

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ
СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**ИНСТИТУТ ОБЩЕСТВЕННЫХ НАУК
Факультет международных программ MBA**

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой Стратегического предпринимательства и инноваций
Протокол от «17» апреля 2018 г.
№ 8

**ПРОГРАММА ПРАКТИКИ
Б2.В.03 (Н) Научно-исследовательская работа:
Стратегический маркетинг**

направление подготовки

38.04.02 – Менеджмент

"Управление проектами. Международная англоязычная магистратура "

квалификация

Магистр

Форма обучения

Очная

Год набора - 2019
Москва, 2018 г.

Автор-составитель:

PhD

Митали Митра

Декан факультета

международных программ MBA

ИОН РАНХиГС

Перепелица М.А.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Вид практики, способы и формы ее проведения

Вид практики: научно-исследовательская работа.

Тип практики: Б2.В.03 (Н) научно-исследовательская работа: Стратегический маркетинг

Способ проведения практики – стационарная.

Форма проведения практики: дискретно по периодам проведения практик.

2. Планируемые результаты обучения при прохождении практики

2.1. Научно-исследовательская работа обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-8	Способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	ПК-8.2	Способность выделять практическую значимость научных работ отечественных и зарубежных ученых в сфере стратегического маркетинга

2.2. В результате прохождения практики у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ/профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практик
40.033 Тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха) 40.033 Стратегическое управление процессами планирования и организации производства на уровне промышленной организации 40.033 Стратегическое управление проектами и программами по	ПК-8.2	на уровне знаний: цели, виды, критерии выбора стратегий маркетинга; методы оценки эффективности маркетинговых стратегий; принципы управления маркетингом и организации принятия решений; критерии оценки конкурентоспособности товаров и организаций; знает суть и метод портфельного анализа, основные теоретические положения методик портфельного анализа на уровне умений: систематизировать

<p>внедрению новых методов и моделей организации и планирования производства на уровне промышленной организации</p> <p>07.002 Информационно-аналитическая и организационно-административная поддержка деятельности руководителя организации.</p> <p>Н Стратегическое управление персоналом организации</p>		<p>и обобщать информацию при анализе среды маркетинга предприятия, интерпретировать результаты анализа, выявлять тенденции развития рынка; выявлять и решать проблемы при анализе конкретных маркетинговых ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности; разрабатывать маркетинговые стратегии на основе результатов анализа среды маркетинга; обеспечивающие эффективное функционирование организации, самостоятельно принимать решения и оценивать их оптимальность; выявляет основные направления стратегического развития компании</p> <p>на уровне навыков: методологическими подходами к выбору стратегии маркетинга, соответствующей решаемой задаче; методами практической работы по оценке среды маркетинга; основами разработки мероприятий, обеспечивающих эффективную реализацию стратегий маркетинга; методами библиографического поиска необходимых материалов по разработке маркетинговых стратегий с привлечением современных информационных технологий. различными приемами оценки эффективности коммерческой, маркетинговой, логистической и рекламной деятельности на предприятиях</p>
--	--	--

3. Объем и место практики в структуре образовательной программы

Объем научно-исследовательской работы

6 зачетных единиц – 216 академических часов/166 астрономических часов (4 недели).

Место практики в структуре ОП ВО

Б2.В.03 (Н) «Научно-исследовательская работа: Стратегический маркетинг» осваивается на 1 курсе, во 2 семестре.

Научно-исследовательская работа является основой для реализации:

Б2.В.04 (Н) Научно-исследовательская работа: Консалтинг

Б2.В.06 (Пд) Преддипломная практика

Формы промежуточной аттестации: во 2 семестре – зачет с оценкой.

4. Содержание практики

№ п/п	Этапы практики	Виды работ
1	Подготовительный этап	Уточнение логики научного исследования по главам и параграфам. Подробный план проводимого исследования. Обзор основных направлений научной деятельности по теме магистерской диссертации.
2	Основной этап	<p>Разработка основных направлений теоретической концепции научного исследования по теме магистерской диссертации. Методический аппарат научного исследования в магистерской диссертации. Структурированный анализ проблем по теме исследования, анализ законодательной базы в таблицах или схемах, анализ экспериментальной, проектной, эмпирической информации. Характеристика научно-исследовательского проекта/самостоятельной методики исследования. Предложения по решению научной проблемы, совершенствованию управленческой практики. Информационно-аналитическая база научного исследования. Научная и публикационная активность студента.</p> <p>Видение, миссия и стратегические цели компании. Роль стратегического маркетинга в управлении компанией. Стратегический анализ внешней и внутренней среды. Портфельный анализ диверсифицированной компании. Стратегический выбор. Разработка маркетинговой стратегии. Реализация маркетинговой стратегии.</p> <p>Таким образом, второй этап НИР позволяет:</p> <ul style="list-style-type: none">разработать теоретическую концепцию научного исследования;провести анализ и обосновать используемый методический аппарат научного исследования (по теме магистерской диссертации);собрать информацию и описать эмпирическую базу исследования;составить библиографический список использованных источников литературы по теме магистерской диссертации

№ п/п	Этапы практики	Виды работ
3	Заключительный этап	Составление отчетности, подготовка иллюстративного и презентационного материала. Составление библиографического списка использованных источников литературы по теме магистерской диссертации.

5. Формы отчетности по практике

В начале 2-го семестра выпускающая кафедра предоставляет студентам список тем по НИР магистра с указанием фамилий научных руководителей. В течение первых двух недель каждый студент обязан выбрать тему НИР магистра, предварительно обсудив ее с научным руководителем. Не позднее второй недели научный руководитель темы выдает студенту задание по НИР магистра, отразив в нем содержание, объем и особенности НИР. Задание должно быть подписано руководителем и студентом. Тема НИР магистра рассматривается и утверждается выпускающей кафедрой. Смена руководителя и (или) изменение утвержденной темы НИР магистра допускаются только по решению выпускающей кафедры и документально подтверждаются заявлением. Научное исследование включает следующие процессы: изучение, эксперимент, концептуализация и проверка теории. Любое научное исследование проводится для преодоления проблемных ситуаций в науке, когда существующее научное знание оказывается недостаточным для решения новых задач. Указать на значимость проблемы и необходимость ее решения – значит, обосновать актуальность предстоящего исследования. Именно поэтому подавляющее большинство научных работ начинаются с обоснования актуальности темы исследования.

По окончании практики студент предоставляет на кафедру следующие документы:

1. отчет по практике, оформленный в установленном порядке (Приложение 1)
2. отзыв-характеристику руководителя практики от Академии (Приложение 2)
3. отзыв руководителя практики от профильной организации, заверенный печатью организации (в свободной форме)
4. индивидуальное задание руководителя практики от Академии (Приложение 3)

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

Отчет по практике состоит из титульного листа, оглавления, основной части, заключения, списка использованных источников и литературы, приложений. С разрешения организации и за исключением информации, составляющей коммерческую тайну, и иной охраняемой законом информации в качестве приложений в отчет по практике могут включаться копии документов (нормативных актов, отчетов и др.), изученных и использованных обучающимся в период прохождения практики.

Отчет по практике предоставляется в печатном виде на листах формата А4, для приложений допускается использование формата А3, верхнее и нижнее поля – 20 мм, правое 15 мм, левое – 30 мм, выравнивание текста – по ширине, абзацный отступ – 1,25 см. Объем отчета (без учета отзыва руководителя практики от организации, индивидуального задания руководителя дипломной работы (проекта), для обучающихся, направляемых на практику) должен составлять 15-25 страниц печатного текста. Текст

готовится с использованием текстового редактора Microsoft Word (или аналога) через 1,5 интервала с применением 14 размера шрифта Times New Roman.

К отчету необходимо приложить библиографический список по направлению исследования, а также текст выступления (доклада) на конференции (круглом столе).

6. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по практике

6.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

6.1.1. В ходе реализации практики (научно-исследовательской работы) используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Специальные методы текущего контроля успеваемости не применяются.

6.1.2. Промежуточная аттестация:

защита отчета по практике проводится в форме доклада с презентацией результатов практики в электронном виде.

6.2. Материалы текущего контроля успеваемости

При прохождении научно-исследовательской работы: Стратегический маркетинг руководитель практики от ФМР МВА РАНХиГС осуществляет текущий контроль за обучающимся в виде:

1. Индивидуальные консультации с научным руководителем;
2. Работа с учебной и научной литературой, документами предприятий, базами данных (конспекты, тезисы и др.);
3. Участие в научных семинарах и конференциях (доклады, тезисы, обсуждения и т.д.);
4. Подготовленные и опубликованные статьи, тезисы;
5. Самостоятельная работа по выполнению расчетов, формулировке выводов (расчеты, записи т.д.);
6. Выполненные рефераты, эссе, творческие и исследовательские работы;
7. Участие в студенческих олимпиадах и конкурсах;
8. Участие в проектах, реализуемых Академией в рамках научно-исследовательской деятельности и т.д.;
9. Осуществления исследовательской работы на этапе поиска и обработки информации для выполнения бизнес-проектов;
10. Стажировки на базе ведущих исследовательских, аналитических и консалтинговых структур;
11. Работа с учебными симуляторами;
12. Привлечение к разработке проектов на получение грантов и т.д.

6.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

Задания:

Индивидуальная работа: поиск информации по теме (проблеме), включая фокусировку на таких вещах, как:

- Основные критерии поиска

- Ключевые слова (термины)
- Исходный набор источников информации
- Методы оценки источников
- Последний набор источников информации

Презентация: обсуждение научно-исследовательской работы с упором на следующее:

- Тип источника
- Определения автора
- Вопросы исследования, поднятые автором
- Формы и методы решения проблем исследования
- Степень успеха в решении проблем исследования
- Основные выводы, сделанные в результате анализа исследования и их применимости к подготовке диссертации

Окончательные вопросы, которые будут обсуждаться при представлении плана тезисов

- Обоснование выбора темы диссертации
- Теоретический и эмпирический фон
- Обоснование выбранных параметров исследования
- Типы объектов исследования
- Основные методы исследования
- Применимость результатов

Перечень рекомендуемых тем научно-исследовательских по стратегическому маркетингу

1. Маркетинговый подход на современных предприятиях России.
2. Эволюция возникновения стратегического маркетинга.
3. Стратегические задачи на различных уровнях стратегии.
4. Этапы разработки стратегии маркетинга.
5. Элементы стратегического маркетинга.
6. Определение доли рынка.
7. Изучение поведенческой реакции покупателя.
8. Методы сегментирования рынка.
9. Стратегический подход на рынке промышленных товаров.
10. Методы исследования рынка.

11. Основные методы прогнозирования.
12. Допустимые ошибки прогнозов и способы их снижения.
13. Стратегический подход к анализу составных частей товара и формированию товарной политики.
14. Стратегии разработки новых товаров.
15. Учет в маркетинговых стратегиях специфики различных видов потребительских и промышленных товаров.
16. Матрица БКГ: сущность, использование для выбора стратегических альтернатив в зависимости от стадий жизненного цикла товара.
17. Модель М. Портера пяти сил конкуренции и конкурентные маркетинговые стратегии.
18. Стратегии в ценовой политике.
19. Понятие цены потребления и иные критерии ценности товара для покупателя.
20. Современные тенденции развития брендинга.
21. Стратегические подходы к проблеме организации сбыта и продаж.
22. Организационные структуры торговых служб компаний.
23. Критерии деления рынка на сбытовые секторы.
24. Планирование численности торговых агентов.
25. Стратегия позиционирования. Разработка стратегии позиционирования.
26. Оценка эффективности позиционирования.
27. Сущность, актуальность и принципы оценки конкурентоспособности объектов.
28. Методические основы оценки конкурентоспособности объектов.
29. Планирование новых товаров как возможность удовлетворения нужд потребителя.
30. Стратегии предложения товара и торговой марки.
31. Стратегическое управление торговыми марками.
32. Анализ рыночной ситуации.
33. Стратегия продвижения.
34. Рекламная стратегия.
35. Стратегии стимулирования сбыта.
36. Разработка и реализация стратегии персональных продаж.
37. Анализ рыночной эффективности товара.
38. Стратегии предложения товара и торговой марки.
39. Стратегическое управление торговыми марками.

Примерные вопросы, задаваемые при защите отчета по практике (научно-исследовательская работа)

1. Формулировка темы и ее краткая характеристика.
2. Актуальность выбранной темы: обоснование.
3. Предмет исследования.
4. Предполагаемый объект или объекты исследования.
5. Предполагаемые источники информации для исследования.
6. Востребованность выбранной темы исследования для конкретного предприятия.
7. Основные научные работы в выбранной области исследования.
8. Основные авторы, работающие в выбранной области исследования.
9. Периодические публикации последнего времени по теме исследования: авторы, характеристики, место публикации.
10. Предполагаемая тематика выступлений на конференции: формулировка, краткая характеристика.
11. Основные предполагаемые мероприятия по работе с ВКР: характеристика, сроки, актуальность для исследования.
12. Цель ВКР: формулировка и характеристика.
13. Задачи ВКР и их взаимосвязь с темой и целью.
14. Характеристика развития научных исследований в изучаемой области: основные этапы и направления.
15. Характеристика современного состояния изученности проблемы.
16. Методы исследования, предполагаемые к применению, и обоснованность их выбора.
17. Наличие, релевантность и достоверность информации для применения выбранных методов.
18. Тематика публикации по результатам работы с литературными источниками.
19. Основные выводы, предлагаемые к публикации.
20. Возможности публикации статьи (отзывы, рецензии, контакты с периодическими изданиями).

Шкала оценивания

Этап освоения компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания
ПК-8.2	<p>Результаты исследований, полученные отечественными и зарубежными учеными, в качестве основы для собственных научных изысканий.</p> <p>Анализ и оценка результатов исследований, выделение наименее исследованных областей, формулировка научных проблем.</p> <p>Принципы формирования и изменения организационной структуры компании.</p>	<p>Сформирована способность использовать результаты исследований, полученные отечественными и зарубежными учеными, в качестве основы для собственных научных изысканий;</p> <p>самостоятельно проанализированы,</p>

	<p>Технология стратегического маркетингового планирования.</p> <p>Рекомендации по регламентации деятельности сотрудников компании в условиях стратегического маркетингового планирования.</p> <p>Подходы к регламентации деятельности сотрудников по реализации и контролю выполнения маркетинговых планов.</p> <p>Методики оценки эффективности брендинга, специфика брендинга на региональном, национальном и глобальном уровнях.</p>	<p>оценены и обобщены результаты проведенного исследования, выделены наименее исследованные области,</p> <p>сформулированы основные научные проблемы в изучаемой предметной области.</p> <p>Усвоены принципы формирования и изменения организационной структуры компании.</p> <p>Сформировано умение использовать технологию стратегического маркетингового планирования.</p> <p>Сформировано понимание регламентации деятельности сотрудников компании в условиях стратегического маркетингового планирования.</p> <p>Освоены подходы к регламентации деятельности сотрудников по реализации и контролю выполнения маркетинговых планов.</p> <p>Освоены различные методики оценки эффективности брендинга, знает специфику брендинга на региональном, национальном и глобальном уровнях.</p>
--	---	---

Зачтено с оценкой 5, «отлично»: Отчет о научно-исследовательской работе полностью отражает задание по практике, содержит необходимые материалы для подготовки выпускной работы.

Ответы студента на вопросы при защите показывают глубокое усвоение программного материала, логически стройное его изложение, раскрывают сущность вопроса, подкрепляются положениями нормативно-правовых актов, научными концепциями и

методиками, выводами и расчетами, отраженными в Отчете.

Студент способен продемонстрировать умение связать теорию с возможностями ее применения на практике, навыки свободного решения поставленных задач и обоснования принятого решения, владение методологией и методиками исследований, методами моделирования;

Зачтено с оценкой 4 «хорошо»: Отчет о научно-исследовательской работе полностью отражает задание по практике, содержит необходимые материалы для подготовки выпускной работы.

В ходе ответов на вопросы при защите допущены неточности. Ответы носят расплывчатый характер, но при этом раскрывают сущность вопроса, подкрепляются положениями нормативно-правовых актов, научными концепциями и методиками, выводами и расчетами, подтвержденные материалами Отчета по практике.

Студент способен правильно применять теоретические положений при решении вопросов и задач, умеет выбирать конкретные методы решения сложных задач, используя методы сбора, расчета, анализа, классификации, интерпретации данных, самостоятельно применяя математический и статистический аппарат.

Зачтено с оценкой 3 «удовлетворительно»: Отчет о научно-исследовательской работе не полностью отражает задание по практике, содержит недостаточно материалов, необходимых для подготовки выпускной работы.

Ответы студента на вопросы при защите носят поверхностный характер, показывают знание только основного материала, не раскрывают до конца сущности вопроса, слабо подкрепляются положениями нормативно-правовых актов, научными концепциями и методиками, выводами и расчетами из работы, показывают недостаточную самостоятельность и глубину изучения проблемы студентом.

Студент демонстрирует только умение решать простые задачи на основе базовых знаний и заданных алгоритмов действий, испытывает затруднения при решении практических задач.

«Не зачтено»: Отчет о научно-исследовательской работе выполнен с нарушением целевой установки задания по практике и не отвечает предъявляемым требованиям, в оформлении имеются отступления от стандарта, содержит недостаточно материалов, необходимых для подготовки выпускной работы

6.4. Методические материалы

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков

Методические материалы определены локальными нормативными актами Академии:

Методические материалы определены локальными нормативными актами Академии:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования и внесении изменений в локальные нормативные акты, утвержден приказом от 01 сентября 2017 года № 02-539.

Порядок организации и проведения практики обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования, утвержден [приказом от 02 октября 2017 года № 02-626](#).

Положение о текущем контроле успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации обучающихся в РАНХиГС, утверждено приказом от 30 января 2018 года [№ 02-66](#).

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

7.1. Основная литература

1. Mark N.K. Saunders, Philip Lewis and Adrian Thornhill, (2012), Research Methods for Business Students, 6th Edition, ISBN-10: 0273750755, Financial Times Press;
2. Rojon, C. and Saunders, M., (2012) Formulating a convincing rationale for a research study, Coaching: An International Journal of Theory, Research and Practice, 5 (1). 55 – 61, ISSN 1752-1882
3. Кузнецов Б.Т. Стратегический менеджмент. ЮНИТИ-ДАНА, 2012. <http://www.iprbookshop.ru/10511>
4. Ким С.А. Маркетинг. Дашков и К, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/24795>
5. Алексеев А.А. ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. Юрайт, 2015. http://www.biblio-online.ru/thematic/?13&id=urait.content.F6FA3060-3FCA-41A9-A3E3-1D5CCA9669F8&type=c_pub

7.2. Дополнительная литература

1. Easterby-Smith, M., Thorpe R., and Lowe, A., (2008), Management Research, 3rd ed., SAGE Publications Ltd., London;
2. Sekaran U, Bougie R. (2010), Research Methods for Business - A Skill Building Approach, 5th Edition, Wiley;
3. Denzin, N. and Lincoln, Y. (eds) (2008), Collecting and Interpreting Qualitative Materials, 3rd edition, Thousand Oaks, CA: Sage, chapter 4.
4. Denscombe, M. (2007), The Good Research Guide for small-scale social research projects, 3rd edition, Maidenhead: Open University Press, chapter 10.
5. Невоструев П.Ю. Маркетинг и маркетинговые исследования. Евразийский открытый институт, 2011. <http://www.iprbookshop.ru/10711>

7.3. Нормативные правовые документы

Не предусмотрены

7.4. Интернет-ресурсы

1. <http://www.marketing.rbc.ru>
2. <http://www.bkg.ru>
3. <http://www.e-xecutive.ru>
4. <http://www.marketing.spb.ru>

7.5. Иные источники

Не предусмотрены

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Корпуса Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

[Bloomberg](#)
[EBSCO Publishing](#)
[eLIBRARY.RU](#)
[Emerging Markets Information Service](#)
[Google Scholar \(Google Академия\)](#)
[IMF eLibrary](#)
[JSTOR](#)
[New Palgrave Dictionary of Economics – Электронный словарь.](#)
[OECD iLibrary](#)
[Oxford Handbooks Online](#)
[Polpred.com Обзор СМИ](#)
[Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике;](#)
[SCOPUS](#)
[Web of Science](#)
[Wiley Online Library](#)
[World Bank Elibrary](#)
[Архивы научных журналов NEICON](#)
[Интернет-сервис «Антиплагиат»](#)
[Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»](#)
[ЭБС Издательства "Лань"](#)
[ЭБС Юрайт](#)
[Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»](#)

высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

(наименование структурного подразделения)

Кафедра _____

Направление подготовки, профиль _____

(код и наименование)

ОТЧЕТ

о прохождении практики

(вид
практики) _____

(Ф.И.О. студента)

_____ курс обучения

учебная группа № _____

Место прохождения практики _____

*(указывается полное наименование структурного подразделения Академии/профильной организации и ее
структурного подразделения, а также их фактический адрес)*

Срок прохождения практики с «__» _____ 20 __ г. по «__» _____ 20 __ г.

Руководители практики:

От Академии

(Ф.И.О)

(должность)

От профильной организации _____

(Ф.И.О)

(должность)

Отчет подготовлен

(подпись)

(И.О. Фамилия)

г. _____, 20 __ г.

Приложение 2

УТВЕРЖДАЮ

(И.О. Фамилия)

« ____ » _____ 20 ____ г.

ОТЗЫВ

о работе студента в период прохождения практики

Студент _____ факультета
(Ф.И.О.)

проходил _____ практику в период с _____ по
_____ 20 ____ г.

(наименование профильной организации с указанием структурного подразделения)

в качестве _____ .
(должность)

На время прохождения практики _____ проявил
(Фамилия И.О. студента)

(навыки, активность, дисциплина, помощь в организации, качество и достаточность собранного материала для отчета и выполненных работ, поощрения и т.п.)

Результаты работы _____ состоят в следующем:
(Фамилия И.О. студента)

(Индивидуальное задание выполнено, решения по порученным задачам предложены, материал собран полностью, иное)

Считаю, что прохождение практики студентом _____
(Фамилия И.О.)

может (не может) быть зачтено.

(Должность руководителя практики)

(подпись)

(И.О. Фамилия)

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

(наименование структурного подразделения)

Кафедра _____

Направление подготовки (специальность) _____

(код и наименование)

ЗАДАНИЕ

на _____ практику

(вид практики)

Для _____

(Ф.И.О. студента)

Студента _____ курса учебная группа № _____

Место прохождения практики _____

(указывается полное наименование структурного подразделения Академии/профильной организации и ее структурного подразделения, а также их фактический адрес)

Срок прохождения практики: с «___» _____ 20 __ г. по «___» _____ 20 __ г.

Цель прохождения практики: _____

Задачи практики: _____

Вопросы, подлежащие изучению: _____

Ожидаемые результаты практики: _____

Руководители практики:

От Академии

(Ф.И.О)

(должность)

От профильной организации

(Ф.И.О)

(должность)

Рассмотрено на заседании кафедры

(протокол от « ____ » _____ 20 ____ г. № ____)

Руководитель практики

(подпись)

Задание принято к исполнению

(подпись студента)

« ____ » _____ 20 ____ г.

Приложение 4

УТВЕРЖДАЮ

(И.О. Фамилия)

« ____ » _____ 20 ____ г.

ОТЗЫВ

о работе студента в период прохождения практики

Студент _____ факультета

(Ф.И.О.)

проходил _____ практику в период с _____ по
_____ 20 ____ г.

(наименование профильной организации с указанием структурного подразделения)

в качестве _____ .

(должность)

На время прохождения практики _____ проявил

(Фамилия И.О. студента)

(навыки, активность, дисциплина, помощь в организации, качество и достаточность собранного материала для отчета и выполненных работ, поощрения и т.п.)

Результаты работы _____ состоят в следующем:

(Фамилия И.О. студента)

(Индивидуальное задание выполнено, решения по порученным задачам предложены, материал собран полностью, иное)

Считаю, что прохождение практики студентом _____

(Фамилия И.О.)

может (не может) быть зачтено.

(Должность руководителя практики)

(подпись)

(И.О. Фамилия)