том числе средства автоматизации проектирования и разработки программного обеспечения, применяемые в профильной организации, Интернет - технологии и др.

Материально-техническое обеспечение ЭПП отражается в договорах на проведение практической подготовки с отдельными организациями. Указанное материально-техническое обеспечение должно удовлетворять действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении работ.

2.1.6. В условиях ограничительных или иных мер выполнение ЭПП происходит в дистанционном формате в соответствии с указаниями регулирующих органов НИУ ВШЭ и Российской Федерации.

2.1.7. При выполнении курсового проекта SWOT-анализ, студентам предлагается ориентироваться на Методические указания для подготовки курсового проекта «SWOT-анализ» для студентов бакалавриата, обучающихся по направлениям 38.03.02 «Менеджмент» и 38.03.05 «Бизнес-информатика» (В.С. Катькало, А.С. Веселова, С.В. Смельцова, Москва, 2020)

2.2. Курсовой проект: Маркетинговый план:

2.2.1. Цель, задачи, пререквизиты. Курсовой проект в рамках образовательной программы «Маркетинг и рыночная аналитика» является неотъемлемой частью образовательного процесса. Выполнение курсового проекта представляет собой маркетинговый план, разработанный в рамках группового проекта. Маркетинговый план разрабатывается бакалаврами в группах для конкретных компаний. В процессе разработки маркетингового плана формируется некоторая цель, достижение которой происходит при помощи предложенных инструментов и активностей.

Целью курсового проекта является интеграция знаний, умений и навыков, полученных в ходе обучения посредством использования на практике инструментальных и исследовательских методов в области менеджмента в исследовательской и проектной работе студентов, направленной на формирование релевантных инструментов и активностей для достижения некоторых целей, сформулированных для конкретных компаний. Выполнение курсового проекта направлено на закрепление и применение знаний, полученных в рамках дисциплин 1 и 2 курса, в т.ч. «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Маркетинг», проектного семинара «Маркетинговое планирование» и профориентационного семинара «Профессия менеджера в современном мире», развитие аналитических навыков и навыков взаимодействия с представителями бизнеса. Задачами курсового проекта являются:

- практическое освоение и отработка технологии разработки маркетинг-плана проекта, в том числе в части содержания разделов маркетинг-плана;
- освоение аналитического инструментария, необходимого для подготовки управленческих решений на основе маркетинг-плана;
- приобретение и развитие навыков разработки маркетинг-плана проекта на основе реальных данных компаний, а также умения контактировать с заказчиком проекта и обрабатывать внешнюю информацию;

- развитие и углубление навыков командной работы в условиях реальной бизнес-задачи, а также развитие и закрепление навыков управления проектами;
- развитие презентационных навыков и навыков публичной защиты результатов реализации проекта.

2.2.2. Даты точек контроля:

2.2.2.1. Подписание задания на выполнение студенту – не позднее 1 февраля учебного года

2.2.2.2. Предоставление промежуточного варианта – по согласованию с руководителем, но не позднее 15 мая учебного года

2.2.2.3. Предоставление итогового текста/отчета – не позднее 9 июня

2.2.3. При выполнении курсового проекта «Маркетинг-план» необходимо выполнить следующие общие требования:

- **Особенности освоения.** Курсовой проект должен быть написан на основе тщательно отобранной и проработанной научной и учебной литературы, собранного и проанализированного эмпирического материала по изучаемой компании. Курсовой проект должен отличаться критическим подходом к изучению практических данных и литературных источников и должен демонстрировать умение использования студентом методов исследования в менеджменте, изученных в дисциплинах учебного плана соответствующего курса обучения. Материал, привлекаемый из внешних источников, а также данные, предоставленные компаниями, должны быть переработаны, органически увязаны с целями выбранной компании. Изложение должно быть конкретным, насыщенным фактическими данными, анализом, расчетами, графиками и таблицами. Привлекаемый эмпирический материал должен быть документирован (гайды интервью, скрипты, видеоматериалы, проч.) и представлен в Приложении к отчету курсового проекта. Отчет завершается конкретными выводами и рекомендациями.

- **Мини-группы студентов и научные руководители курсовых проектов.** Для выполнения курсового проекта студенты объединяются в мини-группы строго по 5 или 6 человек, проходящих обучение в одной учебной группе. Внутри команды осуществляется выбор координатора мини-группы со стороны студентов, который осуществляет координацию работы команды. Каждой мини-группе предоставляется научный руководитель-преподаватель департамента маркетинга, который курирует деятельность команды в рамках курсового проекта. Список возможных научных руководителей формируется департаментом маркетинга и будет доступен студентам в начале работы над курсовыми работами. Координатор мини-группы со стороны студентов пишет письмо потенциальному научному руководителю с просьбой взять на себя руководство командой, отражая следующую информацию: состав команды; общая сфера интересов участников команды; компетенции и навыки каждого участника команды (в то числе, не профильные, например, навыки видеомонтажа, альпиниста и пр.).

- **Выбор компании для выполнения курсового проекта.** Выбор компаний для курсовой работы осуществляется в рамках проектного семинара.

- **Структура отчета курсового проекта.** К сдаче принимается только курсовой проект, соответствующий требованиям оформления.

Корректно оформленный отчет к курсовому проекту включает в себя:

- Титульный лист
- Состав команды
- Оглавление
- Основная часть
- Заключение
- Список использованной литературы
- Приложения

Титульный лист оформляется в соответствии с установленным шаблоном (представлен в Приложении Г). Состав команды представляется на отдельном листе. Необходимой информацией является ФИО и фотография студента, остальная информация является опциональной. Оформление данного раздела не регламентируется и остается на усмотрение команды курсового проекта. Список использованной литературы включает в себя все источники, на которые есть ссылки в тексте, а также те источники, которые были так или иначе использованы, хотя и не приведены в ссылках и примечаниях. Список источников оформляется по установленному порядку. Раздел курсового проекта Приложения не является обязательным и включается при необходимости использования громоздких таблиц, различного статистического материала, исторических справок, дополнительный справочной информации. В тексте курсового проекта должны быть соответствующие отсылки на то или иное Приложение.

- **Содержание отчета курсового проекта.** Курсовой проект выполняется в формате маркетингового плана – детализированного документа, в котором прописываются и измеряются действия, которые необходимо выполнить для реализации маркетинговой стратегии. Курсовой проект должен быть практичным и конкретным, должен содержать программу действий с измеримыми целями. Основная часть курсового проекта состоит из восьми разделов, которые полностью раскрывают ее содержание.

1. Основные положения проекта (Executive summary).
2. Описание бизнеса компании и цель маркетингового плана.
3. Анализ рынка. Конкурентный анализ
4. Сегментирование. Таргетирование. Позиционирование (STP)
5. Маркетинг-микс
6. Бюджет
7. Контроль
8. Выводы и рекомендации

- **Этапы подготовки курсового проекта.** Подготовка курсового проекта состоит из шести этапов:

Этап	Описание
1	<ul style="list-style-type: none">• Ознакомление с целями и порядком разработки маркетингового плана.• Сбор материалов о компании.• Определение структуры маркетингового плана.• Определение цели маркетингового плана.• Распределение зон ответственности.

	<ul style="list-style-type: none"> • Предоставление научному руководителю следующих разделов: описание бизнеса компании, цель маркетингового плана.
2	<ul style="list-style-type: none"> • Сбор информации о рынках, на которых функционирует компания. • Выявление основных конкурентов компании (согласование списка конкурентов с научным руководителем). • Предоставление научному руководителю следующих разделов: анализ рынка, конкурентный анализ.
3	<ul style="list-style-type: none"> • Сбор информации для разработки разделов маркетингового плана из вторичных источников. • Определение направления исследования. • Разработка дизайна эмпирического исследования. • Проведение полевых исследований. • Предоставление научному руководителю следующих разделов: STP, маркетинг-микс.
4	<ul style="list-style-type: none"> • Систематизация информации для разработки разделов маркетингового плана. • Сбор информации, достаточной для разработки бюджета (работа не только со вторичными данными, но и собственные исследования). • Предоставление научному руководителю следующих разделов: бюджет и контроль.
5	<p>Формирование выводов и рекомендаций.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Подготовка полного текста работы и презентации для ее защиты. • Предоставление научному руководителю итоговых вариантов текста работы и презентации для защиты.
6	<p>Контрольной точкой этапа 5 является итоговая публичная защита курсового проекта перед комиссией.</p> <p>В результате защиты команда получает оценку, которая является частью итоговой оценки за курсовой проект.</p>

• Основные требования к оформлению отчета к курсовому проекту.

Курсовая проект представляется в текстовом формате к защите в форме отчета на электронном носителе (диск, флэш-накопитель и пр.). Отчет подготавливается в текстовом редакторе Microsoft Word по следующим правилам:

- Размеры полей документа: верхнее – 2см, нижнее – 2см, левое – 3см, правое – 1,5см
- Шрифт – Times New Roman. Разрешается ограниченное использование различных начертаний шрифта (полужирный, курсив, подчеркнутый) для акцентирования внимания на определенных терминах, понятиях, утверждениях.
- Размер шрифта – 14 пт
- Межстрочный интервал – 1,15
- Отступ абзаца – 1,25 см
- Выравнивание по ширине

- Интервалы между абзацами – 0
- Названия разделов печатаются прописными буквами без точки в конце
- Отступ абзаца – 0 см
- Выравнивание по центру
- Расстояние между заголовками главы и текстом – 1 пустая строка

Каждая часть отчета курсового проекта начинается с новой страницы (это относится как к основной части, так и к введению, заключению, списку использованных источников, приложениям и т.д.). Нумерация страниц обязательна (должны использоваться арабские цифры, которые ставятся в центре нижней части страницы без точки). Все таблицы, рисунки, графики, диаграммы и пр. в работе оформляются по следующим правилам:

- Таблицы, рисунки и другие графические элементы должны иметь названия и порядковую нумерацию с добавлением перед названием объекта слова Рисунок, Таблица или другое название графического элемента соответственно и его номера арабскими цифрами.
- Размер шрифта подписи Рисунков и Таблиц – 12 пт.
- Нумерация рисунков и таблиц сквозная.
- Названия рисунков располагаются под рисунками по центру страницы
- Названия таблиц располагаются над таблицами, выравнивание по правому краю.
- На все рисунки (таблицы) должны быть указания в тексте работы.
- Рисунки (таблицы) необходимо располагать в работе непосредственно после текста, в котором они упоминается впервые, или на следующей странице.
- Для всех рисунков (таблиц) необходимо указывать источник: в случае если рисунок (таблица) заимствован из какого-либо источника, под названием даётся ссылка на источник заимствования; если рисунок (таблица) разработан автором работы, под названием приводится следующее обозначение: Источник: составлено автором.

- **Правила оформления списка использованной литературы.** Список использованной литературы может включать в себя ссылки на литературные источники (монографии и учебная литература), периодические издания (статьи из журналов и газет), законодательные и инструктивные материалы, статистические сборники и другие отчетные и учетные материалы, страницы веб-сайтов и другие источники, материалы которых использовались при работе над курсовым проектом. Он составляется на том же языке, что и курсовая работа, а если автор использовал в своей работе научные публикации или литературу на иностранных языках, то и в библиографическое описание они включаются на языке оригинала. Сведения об использованных источниках приводятся в соответствии с требованиями ГОСТ 7.82-2001 и ГОСТ 7.1-2003. При формировании списка использованной литературы производится описание данных научных источников, включая: сведения об авторе или авторах источника (инициалы автора всегда сокращаются, сведения выделяется курсивом, например, Иванов В.В.); название источника (книги, монографии, учебника, статьи); сведения о повторности издания; выходные данные: место (город, в котором находится издательство), издательство и год издания; количество страниц; сведения об иллюстрациях.

- **Порядок защиты курсового проекта.** Окончательный вариант курсового проекта должен быть предоставлен научному руководителю в

электронном формате письмом, который должен зафиксировать соответствие или несоответствие курсового проекта предъявляемым требованиям (например, в формате ответного письма с текстом: согласовано). Факт согласования должен быть отражен на защите при помощи скриншота письма научного руководителя. Оценка за курсовой проект выставляется студентам по результатам публичной защиты работы перед комиссией. Для изложения результатов проекта и его защиты членам команды дается не более 10 минут. Для защиты проекта студенты должны представить аудитории презентацию, выполненную в программе Power Point. После окончания презентации участникам команды задаются вопросы от членов комиссии. Каким бы ни было распределение ролей между участниками при выступлении, вопросы комиссии по любой из частей могут быть заданы каждому из участников группы, так как курсовой проект – это групповой проект и не подразумевает автономную деятельность ее участников. Если по какой-либо причине один из членов проектной группы отсутствует на защите, присутствующие студенты защищают весь проект, а отсутствующий студент при получении допуска к дополнительной защите также должен будет защитить всю работу целиком.

2.2.4. Критерии оценивания курсового проекта. Структура оценки за курсовой проект:

Доля от оценки	Элемент контроля
0,5	Защита курсового проекта перед комиссией
0,3	Оценка научного руководителя, включая работу над комментариями
0,2	Оценка руководителя от компании, включая работу над комментариями

2.2.4.1. Оценка за защиту курсового проекта перед комиссией. Публичная защита курсового проекта оценивается на основе шести критериев. Таблица критериев оценивания публичной защиты курсовых работ высылается студентам заранее (в день начала работы над курсовым проектом).

Критерий	8 – 10 баллов	6 – 7 баллов	4 – 5 баллов	0 – 3 балла
Содержание БЛОКИРУЮЩИХ КРИТЕРИЙ (остальные критерии будут оцениваться, только если критерий «Содержание» выполнен, как минимум, на 4- 5 баллов)	В презентации корректно отражены: 1. Основные положения маркетингового плана (Executive summary) 2. Описание бизнеса компании и цель маркетингового плана 3. Анализ рынка. Конкурентный анализ	В презентации отражены все пункты из столбца на 8-10, однако присутствуют 1- 2 ошибки в некоторых из них	В презентации отсутствуют один или несколько пунктов из столбца на 8-10 баллов и/или присутствует множество (3-6) ошибок	В презентации отсутствует большинство пунктов из столбца на 8-10 баллов и присутствует множество ошибок

	<p>4. Сегментирование. Таргетирование. Позиционирование (STP) 5. Маркетинг-микс 6. Бюджет 7. Контроль 8. Выводы и рекомендации</p> <p>Представлена вся необходимая и отсутствует второстепенная информация. Дополнительно могут быть предоставлены другие материалы (например, видео) или разделы, которые команда считает необходимым добавить</p>			
Структура и логика	<p>Презентация выглядит целостно. Соблюдается правило «от общего к частному» (сначала - более общие положения, затем - детали). Все разделы взаимосвязаны, присутствует логическая связь между ними</p>	<p>Презентация выглядит целостно, однако присутствуют 1- 2 недочета из столбца на 8-10</p>	<p>Презентация выглядит целостно, однако присутствуют 3-4 недочета из столбца на 8-10</p>	<p>В презентации нет структуры и логики, не соблюдены правила из столбца на 8-10</p>
Оформление	<p>Презентация оформлена в едином оригинальном стиле. Везде, где необходимо, присутствуют элементы визуализации, упрощающие восприятие материала. Отсутствуют скриншоты. На заимствованную информацию, визуальные</p>	<p>Презентация оформлена в едином оригинальном стиле, однако не выполнен один из пунктов столбца на 8- 10 (визуализация представлена не везде, где возможно; или не везде даны ссылки; или не пронумерованы</p>	<p>Презентация оформлена в едином оригинальном стиле, однако не выполнено 2- 3 пункта из столбца на 8- 10</p>	<p>Не выполнен ни один пункт из столбца на 8-10</p>

	элементы (графики, таблицы и проч.) даны ссылки на каждом слайде, слайды пронумерованы. Элементы презентации являются читабельными (размер шрифта - не менее 16)	слайды; или не все элементы являются читабельными)		
Организация выступления	На защите присутствует вся команда*, нет заминок/ необоснованных пауз во время выступления. Докладчики не читают со слайдов, гаджетов, листов и проч. *если студент участвовал в подготовке проекта, но не присутствовал на защите, то он получает минус 1 балл от итоговой оценки за проект	Не выполнено одно из требований из столбца на 8- 10	Не выполнено два требования из столбца на 8- 10	Не выполнен ни один пункт из столбца на 8- 10
Время выступления	Время выступления не превышает 10 минут	Время выступления превышено не более, чем на 1 минуту	Выступление длится более 12 минут	Выступление длится более 13 минут
Ответы на вопросы	Команда дает аргументированные ответы на все вопросы комиссии	Команда отвечает на все вопросы комиссии, однако один ответ не может корректно аргументировать	Команда не может ответить на один из вопросов и/или аргументировать 2- 3 ответа	Команда не может ответить на большинство вопросов

2.2.4.2. Оценка научного руководителя за курсовой проект. Научный руководитель выставляет оценку на основе критериев:

Критерий	8 –10 баллов	6 – 7 баллов	4 – 5 баллов	0 – 3 балла
Содержание БЛОКИРУЮ	В презентации корректно отражены:	В работе отражены	В работе отсутствуют один	В работе отсутствует

<p>ЩИЙ КРИТЕРИЙ (остальные критерии будут оцениваться, только если критерий «Содержание» выполнен, как минимум, на 4- 5 баллов)</p>	<p>1. Основные положения маркетингового плана (Executive summary) 2. Описание бизнеса компании и цель маркетингового плана 3. Анализ рынка. Конкурентный анализ 4. Сегментирование. Таргетирование. Позиционирование (STP) 5. Маркетинг-микс 6. Бюджет 7. Контроль 8. Выводы и рекомендации Представлена вся необходимая и отсутствует второстепенная информация. Дополнительно могут быть предоставлены другие материалы (например, видео) или разделы, которые команда считает необходимым добавить</p>	<p>все пункты из столбца на 8-10, однако присутствуют 1- 2 ошибки в некоторых из них</p>	<p>или несколько пунктов из столбца на 8-10 баллов и/или присутствует множество (3- 6) ошибок</p>	<p>большинство пунктов из столбца на 8-10 баллов и присутствует множество ошибок</p>
<p>Обоснование предложенных рекомендаций</p>	<p>Все предложенные в работе рекомендации обоснованы, подкреплены данными проведенного ранее анализа и результатами исследований</p>	<p>Только одна из предложенных в работе рекомендаций недостаточно обоснована, не подкреплена данными проведенного ранее анализа и результатами исследований</p>	<p>Две из предложенных в работе рекомендаций недостаточно обоснованы, не подкреплены данными проведенного ранее анализа и результатами исследований</p>	<p>Рекомендации не обоснованы и не подкреплены данными проведенного ранее анализа и результатами исследований</p>
<p>Работа с комментариями</p>	<p>Все комментарии, которые научный руководитель предоставлял с пометкой «комментарии» в процессе подготовки курсовой работы, внесены в работу или аргументированно обоснован тот факт, почему они не</p>	<p>1-2 комментария, которые научный руководитель предоставлял с пометкой «комментарии» в процессе подготовки курсовой работы, не внесены в работу или недостаточно аргументированно, почему они не внесены</p>	<p>3-4 комментария, которые научный руководитель предоставлял с пометкой «комментарии» в процессе подготовки курсовой работы, не внесены в работу или недостаточно аргументирован факт, что они недостаточно</p>	<p>Более 5 комментариев, которые научный руководитель предоставлял с пометкой «комментарии» в процессе подготовки курсовой работы, не внесены в работу или недостаточно аргументированно, почему они не</p>

	являются необходимыми для внесения		аргументированно, почему они не внесены	внесены
Структура и логика	Работа выглядит целостно. Соблюдается правило «от общего к частному» (сначала - более общие положения, затем - детали). Все разделы взаимосвязаны, присутствует логическая связь между ними	Работа выглядит целостно, однако присутствуют 1- 2 недочета из столбца на 8-10	Работа выглядит целостно, однако присутствуют 3-4 недочета из столбца на 8-10	В работе нет структуры и логики, не соблюдены правила из столбца на 8-10
Оформление	Работа оформлена в едином оригинальном стиле. Везде, где необходимо, присутствуют элементы визуализации, упрощающие восприятие материала. Отсутствуют скриншоты. На заимствованную информацию, визуальные элементы (графики, таблицы и проч.) даны ссылки, все пронумеровано корректно. Элементы являются читабельными.	Работа оформлена в едином оригинальном стиле, однако не выполнен один из пунктов столбца на 8- 10 (визуализация представлена не везде, где возможно; или не везде даны ссылки; или нет корректной нумерации; или не все элементы являются читабельными)	Работа оформлена в едином оригинальном стиле, однако не выполнено 2- 3 пункта из столбца на 8- 10	Не выполнен ни один пункт из столбца на 8- 10

Таблица критериев оценивания курсовых проектов научным руководителем высылается студентам заранее (в день начала работы над курсовой работой).

2.2.4.3. Индивидуальная оценка за курсовой проект. Оценка за промежуточные презентации и итоговая оценка за курсовой проект зависит от личного вклада студента в реализацию поставленных задач проекта. Максимальная оценка за командный проект – 10 баллов. При пропуске занятий без уважительной причины оценка снижается (1 пропуск – минус 1 балл, 2 пропуска – минус 2 балла, 3 и более пропусков – минус 3 балла от итоговой оценки студента за проект). Оценка выставляется каждому студенту индивидуально и может быть разной у участников одной команды. Команда сама может принять решение, какой способ оценки вклада каждого участника применяется: 1. Одинаковая оценка для каждого члена команды при равнозначном вкладе каждого из участников; 2. Распределение баллов внутри команды в зависимости от вклада каждого участника в проект. В данном случае решение участники команды принимают самостоятельно с учетом мнений каждого из членов команды. Итоговое решение участников команды должно быть письменно

согласовано между всеми участниками команды, а также с руководителем от кафедры. Предоставление решения должно бы осуществлено не позднее одного рабочего дня после дня групповых защит курсовых работ. Разница индивидуальной оценки члена команды от средней оценки, полученной командой, не должна превышать 2 балла. Оценки, входящие в формулу результирующей оценки за дисциплину, при ее расчете не округляются. Способ округления результирующей оценки по дисциплине: арифметический.

2.2.5. В процессе прохождения ЭПП обучающиеся могут использовать информационные технологии, в том числе средства автоматизации проектирования и разработки программного обеспечения, применяемые в профильной организации, Интернет - технологии и др.

Материально-техническое обеспечение ЭПП отражается в договорах на проведение практической подготовки с отдельными организациями. Указанное материально-техническое обеспечение должно удовлетворять действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении работ.

2.2.6. В условиях ограничительных или иных мер выполнение ЭПП происходит в дистанционном формате в соответствии с указаниями регулирующих органов НИУ ВШЭ и Российской Федерации.

2.2.7. **Смена научного руководителя и координатора.** В случае большого числа заявок от различных мини-групп на руководство, научный руководитель осуществляет выбор в пользу мини-группы, сфера интересов которой наиболее близка его собственным. При необходимости научный руководитель может устроить собеседование выборочным или всем участникам мини-группы. Научный руководитель может отказаться от руководства мини-группой с указанием причин данного решения, но не позднее наступления этапа 2 подготовки курсовой работы. В этом случае научный руководитель извещает студентов о своем решении в форме электронного письма. Координатор мини-группы со стороны студентов может направить запрос в департамент маркетинга о смене научного руководителя. Запрос должен отражать общее решение команды и должен включать конструктивное обоснование данного запроса. Каждый запрос будет рассматриваться департаментом маркетинга в индивидуальном порядке. Запрос о смене научного руководителя может быть направлен координатором мини-группы со стороны студентов в департамент маркетинга не позднее наступления этапа 2 подготовки курсового проекта.

2.3. Курсовой проект: консультационный проект:

2.3.1. Целью курсового проекта является интеграция знаний, умений и навыков, полученных в ходе обучения посредством использования на практике инструментальных и исследовательских методов в области менеджмента в исследовательской и проектной работе студентов в ходе решения реальных практических задач, поставленных компаниями-клиентами. Написание курсового проекта имеет практическую направленность и представляет собой упрощенную версию проекта по управленческому консалтингу для внешнего

клиента – компании, стоящей перед комплексными внешними вызовами, требующими проведения стратегической трансформации бизнеса.

В результате реализации курсового проекта студент будет способен:

- Находить релевантную информацию из различных источников, в том числе с использованием современных информационно-коммуникационных технологий, оценивать ее и использовать для решения поставленной управленческой задачи;
- Находить решения проблем в деятельности компании, в том числе в международной среде, на основе критического анализа и синтеза информации;
- Выбирать инструментальные средства для обработки информации в соответствии с поставленной управленческой задачей, интерпретировать результаты анализа и обосновывать полученные выводы;
- Предложить рациональные организационно-управленческие решения, в том числе с учетом их социальной значимости, и оценить условия и последствия предлагаемых решений;
- Эффективно работать в команде, понимая основные роли участников команды и учитывая межкультурное разнообразие;
- Осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации. Готовить качественные материалы графической презентации.

2.3.2. Даты точек контроля:

2.3.2.1. Подписание задания на выполнение студенту – не позднее 1 февраля учебного года

2.3.2.2. Предоставление промежуточного варианта – по согласованию с руководителем, но не позднее 15 мая учебного года

2.3.2.3. Предоставление итогового текста/отчета – не позднее 9 июня

2.3.3. Реализация курсового проекта сопровождается соответствующими Проектными семинарами. Проектный семинар имеет практическую направленность и представляет собой симуляцию проекта по управленческому консалтингу для внешнего клиента – крупной компании, стоящей перед комплексными внешними вызовами, требующими проведения стратегической трансформации бизнеса. В рамках семинара студенты осваивают основы организации и проведения проекта по управленческому консалтингу, ключевые практические методологии и инструменты, применяемые на подобных консалтинговых проектах и которые они будут использовать в ходе подготовки своего курсового проекта.

На первом проектном семинаре студенческим проектным группам будет поставлена (озвучена) конкретная управленческая задача от конкретной российской компании, над которой им предстоит работать в курсовом проекте.

Сформулированные компаниями-заказчиками управленческие задачи могут быть очень разными, но будут относиться к одному из ключевых типов проектов управленческого консалтинга:

- консалтинговый проект типа «Стратегия»: разработка стратегий (корпоративных, функциональных, для отдельных бизнес-единиц или

направлений деятельности) и разработка программ стратегической трансформации бизнеса;

- консалтинговый проект типа «Операции»: повышение операционной эффективности того или иного вида деятельности или процесса, например, в промышленности и/или транспорте, а функционально – в логистике (транспортировка, складирование, дистрибуция);

- консалтинговый проект типа «Маркетинг и сбыт»: анализ рынка и целевых аудиторий, развитие бренда компании и продуктов, разработка маркетинговых планов, оптимизация сетей распределения (дистрибуции) и т.п.;

- консалтинговый проект типа «Управление человеческими ресурсами (УЧР)»: разработка стратегий в области УЧР, планирование развития ЧР (привлечение, обучение, повышение производительности труда, системы коммуникаций), развитие корпоративной культуры, и т.п.

Работа над курсовым проектом в проектной группе студентов (5-6 человек) под руководством руководителя курсового проекта со стороны НИУ ВШЭ и при участии представителя заказчика независимо от типа полученного от заказчика задания состоит из следующих шагов:

1 шаг

- Получение от представителя компании-заказчика задания для выполнения курсового консалтингового проекта (конкретной управленческой задачи, требующей решения);
- Уточнение/конкретизация (если требуется) совместно с руководителем курсового проекта и представителем компании-заказчика) формулировки задания.

2 шаг

- Составление плана-графика работ по проекту (совместно с руководителем курсового проекта);
- Первичный сбор и анализ материалов о компании-заказчике и рынках, на которых она работает.

3 шаг

- Выбор инструментальных средств для обработки информации и проведения анализа поставленной управленческой задачи (например, применение таких инструментов, как PESTLE-анализ, Модель 5 Forces, SWOT-анализ, 2D-матрица оценки рисков, value chain, бизнес-модель и ее компоненты, операционная модель и ее компоненты, стратегические инициативы трансформации, взаимозависимости между инициативами внутри программы трансформации, распределение ролей и ответственностей в управленческой команде компании-клиента, матрица RACI и т.п. - для выполнения проекта можно использовать как инструменты, описания которых приведены в разделе 2.4 данных методических указаний, так и другие известные инструменты, которые были разобраны в процессе обучения);
- Согласование выбранных инструментов проведения анализа с руководителем курсового проекта, корректировка (в случае

необходимости);

- Выбор и согласование инструментальных средств для проведения анализа необходимо провести именно ДО встречи с представителем компании-заказчика, так как в данном случае вы будете иметь понимание о необходимой вам для выполнения анализа информации.

4 шаг

- Подготовка к встрече с представителем компании-заказчика, составление гайда интервью, чтобы максимально эффективно использовать возможность прямого общения с ее представителями для сбора информации. Необходимо детально продумать, в какой информации члены проектной группы нуждаются, как ее получить. Не рекомендуется вставлять в гайд интервью вопросы, информацию по которым можно найти на ресурсах в свободном доступе (для экономии времени представителей компании);
- Согласование финальной версии гайда интервью с руководителем курсового проекта.

5 шаг

- Встреча с представителем компании-заказчика, проведение интервью;
- Анализ полученной информации и ее достаточности для выполнения курсового проекта.

6 шаг

Проведение анализа с помощью согласованного с руководителем проекта инструментария (см. шаг 3) с использованием как первичных, так и вторичных источников информации.

7 шаг

- Идентификация одной или нескольких ключевых проблем;
- Декомпозиция проблем, обозначенных клиентом (разбиение на под-проблемы), выяснение корневых причин возникновения проблемы (root causes);
- Разработка предварительных подходов/гипотез решению корневых проблем.

8 шаг

- Разработка методологических подходов к решению выявленных проблем;
- Формирование организационно-управленческих решений, в том числе с учетом их социальной значимости; оценка условий и последствий предлагаемых решений;
- Разработка плана реализации предлагаемых организационно-управленческих решений (implementation plan).

9 шаг

- Подготовка текстового варианта курсового проекта согласно

рекомендуемой структуре (см. п.3.1. методических указаний). Изложение должно быть самостоятельным и исключать копирования используемых источников. При цитировании каждая цитата должна иметь ссылку на ее источник, оформленную в соответствии с требованиями;

- Согласование текстового варианта курсового проекта с руководителем курсового проекта.

10 шаг

- Подготовка финального текстового варианта курсового проекта (внесение требуемых корректировок после проверки руководителем курсового проекта (является обязательным), оформление работы согласно требованиям (см.п.3.2).
- Подготовка презентации результатов работы над решением конкретной управленческой задачи для ее защиты;
- Публичная защита результатов курсового проекта.

2.3.4.

Структура оценки:

Доля от оценки	Элемент контроля
0,5	Защита курсового проекта перед комиссией
0,3	Оценка от руководителя курсового проекта
0,2	Оценка от представителя заказчика проекта

Критерии оценивания курсового проекта:

Работа (полный текст курсового проекта) должна быть оформлена согласно правилам оформления письменных работ, иметь титульный лист. Презентация по курсовому проекту размещается за день до защиты в формате Power Point в специальную форму MSTeams.

Максимальный объем презентации составляет 12-15 слайдов (время презентации - 10 минут).

Критерии оценки:

- Четко сформулированные цели и задачи курсового проекта;
- Обоснование используемых методов и инструментов;
- Соответствие полученных результатов цели проекта;
- Качество слайдов (отсутствие ошибок, оформление, читаемость слайдов, визуализация информации);
- Соблюдение тайминга (10 минут на презентацию);
- Ответы на вопросы (релевантность и глубина ответов);
- Вовлеченность и презентационные навыки.

Оценка за промежуточные презентации и итоговая оценка за курсовой проект зависит от личного вклада студента в реализацию поставленных задач проекта.

Максимальная оценка за командный проект – 10 баллов.

Оценка выставляется каждому студенту индивидуально и может быть разной у участников одной команды. Команда сама может принять решение, какой способ оценки вклада каждого участника применяется:

1. Одинаковая оценка для каждого члена команды при равнозначном вкладе каждого из участников;

2. Распределение баллов внутри команды в зависимости от вклада каждого участника в проект. В данном случае решение участники команды принимают самостоятельно с учетом мнения каждого члена команды.

Итоговое решение участников команды должно быть письменно согласовано между всеми участниками команды, а также с руководителем курсового проекта. Оценки, входящие в формулу результирующей оценки за дисциплину, при ее расчете не округляются. Способ округления результирующей оценки по дисциплине: арифметический.

2.3.5. В процессе прохождения ЭПП обучающиеся могут использовать информационные технологии, в том числе средства автоматизации проектирования и разработки программного обеспечения, применяемые в профильной организации, Интернет - технологии и др.

Материально-техническое обеспечение ЭПП отражается в договорах на проведение практической подготовки с отдельными организациями. Указанное материально-техническое обеспечение должно удовлетворять действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении работ.

2.3.6. В условиях ограничительных или иных мер выполнение ЭПП происходит в дистанционном формате в соответствии с указаниями регулирующих органов НИУ ВШЭ и Российской Федерации.

2.3.7. При выполнении курсового проекта «Консультационный проект», студентам предлагается ориентироваться на Методические указания для подготовки курсового проекта по управленческому консалтингу для студентов бакалавриата, обучающихся по направлениям 38.03.02 «Менеджмент» (А.Е. Дынин, С.В. Смельцова, Е.В. Бузулукова, В.А. Ребязина, В.Д. Герами, Москва, 2020)

2.4. Учебная практика:

2.4.1. Цель проведения учебной практики - углубление представлений и получение навыков в типовых видах профессиональной деятельности выпускника ОП «Маркетинг и рыночная аналитика». Данная практика способствует получению первичных профессиональных умений и опыта первичной профессиональной деятельности.

Основными задачами прохождения учебной практики являются:

- закрепление полученных в ходе обучения на 1-3 курсах теоретических знаний;
- формирование у студентов навыков экспресс-анализа хозяйственной деятельности организации и её маркетинговой составляющей;
- приобретение первоначальных практических навыков в решении конкретных задач маркетинга;

- формирование у студентов установки на рефлексивное освоение предусмотренных образовательным стандартом профессиональных компетенций (ПК).

2.4.2. Даты точек контроля:

2.4.2.1. Подписание задания на выполнение студенту – не позднее даты начала практики

2.4.2.2. Предоставление промежуточного варианта – не позднее дня окончания практики

2.4.2.3. Предоставление итогового текста/отчета – не позднее 5 календарных дней с момента завершения учебной практики

2.4.3. Содержание, особенности освоения

Способ проведения учебной практики – стационарная. Практика проводится в дискретной форме, путём выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения производственной практики.

Практика проводится в профильных структурных подразделениях университета, включая базовые кафедры Высшей Школы Бизнеса НИУ ВШЭ, а также в профильных государственных, муниципальных, общественных, коммерческих и некоммерческих организациях, учреждениях, предприятиях (далее — профильные организации). Профильными считаются организации, имеющие в своём составе маркетинговую службу, либо другие структурные подразделения, выполняющие соответствующие функции.

Среди коммерческих организаций, местом проведения практики могут быть:

- производственные предприятия
- оптовые компании
- сетевые розничные операторы
- операторы интернет-торговли
- сервисные компании
- другие организации сферы услуг.

Практика студентов в организациях должна проходить в маркетинговом подразделении, либо в другом структурном подразделении, выполняющие соответствующие функции.

Организация проведения практики осуществляется на основании договоров и/или соглашений с организациями, независимо от их организационно-правовых форм и форм собственности, либо на основании письма-согласия организации, в соответствии с которыми указанные организации предоставляют места для прохождения практики студентов ОП «Маркетинг и рыночная аналитика».

№ п/п	Виды практической работы студента	Содержание деятельности
-------	-----------------------------------	-------------------------

1	Информационно-аналитическая деятельность, организационно-управленческая деятельность	<ul style="list-style-type: none"> • Анализ стратегических целей организации • Анализ корпоративной стратегии • Анализ рыночного положения компании • Анализ организационной структуры управления компанией • Анализ долгосрочных целей, которые ставятся перед компанией • Анализ функциональной стратегии • Анализ ключевых бизнес-процессов
2	Информационно-аналитическая деятельность, научно-исследовательская деятельность	<ul style="list-style-type: none"> • Анализ и систематизация проблем в ключевых бизнес-процессах профильной организации • Определение причин возникновения проблем в деятельности организации

2.4.4. По итогам практики студентом предоставляется отчетность по практике в формате заполненного дневника и отчёта по практике. Дневник представляет собой документ, в котором отражается план практики и ход его выполнения, содержатся отметки о прибытии на место прохождения практики и выбытия с него, приводятся отзывы руководителя ЭПП и соруководителя от организации. Отчёт по практике содержит описание хозяйственной деятельности организации, анализ её маркетинговой деятельности, оценку проблем в работе компании. Содержание отчёта студента может быть скорректировано преподавателем-руководителем практики в соответствии с индивидуальным заданием, выданным студенту.

Отчёт по практике должен содержать следующие разделы:

- 1) Введение
 - цели и задачи практики
 - краткая характеристика базы практики
 - основные результаты прохождения практики
- 2) Характеристика организации - базы практики
 - описание назначения организации, истории ее развития
 - характеристика организационно-правовой формы предприятия
 - характеристика основных видов деятельности
 - оценка положения организации на рынке (доля рынка, наличие конкурентов и т.п.)
 - краткая характеристика маркетинговой деятельности компании
- 3) Анализ системы управления организацией
 - схема организационной структуры, ее описание
 - описание основных маркетинговых функций в компании
 - характеристика основных направлений кроссфункционального взаимодействия в рамках бизнес-процессов маркетинга

- определение места и роли подразделения, в котором проходит практику студент, в общей структуре организации
- анализ документооборота в подразделении
- оценка степени автоматизации работ, связанных с маркетинговой деятельностью в организации.

4) Заключение (оценка результатов практики; формулирование проблем, выявленных в рассматриваемой сфере).

5) Приложения (в приложения необходимо вынести исходные данные для расчетов, формы документов, а также другие материалы, использование которых в текстовой части нарушает логическую стройность изложения).

Отчёт по мере надобности может иллюстрироваться рисунками, схемами, фотографиями.

Критерии и оценочная шкала для промежуточной аттестации по практике

Критериями для оценки результатов практики является полнота и качество выполнения задания по практике, качество заполнения дневника по практике, а также оценка работы студента в ходе практики, данная руководителем практики от профильной организации.

Итоговая оценка по практике рассчитывается по следующей формуле:

$$O_{итог} = O_з * 0,7 + O_д * 0,15 + O_p * 0,15, \text{ где}$$

$O_{итог}$ – итоговая оценка по практике

$O_з$ – оценка за выполнение задания по практике

$O_д$ – оценка за заполнение дневника по практике

O_p – оценка, данная руководителем практики от профильной организации.

Итоговая оценка округляется до целого значения по правилам округления. При расчёте итоговой оценки, её компоненты округлению не подлежат.

Защита отчётов по практике проводится в срок, установленный рабочим учебным планом. Защита практики должна быть проведена в срок не более пяти дней после окончания практики (включая выходные и праздничные дни) в присутствии преподавателя-руководителя практики.

Результаты защиты отчётов по практике оформляются ведомостью. Оригинал ведомости сдаётся в учебный офис, копия хранится на кафедре.

Неудовлетворительная оценка, полученная за прохождение ознакомительной практики, считается академической задолженностью.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по практике

- перечень компетенций, формируемых в ходе прохождения практики, с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания;
- типовые оценочные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в ходе прохождения практики;

- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

2.4.5. В процессе прохождения ЭПП обучающиеся могут использовать информационные технологии, в том числе средства автоматизации проектирования и разработки программного обеспечения, применяемые в профильной организации, Интернет - технологии и др.

Материально-техническое обеспечение ЭПП отражается в договорах на проведение практической подготовки с отдельными организациями. Указанное материально-техническое обеспечение должно удовлетворять действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении работ.

2.4.6. В условиях ограничительных или иных мер выполнение ЭПП происходит в дистанционном формате в соответствии с указаниями регулирующих органов НИУ ВШЭ и Российской Федерации.

2.5. Инициативные проекты студентов:

2.5.1. Цель, задачи, пререквизиты ЭПП

Целью выполнения проектной работы является применение знаний, умений и навыков в сфере управления бизнесом, полученных в ходе обучения, при решении практической или исследовательской задачи, поставленной руководителем ЭПП.

Задачами, решаемыми в ходе разработки проекта, могут являться:

- формулировка стоящей перед студентом прикладной или исследовательской задачи;
- оценка характеристик среды, в которой должна решаться основная проектная задача (компания и ее окружение, управленческая система, процесс и т.д.);
- сбор необходимой информации, оценка и отбор данных;
- анализ методов, используемых при решении аналогичных задач, и отбор применимых для решения конкретной задачи;
- предложение и обоснование целесообразности решения поставленной задачи;
- выполнение простых расчетов, подтверждающих применимость и эффективность предложенного решения.

Пререквизитами проектной работы являются:

- базовые знания в области управления бизнесом;
- умение пользоваться источниками информации и современными средствами отбора, обработки и кодификации проектных данных;
- знание типичных решений, используемых для повышения эффективности управленческих систем;
- умение выполнять простейшие технологические и экономические расчеты, в том числе в среде Excel;
- навыки подготовки научно-технического отчета, презентации, доклада.

2.5.2. Даты точек контроля:

2.5.2.1. Подписание задания на выполнение студенту осуществляется в каждом конкретном ЭПП 4.6.8 после отбора заявок студентов на участие в ЭПП руководитель ЭПП в обязательном порядке согласует с каждым студентом задание на выполнение ЭПП, в соответствии с п. 4.6.8. Положения о практической подготовке студентов основных образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата, специалитета и магистратуры Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

2.5.2.2. Предоставление промежуточного варианта – осуществляется в соответствии с требованиями, указанными в заявке-предложении на ЭПП, согласно п. 4.7.5. Положения о практической подготовке студентов основных образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата, специалитета и магистратуры Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

2.5.2.3. Предоставление итогового текста/отчета осуществляется в соответствии с требованиями, указанными в заявке-предложении на ЭПП, согласно п. 4.7.5. Положения о практической подготовке студентов основных образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата, специалитета и магистратуры Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

2.5.3. Содержание, особенности освоения

Проектная работа выполняется в следующей последовательности:

а) четкая формулировка решаемой задачи, обсуждение с руководителем ЭПП всех ее аспектов, характера и глубины проработки требуемого проектного решения, определение показателя (показателей), по которым будет делаться вывод о результативности и эффективности предложенного решения.

б) сбор исходной информации для решения задачи (общая информация о компании, сфере ее деятельности, тенденциях развития, причинах возникновения или углубления решаемой в проекте проблемы, принятых ранее мерах и достигнутых результатах и т.д.). Информация может быть получена из доступных открытых источников, предоставлена компанией, на базе которой решается задача, а также, при необходимости, собрана на основе проведения интервью и других видов исследований;

в) определение круга «возможных решений» поставленной задачи на основе анализа учебных материалов по теме и соответствующих литературных источников;

г) формулировка развернутого предложения, направленного на решение поставленной в проекте задачи;

д) выполнение простых расчетов, подтверждающих результативность и эффективность предложенного решения;

е) описание дополнительных задач, которые должны быть решены для реализации разработанных предложений (изменение структуры управления и функций отдельных подразделений, автоматизация обеспечивающих процессов, изменение документооборота и т.д.).

В процессе выполнения проекта студент обсуждает с руководителем ЭПП ход и состояние проекта, достигнутые результаты, предоставляет ему промежуточные материалы.

2.5.4. Оценивание и отчетность (формы отчетности по ЭПП, формула оценивания, фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации студентов).

В соответствии с п.5.3. и 5.4. Положения о практической подготовке студентов основных образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата, специалитета и магистратуры Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» требования к оцениванию и отчетности данного ЭПП определяются в Заявке-предложении на ЭПП и в Задании на выполнение ЭПП, в т.ч. формы отчетности, итоговые материалы по проекту, конкретные критерии оценивания и другие.

2.5.5. В процессе прохождения ЭПП обучающиеся могут использовать информационные технологии, в том числе средства автоматизации проектирования и разработки программного обеспечения, применяемые в профильной организации, Интернет - технологии и др.

Материально-техническое обеспечение ЭПП отражается в договорах на проведение практической подготовки с отдельными организациями. Указанное материально-техническое обеспечение должно удовлетворять действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении работ.

2.5.6. В условиях ограничительных или иных мер выполнение ЭПП происходит в дистанционном формате в соответствии с указаниями регулирующих органов НИУ ВШЭ и Российской Федерации.

2.5.7. Иные материалы и другая информация по решению разработчика.
Нет

2.6. Преддипломная практика:

2.6.1. Целью проведения преддипломной практики студентов 4-го курса бакалавриата является получение опыта практического участия в маркетинговой деятельности организаций бизнеса, а также сбор данных, необходимых для подготовки ВКР.

Участие в реальных проектах должно закрепить сформированные у студентов в процессе обучения навыки научно-исследовательской, организационно-управленческой, проектной и аналитической деятельности.

Основными задачами прохождения преддипломной практики являются:

- закрепление полученных в ходе обучения на 1-4 курсах теоретических знаний;
- формирование у студентов устойчивых навыков анализа хозяйственной деятельности организации и её маркетинговой составляющей;
- приобретение практических навыков в решении конкретных задач в маркетинговой деятельности;
- формирование у студентов установки на рефлексивное освоение предусмотренных образовательным стандартом профессиональных компетенций (ПК).

2.6.2. Даты точек контроля:

2.6.2.1. Подписание задания на выполнение студенту – не позднее даты начала практики

2.6.2.2. Предоставление промежуточного варианта – не позднее дня окончания практики

2.6.2.3. Предоставление итогового текста/отчета – не позднее 5 календарных дней с момента завершения преддипломной практики

2.6.3. Содержание, особенности освоения

Способ проведения преддипломной практики – стационарная. Практика проводится в дискретной форме, путём выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения производственной практики.

Практика проводится в профильных структурных подразделениях университета, включая базовые кафедры Высшей Школы Бизнеса НИУ ВШЭ, а также в профильных государственных, муниципальных, общественных, коммерческих и некоммерческих организациях, учреждениях, предприятиях (далее — профильные организации). Профильными считаются организации, имеющие в своём составе маркетинговую службу, либо другие структурные подразделения, выполняющие соответствующие функции.

Среди коммерческих организаций, местом проведения практики могут быть:

- производственные предприятия
- оптовые компании
- сетевые розничные операторы
- операторы интернет-торговли
- сервисные компании
- другие организации сферы услуг.

Практика студентов в организациях должна проходить в маркетинговом подразделении, либо в другом структурном подразделении, выполняющие соответствующие функции.

Организация проведения практики осуществляется на основании договоров и/или соглашений с организациями, независимо от их организационно-правовых форм и форм собственности, либо на основании письма-согласия организации, в соответствии с которыми указанные организации предоставляют места для прохождения практики студентов ОП «Маркетинг и рыночная аналитика».

№ п/п	Виды практической работы студента	Содержание деятельности
1	Информационно-аналитическая деятельность, организационно-управленческая деятельность	<ul style="list-style-type: none">• Анализ стратегических целей организации• Анализ корпоративной стратегии• Анализ рыночного положения компании• Анализ организационной структуры управления компанией

		<ul style="list-style-type: none"> • Анализ долгосрочных целей, которые ставятся перед компанией • Анализ функциональной стратегии • Анализ ключевых бизнес-процессов
2	Информационно-аналитическая деятельность, научно-исследовательская деятельность	<ul style="list-style-type: none"> • Анализ и систематизация проблем в ключевых бизнес-процессах профильной организации • Определение причин возникновения проблем в деятельности организации

2.6.4. По итогам практики студентом предоставляется отчетность по практике в формате заполненного дневника и отчёта по практике. Дневник представляет собой документ, в котором отражается план практики и ход его выполнения, содержатся отметки о прибытии на место прохождения практики и выбытия с него, приводятся отзывы руководителя ЭПП и соруководителя от организации. Отчёт по практике содержит описание хозяйственной деятельности организации, анализ её маркетинговой деятельности, оценку проблем в работе компании. Содержание отчёта студента может быть скорректировано преподавателем-руководителем практики в соответствии с индивидуальным заданием, выданным студенту.

Отчёт по практике должен содержать следующие разделы:

- 1) Введение
 - цели и задачи практики
 - краткая характеристика базы практики
 - основные результаты прохождения практики
- 2) Характеристика организации - базы практики
 - описание назначения организации, истории ее развития
 - характеристика организационно-правовой формы предприятия
 - характеристика основных видов деятельности
 - оценка положения организации на рынке (доля рынка, наличие конкурентов и т.п.)
 - краткая характеристика маркетинговой деятельности компании
- 3) Анализ системы управления организацией
 - схема организационной структуры, ее описание
 - описание основных маркетинговых функций в компании
 - характеристика основных направлений кроссфункционального взаимодействия в рамках бизнес-процессов маркетинга
 - определение места и роли подразделения, в котором проходит практику студент, в общей структуре организации
 - анализ документооборота в подразделении

- оценка степени автоматизации работ, связанных с маркетинговой деятельностью в организации.

4) Заключение (оценка результатов практики; формулирование проблем, выявленных в рассматриваемой сфере).

5) Приложения (в приложения необходимо вынести исходные данные для расчетов, формы документов, а также другие материалы, использование которых в текстовой части нарушает логическую стройность изложения).

Отчёт по мере надобности может иллюстрироваться рисунками, схемами, фотографиями.

Критерии и оценочная шкала для промежуточной аттестации по практике

Критериями для оценки результатов практики является полнота и качество выполнения задания по практике, качество заполнения дневника по практике, а также оценка работы студента в ходе практики, данная руководителем практики от профильной организации.

Итоговая оценка по практике рассчитывается по следующей формуле:

$$O_{итог} = O_з * 0,7 + O_д * 0,15 + O_p * 0,15, \text{ где}$$

$O_{итог}$ – итоговая оценка по практике

$O_з$ – оценка за выполнение задания по практике

$O_д$ – оценка за заполнение дневника по практике

O_p – оценка, данная руководителем практики от профильной организации.

Итоговая оценка округляется до целого значения по правилам округления. При расчёте итоговой оценки, её компоненты округлению не подлежат.

Защита отчётов по практике проводится в срок, установленный рабочим учебным планом. Защита практики должна быть проведена в срок не более пяти дней после окончания практики (включая выходные и праздничные дни) в присутствии преподавателя-руководителя практики.

Результаты защиты отчётов по практике оформляются ведомостью. Оригинал ведомости сдаётся в учебный офис, копия хранится на кафедре.

Неудовлетворительная оценка, полученная за прохождение ознакомительной практики, считается академической задолженностью.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по практике

- перечень компетенций, формируемых в ходе прохождения практики, с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания;
- типовые оценочные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в ходе прохождения практики;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

2.6.5. В процессе прохождения ЭПП обучающиеся могут использовать информационные технологии, в том числе средства автоматизации проектирования и разработки программного обеспечения, применяемые в профильной организации, Интернет - технологии и др.

Материально-техническое обеспечение ЭПП отражается в договорах на проведение практической подготовки с отдельными организациями. Указанное материально-техническое обеспечение должно удовлетворять действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении работ.

2.6.6. В условиях ограничительных или иных мер выполнение ЭПП происходит в дистанционном формате в соответствии с указаниями регулирующих органов НИУ ВШЭ и Российской Федерации.

2.7. Подготовка выпускной квалификационной работы:

2.7.1. Цель выполнения ВКР – углубить знания и умения студентов, полученные в процессе теоретических и практических занятий, улучшить навыки самостоятельного поиска и изучения материала по теме ВКР, а также развить компетенции аналитической, исследовательской и проектной деятельности, работы с информацией и большими объемами данных.

Основными задачами выполнения и защиты ВКР являются:

- углубление, систематизация и интеграция теоретических знаний и практических навыков по направлению подготовки;
- развитие умения критически оценивать и обобщать теоретические положения;
- применение полученных знаний при решении прикладных задач по направлению подготовки;
- стимулирование навыков самостоятельной аналитической работы;
- овладение современными методами научного исследования;
- выяснение подготовленности студентов к практической деятельности в условиях рыночной экономики;
- презентация навыков публичной дискуссии и защиты научных идей, предложений и рекомендаций.

2.7.2. Даты точек контроля:

2.7.2.1. Подписание задания на выполнение студенту - не позднее 15 ноября текущего учебного года

2.7.2.2. Предоставление промежуточного варианта – по согласованию с руководителем, но не позднее 20 апреля текущего учебного года

2.7.2.3. Предоставление итогового текста/отчета – не позднее 20 мая текущего учебного года

2.7.2.4. Прочие даты графика выполнения ВКР определены Приложением 1 к Правилам подготовки выпускной квалификационной работы для образовательных программ по направлениям подготовки 38.03.02 «Менеджмент» и 38.03.05 «Бизнес-информатика» (квалификация: бакалавр).

2.7.3. Содержание ВКР определено разделом 8 Правил подготовки выпускной квалификационной работы для образовательных программ по направлениям подготовки 38.03.02 «Менеджмент» и 38.03.05 «Бизнес-

информатика» (квалификация: бакалавр). Этапы подготовки ВКР определены разделами 4-7 Правил.

2.7.4. Оценивание ВКР определено разделом 3 Правил подготовки выпускной квалификационной работы для образовательных программ по направлениям подготовки 38.03.02 «Менеджмент» и 38.03.05 «Бизнес-информатика» (квалификация: бакалавр). Требования к структуре, содержанию и объему отчетных форм по подготовке ВКР определено разделом 9 Правил.

2.7.5. В процессе прохождения ЭПП обучающиеся могут использовать информационные технологии, в том числе средства автоматизации проектирования и разработки программного обеспечения, применяемые в профильной организации, Интернет - технологии и др.

Материально-техническое обеспечение ЭПП отражается в договорах на проведение практической подготовки с отдельными организациями. Указанное материально-техническое обеспечение должно удовлетворять действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении работ.

2.7.6. В условиях ограничительных или иных мер выполнение ЭПП происходит в дистанционном формате в соответствии с указаниями регулирующих органов НИУ ВШЭ и Российской Федерации.

2.7.7. Более подробная информация о ВКР, в том числе технические требования к оформлению и условия публикации ВКР, доступны в Правилах подготовки выпускной квалификационной работы для образовательных программ по направлениям подготовки 38.03.02 «Менеджмент» и 38.03.05 «Бизнес-информатика» (квалификация: бакалавр)

Раздел 3. Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Практическая подготовка обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов организуется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Приложения

Приложение А

Образец титульного листа отчета о прохождении практики

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»

Высшая школа бизнеса
ОП «Маркетинг и рыночная аналитика»
Бакалавриат

О Т Ч Е Т
по _____ практике

Выполнил студент гр. _____

(ФИО)

(подпись)

Проверили:

(должность, ФИО руководителя от предприятия)

(оценка)

(подпись)

МП

(дата)

(должность, ФИО руководителя от факультета)

(оценка)

(подпись)

(дата)

Структура отчета.

1. Введение (в разделе должны быть приведены цели и задачи практики)
2. Содержательная часть.
3. Исполненное индивидуальное задание.
4. Заключение (включая самооценку сформированности компетенций)
5. Приложения (графики, схемы, таблицы, алгоритмы, иллюстрации и т.п.).

Содержательная часть отчета должна включать следующие разделы:

1. Краткая характеристика организации (места прохождения практики) с описанием сферы деятельности, организационной структуры, экономическими показателями.
2. Описание профессиональных задач, решаемых студентом на практике (в соответствии с целями и задачами программы практики и индивидуальным заданием).

Образец дневника практики

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»

Высшая школа бизнеса
ОП «Маркетинг и рыночная аналитика»
Бакалавриат

ДНЕВНИК

_____ практики студента
_____ группы _____ курса

(фамилия, имя, отчество)

Начат _____
Окончен _____

Оценка _____

Руководитель практики (ФИО, должность) _____ /подпись/

_____ 20__

Место прохождения практики _____

Должность, ФИО руководителя практики от предприятия _____

УЧЕТ ВЫПОЛНЕННОЙ РАБОТЫ

Срок выполнения	Краткое содержание работы (заполняется практикантом)	Указания/комментарии руководителей практики	Отметка о выполнении работы (подпись руководителя практики)

Студент – практикант _____ / _____ /
Подпись / *расшифровка подписи*

ОТЗЫВ
о работе студента с места прохождения практики

Отзыв составляется на студента по окончанию практики руководителем от предприятия.

В отзыве необходимо указать – фамилию, инициалы студента, место прохождения практики, время прохождения.

В отзыве должны быть отражены:

- выполняемые студентом профессиональные задачи;
- полнота и качество выполнения программы практики;
- отношение студента к выполнению заданий, полученных в период практики;
- оценка сформированности планируемых компетенций (дескрипторов их сформированности)

Код компетенции	Формулировка компетенции /дескрипторы	Оценка сформированности (балльная, словесная)

- выводы о профессиональной пригодности студента; при необходимости – комментарии о проявленных им личных и профессиональных качествах.

Отзыв подписывается руководителем практики от предприятия (организации) и заверяется печатью.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
"НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ "ВЫСШАЯ
ШКОЛА ЭКОНОМИКИ"

ВЫСШАЯ ШКОЛА БИЗНЕСА

Групповой курсовой проект на тему:
МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН КОМПАНИИ X

№ Группы
ФИО
ФИО
ФИО
ФИО
ФИО
ФИО

Руководитель:
ФИО