

**Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Реклама и продвижение СМИ

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: заочная

Оценочные материалы по практике

Производственная практика: преддипломная практика

Москва 2023

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ СОСТАВИЛ:

Разработчик

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Курилов С.Н.
	Идентификатор	R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde

С.Н. Курилов

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель образовательной программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Веселов А.А.
	Идентификатор	R29a5051c-VeselovAIA-96f1d661

А.А. Веселов

Заведующий выпускающей кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Гаврилова Ю.В.
	Идентификатор	R87aa858f-GavrilovaYV-cb2050d5

Ю.В. Гаврилова

Оценочные материалы по практике предназначены для оценки достижения обучающимися запланированных результатов обучения по практике, этапа формирования запланированных компетенций, прохождения практики.

Оценочные материалы по практике включают оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

Запланированные результаты обучения по практике, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ИД-1 _{ОПК-1} Демонстрирует знание норм русского языка в процессе создания коммуникационного продукта	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные научные методы для решения исследовательских проблем и выполнения научно-исследовательских проектов. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять поиск и критический анализ научно-технической информации.
	ИД-2 _{ОПК-1} Демонстрирует знание норм иностранного языка в процессе создания коммуникационного продукта	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы поиска и анализа информации, необходимой для решения поставленной задачи. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рецензировать результаты научных работ.
	ИД-3 _{ОПК-1} Демонстрирует понимание необходимости создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в конкретный период времени и в конкретной ситуации	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - приемы выявления проблемной ситуации. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выполнять поиск необходимой информации и её критический анализ.
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и	ИД-1 _{ОПК-2} Демонстрирует понимание тенденций развития общественных и	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы техники безопасности при работе в НТБ.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	государственных институтов	уметь: - использовать системный подход для решения поставленных задач.
	ИД-2 _{ОПК-2} Применяет знания тенденций развития общественных и государственных институтов в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов	знать: - методы реализации основных управленческих функций процесса принятия решений. уметь: - осуществлять декомпозицию поставленной задачи исследования на отдельные задачи.
	ИД-3 _{ОПК-2} Применяет знания тенденций развития общественных и государственных институтов в процессе создания коммуникационных продуктов.	знать: - классификацию планов научно-исследовательской деятельности. уметь: - искать информацию в информационно-справочных системах российского и международных систем научно-технической информации.
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИД-1 _{ОПК-3} Демонстрирует знания достижений отечественной и мировой культуры	знать: - методы анализа , используемые для решения поставленной задачи. уметь: - разрабатывать обоснованный план научно-исследовательской деятельности.
	ИД-2 _{ОПК-3} Использует достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов	знать: - методы осуществления поиска и критического анализа научно-технической информации.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
		<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбирать инструменты антикризисного управления и теории игр в принятии рискованных решений, в том числе для управления финансовыми потоками организации.
	<p>ИД-3_{ОПК-3} Использует достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания коммуникационных продуктов</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - инструменты антикризисного управления и теории игр в принятии рискованных решений. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - вырабатывать стратегию действий.
<p>ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ИД-1_{ОПК-4} Демонстрирует знания потребностей аудитории в продуктах профессиональной деятельности</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы разработки стратегии решения поставленной задачи. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обобщать результаты анализа для решения поставленной учебной задачи.
	<p>ИД-2_{ОПК-4} Демонстрирует знание характеристик целевой аудитории в различных сферах применения технологий связей с общественностью.</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - метод реализации основных управленческих функций процесса принятия решений. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности.
	<p>ИД-3_{ОПК-4} Демонстрирует умения по составлению корректных ответов на запросы общественности, поступающие в коммерческие и некоммерческие организации, а также в органы власти</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы применения физико-математического аппарата для планирования и выполнения теоретических и экспериментальных исследований с использованием современных методов экспери-

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
	с учетом специфики их деятельности	мента и средств вычислительной техники. уметь: - свободно оперировать основными понятиями.
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИД-1 _{ОПК-5} Демонстрирует знания тенденций развития медиакоммуникационных систем различного уровня.	знать: - основы проведения научных исследований и экспериментов. уметь: - применять современные научные методы для решения исследовательских проблем и выполнения научно-исследовательских проектов.
	ИД-2 _{ОПК-5} Применяет знания политических и экономических механизмов функционирования медиакоммуникационных систем различного уровня в процессе выполнения профессиональных задач	знать: - алгоритм принятия решения. уметь: - формулировать цель и задачи при проведении исследований и экспериментов.
	ИД-3 _{ОПК-5} Демонстрирует знания норм профессиональной этики в процессе конструирования элементов медиакоммуникационных систем различного уровня.	знать: - стратегия решения поставленной задачи. уметь: - рецензировать результаты научных работ.
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИД-1 _{ОПК-6} Демонстрирует знания информационно-коммуникационных технологий, используемых в PR-деятельности	знать: - основные научно-технические проблемы и перспективы развития в области энергоснабжения предприятий. уметь:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
		- проводить синтеза результатов и формировать пункты научной новизны.
	ИД-2 _{ОПК-6} Применяет навыки использования современных технических средств в процессе разработки элементов коммуникационных кампаний	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - типовые методики расчетов, методы проектирования. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять сбор и анализ исходных данных для проектирования энергообъектов и их элементов в соответствии с нормативной документацией.
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ИД-1 _{ОПК-7} Демонстрирует навыки оценки эффектов каждого этапа коммуникационной кампании	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методику применения системного анализа при решении научно-технических, организационно-технических и конструкторско-технологических задач в области энергосбережения предприятий. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить расчеты по типовым методикам, проектировать технологическое оборудование с использованием стандартных средств автоматизации проектирования в соответствии с техническим заданием.
	ИД-2 _{ОПК-7} Демонстрирует знания принципов социальной ответственности в процессе разработки каждого этапа коммуникационной кампании в различных сферах профессиональной деятельности	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - перечень и сущность возможных мероприятий в области проведения исследования. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять знания, полученные при изучении математики, физики, теоретических основ тепло-

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
		техники.
ПК-1 способен организовывать маркетинговые исследования в области СМИ	ИД-1 _{ПК-1} Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы агрегирования информации и ее обработки с помощью современных технических средств и информационных технологий. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить эксперименты по заданной методике, обрабатывать и анализировать полученные результаты с привлечением соответствующего математического аппарата.
	ИД-2 _{ПК-1} Поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - научные школы и способы научных исследований. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать аналитические данные показателей микро- и макроуровня в подготовке управленческих решений.
	ИД-3 _{ПК-1} Составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные показатели микро- и макроуровня. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять современные средства информационных технологий для оценки мероприятий в области исследования.
	ИД-4 _{ПК-1} Контроль выполнения договора, приемка результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необхо-	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - математические методы анализа и моделирования.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
	димых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - находить и использовать аналитические материалы для принятия стратегических решений на микроуровне.
	ИД-5ПК-1 Анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды организационно-управленческих решений. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить синтеза результатов и формировать пункты научной новизны.
	ИД-6ПК-1 Определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - научные, философские, религиозные картины мира, нравственные обязанности человека. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить предварительные технико-экономические обоснования проектных разработок энергообъектов и их элементов по стандартным методикам.
ПК-2 способен вести разработку маркетинговой стратегии для продукции СМИ	ИД-1ПК-2 Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать информацию.
	ИД-2ПК-2 коммуникационных целей и маркетинговых стратегий	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы организации операционной деятельности, основные методы и инструменты управления операционной деятельности.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
		<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - логически излагать мысли.
	<p>ИД-3_{ПК-2} Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организационную структуру предприятия. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать операционную (производственную) деятельность организаций.
	<p>ИД-4_{ПК-2} Разработка и обоснование проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные нормативные правовые документы, закономерности и этапы исторического процесса, основные события и процессы мировой и отечественной экономической истории. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - внедрять изменения документооборота в управления организации.
	<p>ИД-5_{ПК-2} Разработка плана мероприятий по продвижению продукции СМИ</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - возможные бизнес-модели коммерциализации предпринимательских идей. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать и осуществлять мероприятия, направленные на реализацию стратегии управления человеческими ресурсами организаций.
	<p>ИД-6_{ПК-2} Согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы аргументации и построения речи. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать основы философских знаний.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
	ИД-7 _{ПК-2} Формирование проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия и основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, лидерства и управления конфликтами. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - занимать активную гражданскую позицию.
	ИД-8 _{ПК-2} Представление проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы и программные средства обработки деловой информации. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - уметь оценивать принимаемые финансовые решения с точки зрения их влияния на создание ценности (стоимости) компаний.
ПК-3 способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ	ИД-1 _{ПК-3} Подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные этические ценности и принципы здорового образа жизни. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач.
	ИД-2 _{ПК-3} Поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - документальное оформление в управлении операционной (производственной) деятельности организаций.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
	продукции СМИ в поисковых системах	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать результаты развития своих достоинств в профессиональной деятельности.
	ИД-3 _{ПК-3} Составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - функциональные стратегии компаний. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - в своей жизни применять принципы здорового образа жизни.
	ИД-4 _{ПК-3} Контроль выполнения договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для предвидения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные методы финансового менеджмента для стоимостной оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуре капитала. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать полученные знания для эффективной организации работы в области защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.
	ИД-5 _{ПК-3} Организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные правовые документы, регламентирующие профессиональную деятельность. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
	ИД-6 _{ПК-3} Организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структурировано излагать свои мысли в устной и письменной форме.
ПК-4 способен проводить контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ	ИД-1 _{ПК-4} Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - научные, философские, религиозные картины мира, нравственные обязанности человека. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять информационные технологии для решения управленческих задач.
	ИД-2 _{ПК-4} Организация сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организационную структуру предприятия. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - диагностировать этические проблемы в организации и применить модели принятия этических управленческих решений, в том числе в межкультурной среде.
	ИД-3 _{ПК-4} Поиск и отбор организаций, проводящих социологические опросы, заключение договоров на проведение социологических опросов	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные философские понятия и категории, закономерности развития природы, общества и мышления; основные макроэкономические показатели и принципы их расчета. <p>уметь:</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
		- определять потенциал технологических и продуктовых инноваций.
	ИД-4ПК-4 Анализ эффективности продвижения продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - типологию конфликтов. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать стратегии организации.
	ИД-5ПК-4 Разработка предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правила и регламенты ведения деловой переписки с помощью электронных коммуникаций. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять стоимостную оценку активов, управления оборотным капиталом, принятия решений по финансированию, формированию операциями на мировых рынках в условиях глобализации дивидендной политики и структуре капитала.

Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания.

Текущий контроль

Текущий контроль проводится в течение периода прохождения практики.

10 семестр

№	Контрольные мероприятия	Оценка	Шкала оценивания
1	Своевременность получения задания и начала его выполнения	5	Задание получено в срок, подписано преподавателем и студентом, принято студентом к исполнению
		4	Задание получено с опозданием не более чем на 1 день практики, подписано преподавателем и студентом, принято студентом к исполнению
		3	Задание получено с запозданием не более чем на 2 дня практики, подписано преподавателем и студентом, принято студентом к исполнению
		2	Задание получено с опозданием более чем на 2 дня практики, подписано преподавателем и студентом, принято студентом к исполнению
2	Равномерность работы в течение практики	5	Выполнено не менее 30% объема задания на практику в первой половине практике
		4	Выполнено не менее 20% объема задания на практику
		3	Выполнено не менее 10% объема задания на практику
		2	Выполнено менее 10% объема задания на практику
3	Выполнение задания на практику в полном объеме	5	Отчет выполнен полностью в соответствии с заданием, имеет четкое построение, логическую последовательность изложения материала
		4	Отчет выполнен в соответствии с заданием, однако имеет отдельные отклонения и неточности в построении, логической последовательности изложения материала
		3	Отчет выполнен в соответствии с заданием, однако имеет отдельные отклонения и нарушения в логическом изложении материала
		2	Ответ не представлен, либо представленный отчет не соответствует заданию
4	Качество оформления отчетной документации	5	Выполнено в соответствии с требованиями, имеет отдельные недочеты
		2	Не соответствует предъявляемым требованиям

Промежуточная аттестация

Форма промежуточной аттестации в 10 семестре: зачет

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с положением о промежуточной аттестации ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ».

К промежуточной аттестации допускаются студенты, предоставившие комплект документов по результатам практики, проверенный руководителем практики от МЭИ, и получившие положительную оценку по текущему контролю по практике.

На промежуточной аттестации по результатам прохождения практики обучающемуся задаются теоретические и практические вопросы по представленному отчету и/или презентации.

Примерный перечень вопросов к промежуточной аттестации по практике:

1. Как формируются коммуникации в организации?
2. Выберите дидактическую технологию, соответствующие ей методы проведения семинара
3. Подберите и изучите рекомендованную литературу
4. Установите тип занятия и составьте его план
5. Какие диссертационные работы проанализированы?
6. Что такое проспектус
7. Для чего формируется библиографический список
8. Как оформляют научно-техническую информацию и результаты исследований
9. Как описывать опыт внедрения результатов исследований и разработок
10. Каковы методы контроля получаемых научных результатов
11. Какие методы поиска и анализа информации по теме исследования Вы использовали при работе на практике?
12. Какие методы анализа технико-экономических показателей работы применяются в научных исследованиях
13. Какой предмет исследования выбран?
14. Каким методом выявлены сильные и слабые стороны предприятия?
15. Задачи системы управления качеством
16. Характеристики качества
17. Что такое качество?
18. План расположения технологического оборудования
19. Организационно-производственная структуры предприятия
20. Анализ научной и патентной литературы по теме выпускной работы
21. Характеристика технологического оборудования предприятия
22. Тепловые схемы производства тепловой и электрической энергии на предприятии
23. Сформулируйте вопросы эвристического и исследовательского характера
24. Проводился ли STER-анализ предприятия?
25. Как разрабатываются экспертно-аналитические обоснования
26. Как проводился анализ деятельности предприятия?
27. Анализ технологии производства тепловой и электрической энергии на предприятии
28. Дайте определение понятию Стратегия предприятия
29. Что включают в себя методические программы проведения исследований и разработок
30. Проводился ли анализ потребителей предприятия?
31. Как формируются коммуникации в организации?
32. Дайте определение понятию Конкурентное преимущество
33. Эффект и эффективность, в чем разница?
34. Какой тип организационной структуры у предприятия?
35. Что представляет собой анализ операционной деятельности предприятия?
36. Проводился ли SNW-анализ предприятия?

- 37.Что представляет собой анализ финансовой деятельности предприятия?
- 38.Какой методикой оценивался экономический эффект от предложенных мероприятий?
- 39.Проводился ли ABC-анализ предприятия?
- 40.Дайте определение понятию Управленческое решение
- 41.Для чего применяется «дерево целей»?
- 42.Проводился ли анализ отрасли?
- 43.Что представляет собой анализ хозяйственной деятельности предприятия?
- 44.Проводился ли анализ потребителей предприятия?
- 45.Какие сильные и слабые стороны были выявлены у исследуемого предприятия?
- 46.Место прохождения практики студента
- 47.Какие существуют методы принятия управленческих решений?
- 48.Охарактеризуйте организационно-экономическую характеристику
- 49.Какие недостатки были выявлены на предприятии?
- 50.Какие предложены рекомендации?

По результатам прохождения практики выставляется:

– оценка «зачтено» - Представлен отчет на бумажном носителе и (или) в электронном виде. Выпускная квалификационная работа, оформленная в соответствии с требованиями, получен отзыв научного руководителя. Обучающий получил положительную оценку по всем предусмотренным мероприятиям.;

– оценка «не зачтено» - Не представлен отчет на бумажном носителе и (или) в электронном виде. Обучающий получил отрицательную оценку по какому-либо из предусмотренных мероприятий..

В приложение к диплому выносится оценка за 10 семестр.

БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ПРАКТИКИ

Производственная практика: преддипломная практика

(название практики)

10 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости:

- КМ-1 Своевременность получения задания и начала его выполнения
- КМ-2 Равномерность работы в течение практики
- КМ-3 Выполнение задания на практику в полном объеме
- КМ-4 Качество оформления отчетной документации

Вид промежуточной аттестации – зачет

Трудоемкость практики - 9 з.е.

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	1	8	16	16
Текущий контроль прохождения практики		+	+	+	+
	Вес КМ:	10	30	50	10