Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Артеменков Михаил Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 09.11.2026 17:49:37
Уникальный программный ключ:
a63b74166e8f4fc17bd1e0462725f79e393bfdf9

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Смоленский государственный университет» (СмолГУ)
Кафедра менеджмента

***«УТВЕРЖДАЮ»***
Проректор по учебно-методической работе
_____ Ю.А. Устименко
«6» июля 2022 г.

**Рабочая программа практики**
**Б2.О.03(П) Технологическая (проектно-технологическая)**

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент
Направленность (профиль): Маркетинговые коммуникации и бизнес-аналитика
Курс – 3
Семестр – 5
Всего зачётных единиц – 6 з.е., часов – 216 час
Форма отчетности : зачет – 5 семестр

Одобрена на заседании кафедры
«14» июня 2022 г., протокол № 14

Смоленск
2022

## 1. Место практики в структуре ОП

Технологическая (проектно-технологическая) практика (Б2.О.03(П)) входит в Блок 2. Практика, обязательной части учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Маркетинговые коммуникации и бизнес-аналитика»).

Практика проводится у студентов 3 курса в 5 семестре, базируется на знаниях, умениях и навыках по дисциплинам, изученным в процессе обучения «Методология и методы научного исследования», «Современный общий и стратегический менеджмент», «Современные концепции маркетинга», «Интегрированные маркетинговые коммуникации», «Экономика организации и бизнес-аналитика», «Клиентоцентричность и практики управления поведением потребителя», «Управление проектами», «Digital-маркетинг» и др. и является основой для подготовки и выполнения выпускной квалификационной работы.

Полученные знания и опыт практической деятельности при прохождении практики позволят эффективно решать поставленные задачи и вопросы в области менеджмента, маркетинга, а также успешному выполнению выпускной квалификационной работы.

Цель практики – закрепление, расширение, углубление и систематизация теоретических знаний, полученных студентами при изучении общенаучных и профессиональных дисциплин, приобретение более глубоких практических навыков по профилю будущей работы.

## 2. Планируемые результаты обучения

| | |
|---|---|
| **ОПК-1** Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления | **Знать**: базовые понятия фундаментальной экономической науки для решения практических и (или) исследовательских задач в целях укрепления экономической деятельности организаций.<br>**Уметь**: решать практические и (или) исследовательские задачи в целях укрепления экономической деятельности организаций<br>**Владеть**: навыками применять знания (на продвинутом уровне) фундаментальной экономической науки при решении практических и (или) исследовательских задач в целях укрепления экономической деятельности организаций. |
| **ОПК-2** Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач | **Знать**: современные техники и методики сбора данных, продвинутые инструментальные методы обработки и анализа данных для решения управленческих и исследовательских задач.<br>**Уметь**: осуществлять сбор, обработку и анализ управленческих и экономических данных, в том числе с использованием интеллектуальных информационно-аналитических систем.<br>**Владеть**: навыками сбора, обработки и анализа управленческих и экономических данных при решении управленческих и исследовательских задач, в том числе с использованием интеллектуальных информационно-аналитических систем. |
| **ОПК-3** Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и | **Знать**: современные методы принятия управленческих решений и оценки их операционной, экономической и социальной эффективности; методы и принципы анализа экономической и финансовой деятельности хозяйствующих субъектов, методики расчётов экономических показателей.<br>**Уметь**: анализировать экономическую ситуацию с учётом риска, находить решения в профессиональной деятельности и оценивать их эффективность; применять методологии и |

| | |
|---|---|
| организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды | программные средства для моделирования и управления результатами бизнес-анализа.<br>**Владеть**: навыками принятия экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды, в том числе с применением Data Science и технологий искусственного интеллекта; навыками реализации управленческих решений в условиях риска. |
| **ОПК-4** Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций | **Знать**: современные технологии управления и лидерства; виды маркетинговых коммуникаций и методы определения эффективности интегрированных маркетинговых коммуникаций; виды стратегий развития организации; виды маркетинговых стратегий; технологией прогнозирования развития рынка.<br>**Уметь**: осуществлять проектную и процессную деятельность в организации с применением современного инструментария управления; выявлять и оценивать новые рыночные возможности; разрабатывать стратегии организации по внедрению инноваций.<br>**Владеть**: современными практиками и технологиями управления и лидерства; навыками применения интегрированных маркетинговых коммуникаций; навыками анализа и оценки рыночных возможностей, разработки стратегий организации; навыками построения бизнес-моделей организации в условиях развития инноваций и новых рыночных возможностей. |
| **ОПК-5** Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты | **Знать**: методы научных исследований в менеджменте и смежных областях; методологию подготовки и реализации научно-исследовательских проектов.<br>**Уметь**: обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях; разрабатывать научно-исследовательские проекты.<br>**Владеть**: навыками обобщения и критической оценки научных исследований в менеджменте и смежных областях; навыками подготовки и реализации научно-исследовательских проектов. |
| **ПК-1** Способен осуществлять управление организацией на основе современных методов менеджмента и маркетинга, анализировать внутреннюю и внешнюю среду организации, формировать маркетинговую стратегию и управлять | **Знать:** современные подходы и методы к управлению организацией, управлению изменениями в организации в условиях риска, управлению маркетинговыми коммуникациями; современные маркетинговые концепции; технологию и методы проведения маркетинговых исследований.<br>**Уметь:** применять современные методы общего и стратегического менеджмента, маркетинга при управлении организацией, управлении организационными изменениями; анализировать внутреннюю и внешнюю среду организации для формирования маркетинговой стратегии и управления изменениями организации в условиях риска; применять основные способы оценки и защиты от рисков при построении стратегий. |

| | |
|---|---|
| организационными изменениями в условиях риска | **Владеть:** навыками управления организацией на основе современных методов общего и стратегического менеджмента и маркетинга; основными способами оценки и защиты от рисков при построении стратегий; навыками управления изменениями в организации. |
| **ПК-2** Способен применять методы экономического и стратегического анализа в профессиональной деятельности, в том числе для оценки рисков, определять связи и зависимости между элементами информации бизнес-анализа с применением цифровых технологий и проводить оценку эффективности принимаемых маркетинговых решений | **Знать:** методы и инструменты количественного и качественного анализа для расчета экономических и финансовых показателей деятельности хозяйствующих субъектов в условиях неопределённости и риска, в т.ч. с применением цифровых технологий; методы стратегического анализа, способы разработки стратегий на основе анализа данных; методы оценки рисков и методы оценки эффективности применяемых маркетинговых решений.<br>**Уметь:** осуществлять анализ экономических и финансовых показателей деятельности организации, выявлять взаимосвязи между данными показателями, в том числе с применением цифровых технологий; применять современные методы стратегического анализа и оценки рисков для разработки антикризисной маркетинговой стратегии и оценивать эффективность маркетинговых решений.<br>**Владеть:** навыками расчета экономических и финансовых показателей деятельности организации, методами и способами бизнес-анализа, выявления взаимосвязи между данными показателями, в том числе с применением цифровых технологий; навыками стратегического анализа в условиях неопределённости и риска и разработки антикризисных маркетинговых стратегий; навыками оценки эффективности маркетинговых решений. |
| **ПК-3** Способен осуществлять деловое общение, выстраивать коммуникации с заинтересованными сторонами, осуществлять публичное представление организации с применением маркетинговых коммуникаций в условиях цифровой среды | **Знать:** особенности выстраивания деловой коммуникации в бизнес-среде; теоретические основы PR-технологий, технологий разработки корпоративного и персонального бренда; особенности представления компании в СМИ, сети Интернет, теоретические основы интернет-рекламы, ключевые аспекты поисковой оптимизации сайта, основы SMM-маркетинга и контекстной рекламы.<br>**Уметь:** проводить диагностику проблем организации деловой коммуникации и вырабатывать варианты их преодоления; выстраивать эффективные внутрикорпоративные коммуникации, деловые коммуникации в бизнес-среде; проводить анализ и разрабатывать стратегии развития бренда; разрабатывать и внедрять рекламные стратегии, в том числе в сети Интернет.<br>**Владеть:** навыками эффективной деловой коммуникации, публичного выступления; навыками управления имиджем и репутацией организации; навыками разработки и реализации стратегии развития бренда и стратегии продвижения организации в сети Интернет; навыками работы с информационными средствами для управления различными направлениями деятельности организации в сети Интернет с целью повышения её конкурентоспособности. |
| **ПК-4** Способен понимать и оценивать ситуацию на рынке, потребности бизнеса, | **Знать:** современные тенденции в маркетинге; методы исследования рынка и оценки потребности бизнеса; современные теории поведения потребителей и принципы клиентоориентированности бизнеса; методы оценки |

| | |
|---|---|
| проводить маркетинговые исследования и анализировать поведение потребителей для повышения конкурентоспособности организации | конкурентоспособности организации.<br>**Уметь:** осуществлять сбор маркетинговой информации и проводить маркетинговую аналитику рынка, в том числе с применением технологий digital-маркетинга; анализировать поведение потребителей и управлять им на основе современных концепций маркетинга; подбирать методы оценки конкурентоспособности и проводить необходимые расчёты экономических показателей.<br>**Владеть:** технологией проведения маркетинговых исследований рынка; навыками анализа ситуации на рынке и навыками оценки потребности в товаре или услуге на рынке, в том числе с применением технологий digital-маркетинга; навыками применения на практике современных концепций маркетинга и управления поведением потребителя для повышения конкурентоспособности организации; навыками оценки конкурентоспособности организации. |

## 3. Тип практики

Технологическая (проектно-технологическая) практика.

## 4. Место проведения практики

Технологическая (проектно-технологическая) практика базируется на знаниях, умениях и навыках по дисциплинам, изученным в процессе обучения в магистратуре, осуществляется в научных библиотеках и диссертационных залах СмолГУ и г. Смоленска.

Местами проведения практики являются:

– организации любой организационно-правовой формы (коммерческие, государственные, муниципальные), занимающиеся маркетинговой деятельностью на рынке товаров и услуг и осуществляющие проектную деятельность, а также центры и НИИ, проводящие маркетинговые исследования по заказу предприятий, в которых студенты будут работать в качестве исполнителей или дублеров аналитика по маркетингу, менеджера по разработке продукта, менеджера по управлению проектами, руководителя проекта маркетинговых исследований;

– структуры, в которых студенты могут получить навыки по созданию и развитию собственного дела в сфере маркетинга;

– кафедры и научно-производственные подразделения вуза.

Место проведения практики выбирается либо вузом, либо студентом по согласованию с руководителем практики от вуза. Практика может быть как стационарной (проводиться в самой образовательной организации или в организациях (предприятиях) г.Смоленска), так и выездной (за пределами г.Смоленска). Практика проводится дискретно.

Желательно, чтобы предприятие функционировало не менее трех лет, т.к. задание на практику предполагает анализ ключевых показателей в динамике за несколько лет.

## 5. Этапы прохождения практики

| № | Этапы практики | Содержание этапа |
|---|---|---|
| 1 | Подготовительный этап | Установочная конференция. Инструктаж по технике безопасности. Знакомство с программой практики, требованиями по ее проведению, формой и содержанием отчетной документации. Формулирование заданий на практику. Знакомство с организацией, ее спецификой и видами деятельности, с обязанностями практиканта. |
| 2 | Основной этап | Сбор информационного материала для выполнения заданий практики и написания отчёта. |

| | | |
|---|---|---|
| 3 | Заключительный этап | Проведение мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического материала.<br>Проведение анализа полученной информации. |

## 6. Критерии оценивания результатов освоения практики

### 6.1. Оценочные средства и критерии оценивания для текущей аттестации

По итогам прохождения практики студент подготавливает следующую **отчетную документацию:**

1. Отчет о прохождении практики.
2. Отзыв руководителя практики от организации.
3. Дневник учебной практики.

#### *1. Требования к отчёту*

**Структура отчета**

**Титульный лист** ***(представлен в Приложении 1).***

**Содержание или оглавление (с обозначением номеров страниц).**

**Введение.** Во введении указываются сроки прохождения практики, наименование организации, где студент проходил практику, подразделение, выполняемая работа, руководитель практики от организации. Дается обоснование актуальности выбранной практики, формулируются цель и задачи, которые практикант ставит и решает в ходе выполнения отчета.

**Основная часть отчета**. Основная часть отчета по практике может состоять из трех разделов в соответствии с поставленными задачами. Изложение материала должно быть последовательным.

1 раздел – организационно-экономическая характеристика предприятия (2-3 страницы);

2 раздел – описание и анализ реализуемых проектов (программ, решений) - (15-20 страниц);

3 раздел – рекомендации по совершенствованию внедренных программ или по реализации новых проектов – (3-5 страниц);

**Заключение.** В заключении подводятся итоги практики, отражаются данные о месте и сроках практики, дается анализ наиболее сложных и характерных вопросов, изученных в этот период, формулируются предложения по их разрешению.

**Список использованной литературы**

**Приложения.** К отчету должны быть приложены документы, над которыми работал студент (если размещение этих документов не составляет коммерческую или государственную тайну), документы, которые были использованы в качестве образцов в работе.

Отчет должен быть хорошо отредактирован и иллюстрирован графиками, диаграммами, схемами.

**Требования к оформлению отчета**

Объем отчета 15–20 страниц. Отчет оформляется в печатном виде, формата А4, шрифт 14 Times New Roman, 1,5 интервал. Поля: верхнее, нижнее - 20мм, левое - 30 мм, правое - 10 мм. Отчет брошюруется. Все страницы отчета нумеруются арабскими цифрами по порядку. Номер страницы проставляется в центре нижней части листа без точки. Титульный лист является первой страницей отчета и не нумеруется

**Задания для выполнения студентом в период прохождения практики:**

Данный вид практики предполагает следующее:

**1. Стратегический анализ**

Стратегический анализ заключается в анализе соответствия целей проекта (программы, решений) стратегии развития компании (отрасли, региона, страны). В ходе стратегического анализа выявляются также **стратегические риски**, которые могут быть связаны с изменениями внешней среды, изменениями законодательства, стратегии развития той или иной отрасли (региона). Поэтому анализ внешней среды (макроэкономические условия, региональная среда,

анализ возможных изменений в законодательстве) является обязательной составной частью стратегического анализа. для крупных инвестиционных проектов.

**2. Технический анализ**

Технический анализ производится с целью оценки технической реализуемости проекта и оценки его инновационного потенциала. Оценка реализуемости проекта проводится с целью определения осуществимости заложенных в проект научных, конструкторско-технологических решений, наличия соответствующих ресурсов для выпуская продукции, которая будет выпущена в результате реализации проекта (программы, решения), ее конкурентоспособности на внутреннем и зарубежном рынках. В ходе технического анализа проекта необходимо обращать внимание на следующие факторы:

- наличие или отсутствие утвержденной проектно-сметной документации необходимого качества;
- наличие в количественном и качественном отношении основных средств;
- наличие в количественном и качественном отношении оборотных средств;
- использование технологий, соответствующих или не соответствующих экологическим и иным нормам и стандартам.

В ходе технического анализа выявляются **риски** технической нереализуемости проекта (программы, решения).

**3. Коммерческий анализ**

Коммерческий анализ проводится с целью выявления **коммерческих рисков** проекта, связанных с прогнозом объемов продаж, цены выпускаемой продукции (услуг), цены и объемов закупаемой у поставщиков продукции (услуг), надежностью контрагентов.

Анализ рекомендуется проводить по трем направлениям:

- анализ возможных ограничений со стороны спроса;
- анализ возможных ограничений со стороны предложения;
- анализ возможных ограничений со стороны государственного регулирования рынка в отрасли.

Важнейшим аспектом коммерческого (или маркетингового) анализа является анализ **конкурентоспособности** продукции, которая будет выпущена в результате реализации проекта (программы, решения), ее конкурентных преимуществ, экспортного потенциала, изменения конкурентоспособности продукции со временем.

**4. Институциональный анализ**

Институциональный анализ проводится с целью оценить влияние на проект (программу, решение) совокупности внутренних и внешних факторов, сопровождающих данный проект (анализ внешней и внутренней среды проекта).

Анализ внешней среды проекта включает оценку изменения макроэкономических (страновых, региональных) индикаторов, влияющих на проект, анализ правовых аспектов проекта.

Анализ внутренней среды проекта включает оценку:

- качества корпоративного управления;
- обеспеченности трудовыми и иными ресурсами;
- организационной структуры участников проекта и распределения функций между ними;
- принятой системы управления проектами;
- поддержка со стороны государственных или муниципальных органов управления.

К правовым аспектам институционального анализа относится анализ:

- нормативно-правовой базы проекта и схемы его реализации;
- качества учредительных документов компании;
- состава учредителей компании, организационно-правовой формы компании и др.

При проведении данного анализа следует использовать PEST-анализ и отразить полученные результаты в отчете о практике.

**5. Анализ рисков**

При анализе проекта необходимо различать понятия «риск» и «неопределенность».

При проведении данного анализа необходимо провести SWOT-анализ. Его результаты также следует отразить в отчете о практике.

**6. Экологический анализ**

Экологический анализ проекта (программы, решения) приобретает в последнее время все более важное значение. Учет экологических последствий реализации проекта является важным условием оценки общественной эффективности проекта.

Целью экологического анализа проекта является оценка влияния проекта на окружающую среду и условия жизни людей.

Анализ экологических воздействий проекта осуществляется путем проверки наличия действующих разрешительных документов для финансирования и реализации проекта, выданных уполномоченными органами в области проведения государственной экологической экспертизы и государственной экспертизы проектной документации.

К числу показателей экологической эффективности проекта можно отнести:

- наличие программы охраны окружающей среды в проекте (проектной документации);
- показатели снижения вредных выбросов в атмосферу и снижения шума;
- число несчастных случаев в процессе выполнения проекта;
- число и денежное выражение претензий и штрафов экологических органов.

**7. Финансово-экономический анализ**

Финансово-экономический анализ проекта – наиболее сложный и наиболее важный вид анализа.

Целью финансово-экономического анализа проекта является оценка (определение) эффективности проекта. Проводиться он может следующими методами:

*Структурный анализ*

Суть данного метода заключается в следующем:

1. Рассматривается показатель, имеющий определенную внутреннюю структуру, т.е. состоящий из нескольких частей (элементов).

2. Оцениваются доли каждой (или некоторых интересующих) из частей в общем значении показателя.

3. Делается вывод о том, какие из частей внесли наибольший (или наименьший) вклад в конечное значение показателя.

*Факторный анализ*

Суть данного метода заключается в следующем:

1. На основе полученных данных за период (как фактических, так и плановых) по определенным алгоритмам сравниваются между собой различные статьи бюджетов всех типов.

2. Найденные соотношения формируют группу показателей (коэффициентов, индексов).

3. Рассчитанные значения показателей сравниваются между собой и/или со значениями, принятыми в качестве нормативных (желаемых, допустимых или критических).

*Коэффициентный анализ*

В рамках данного анализа производится расчет определенных величин (коэффициентов), значения которых можно сравнивать между собой за различные периоды, по бизнесам, направлениям деятельности или статьям, а также с принятыми нормативными значениями.

Примерный перечень коэффициентов, при помощи которых можно оценить хозяйственное состояние предприятия.

1. Имущественное положение предприятия – описывается общая сумма средств, которыми располагает предприятие, доля основного и, соответственно, оборотного капиталов в общей сумме активов, доли введенных в эксплуатацию и выведенных из использования основных средств. Такие показатели, как доля основных средств, коэффициенты выбытия или обновления наиболее важны для промышленных предприятий, основу деятельности которых составляет использование станков и иного тяжелого оборудования.

2. Ликвидность – оценивается способность предприятия отвечать по своим текущим обязательствам. В основе расчета коэффициентов ликвидности лежит сопоставление текущих (оборотных) активов предприятия с его краткосрочными пассивами. Так как различные виды и

группы оборотных активов обладают различной степенью ликвидности (так, например, просроченная дебиторская задолженность или запасы специфического сырья малопригодны для возврата долгов, тогда как денежные средства абсолютно ликвидны и будут приняты для погашения любых обязательств), то и рассчитывается несколько коэффициентов ликвидности. Коэффициенты ликвидности наиболее информативны и полезны для предприятий с относительно короткими производственными (торговыми) циклами.

3. Финансовая устойчивость – оценивается структура источников финансирования с точки зрения собственности на них (собственные или заемные), степени доступности и риска пользования ими. Прежде всего, коэффициенты финансовой устойчивости характеризуют зависимость предприятия от внешних контрагентов (кредиторов, инвесторов).

4. Рентабельность – оценивается эффективность деятельности предприятия путем сопоставления его финансовых результатов и ресурсов, задействованных для достижения этих результатов.

При проведении финансово-экономического анализа можно оценить следующие показатели *финансовых результатов*:

1. оборот (валовая выручка);
2. выручка от основной деятельности (операционная выручка);
3. вклад на покрытие (маржинальный доход);
4. торговая наценка;
5. валовая прибыль;
6. прибыль до налогообложения;
7. чистая прибыль (прибыль к распределению);
8. нераспределенная прибыль;

и *ресурсов*:

1. продажи;
2. затраты (себестоимость продукции);
3. активы;
4. инвестиции;
5. запасы;
6. площади (торговые, производственные, общие и т.д.);
7. денежные средства;
8. клиенты

и прочее.

Таким образом, можно рассчитать достаточно много коэффициентов рентабельности, из которых конкретному предприятию имеет смысл выбрать лишь несколько наиболее важных для него.

5. Деловая активность – оценивается эффективность текущей основной деятельности предприятия. Для этого выручка от основной продукции сопоставляется с оборотным либо чистым (то есть, за вычетом обязательств) оборотным капиталом.

6. «Золотое правило» экономики предприятия – сравниваются между собой три показателя за два или более периода:

1. темп изменения прибыли;
2. темп изменения выручки от реализации;
3. темп изменения активов.

При этом предприятие признается эффективно функционирующим (как говорят, соблюдается «золотое правило»), если одновременно соблюдаются следующие условия:

1. темп изменения прибыли выше 100% (т.е. наблюдается прирост);
2. темп роста прибыли выше темпа увеличения выручки;
3. темп увеличения выручки выше темпа прироста активов.

Именно такое соотношение означает, что:

1. экономический потенциал предприятия увеличивается (рост активов);
2. объем реализации возрастает опережающими темпами, т.е., активы используются все более эффективно;

3. прибыль растет быстрее, чем выручка, что говорит об относительном снижении издержек.

Необходимо отметить, что в отдельных случаях (активное инвестирование, освоение новых сфер деятельности) «золотое правило» может в краткосрочном периоде не выполняться, однако, это еще не означает, что в долгосрочном периоде предприятие действует неэффективно.

*Маржинальный анализ (Анализ безубыточности)*

Суть данного метода заключается в сравнении постоянных затрат предприятия и маржинального дохода/вклада на покрытие.

Цель проведения данного вида анализа — анализ безубыточности позволяет оценить объемы реализации (как натуральные, так и стоимостные), необходимые для полного покрытия всех затрат при нулевой прибыли. С помощью этого анализа выявляются:

1. Минимальный уровень продаж, при котором предприятие будет способно продолжать свою деятельность, не неся убытков.

2. Вклад каждого продукта (бизнеса) на покрытие постоянных общефирменных затрат, что дает возможность оптимизировать структуру производства и продаж фирмы, закрыть убыточные бизнесы либо оценить перспективы нового продукта.

Примечание: полноценное и достоверное проведение анализа безубыточности возможно только на предприятиях, ведущих учет затрат по признаку «Переменные — Постоянные».

Алгоритм проведения данного вида анализа:

1. Рассматриваются:

- постоянные затраты предприятия за период;
- удельные (на единицу продукции) либо совокупные переменные затраты;
- цена единицы продукции либо выручка от реализации;
- удельный маржинальный доход (другое название показателя — вклад на покрытие) как разница между ценой и удельными переменными затратами либо совокупный маржинальный доход как разница между выручкой и совокупными переменными затратами;
- коэффициент маржинального дохода (вклада на покрытие) как отношение совокупного маржинального дохода (вклада на покрытие) к выручке.

2. После определения этих величин вычисляются:

а. Точка безубыточности в натуральном выражении (в единицах продукции) как отношение постоянных затрат за период к удельному маржинальному доходу

б. Точка безубыточности в стоимостном выражении (в денежных единицах) как отношение постоянных затрат за период к коэффициенту маржинального дохода

3. Также целесообразно определить следующие показатели:

Запас финансовой прочности («козырек безопасности»), вычисляемый по формуле:

$$\text{Запас Финансовой Прочности} = (\text{Объем продаж} - \text{Точка безубыточности}) \times 100\% / \text{Объем продаж}$$

Показатель характеризует, насколько текущий объем продаж предприятия выше минимально необходимого.

Операционный рычаг, вычисляемый по формуле:

$$\text{Операционный рычаг} = \text{Вклад на покрытие} / \text{Прибыль}$$

Данная величина показывает, на сколько процентов изменится прибыль при изменении выручки на 1%. При помощи показателя «операционный рычаг» характеризуется уровень предпринимательского риска: чем выше значение рычага, тем быстрее будет расти прибыль при расширении продаж, но также и убытки будут опережать сокращение выручки.

Операционный рычаг (и, соответственно, риск) будет выше у предприятий, в структуре себестоимости которых преобладают постоянные затраты, а ниже — у предприятий, несущих, в основном, переменные затраты.

Важно соотношение операционного рычага и запаса финансовой прочности. При высоком значении ЗФП предприятие может позволить себе высокое (рисковое) значение рычага, так как зона убытков для него находится относительно далеко, а рост прибыли —

значителен. При нахождении около точки безубыточности предприятию необходимо строже следить за значением операционного рычага, чтобы сократить потенциальные убытки.

*Анализ отклонений*

Анализ отклонений определяет разницу между конкретными значениями определенного показателя, причем значения могут браться в самых разнообразных разрезах хозяйственной деятельности предприятия:

- за период или на определенную дату;
- по регионам, бизнесам или филиалам;
- по центрам финансовой ответственности, организационным звеньям или юридическим лицам;
- по контрагентам, контрактам или продуктам.

Примерный перечень показателей для проведении финансово-экономического анализа

*1. Имущественное положение*

Доля основных средств в совокупной стоимости активов

Доля активной части основных средств

Коэффициент износа (Коэффициент накопления амортизации)

Коэффициент годности

Коэффициент выбытия ОС

Коэффициент обновления ОС

*2. Ликвидность и платежеспособность*

Коэффициент текущей ликвидности (Коэффициент покрытия)

Коэффициент быстрой ликвидности

Коэффициент (немедленной) абсолютной ликвидности

Доля собственных средств в покрытии запасов

Доля чистого оборотного капитала

Маневренность собственных оборотных средств (Маневренность функционирующего капитала)

Доля собственных оборотных средств в покрытии запасов

Коэффициент покрытия

Коэффициент покрытия запасов

Коэффициент оборота дебиторской задолженности

Средний период сбора дебиторской задолженности

*3. Финансовая устойчивость*

Коэффициент концентрации собственного капитала

Доля заемного капитала в общей сумме средств

Коэффициент финансовой зависимости (Финансовый рычаг)

Коэффициент маневренности собственного капитала

Соотношение собственных и привлеченных средств

Доля долгосрочных обязательств в инвестиционном капитале

Коэффициент структуры долгосрочных вложений

*4. Рентабельность*

Рентабельность собственного капитала (ROE – Return on Equity)

Рентабельность активов

Рентабельность затрат

Рентабельность продаж

Норма торговой наценки (маржи)

*5. Эффективность использования активов*

Фондоотдача

Производственная фондоотдача

Оборачиваемость активов

*6. Маржинальный анализ*

Точка безубыточности (в натуральном выражении)

Точка безубыточности (в стоимостном выражении)

Коэффициент маржинального дохода (Коэффициент вклада на покрытие)
Запас финансовой прочности
Индекс безубыточности
Операционный рычаг (Операционный леверидж)
*7. «Золотое» правило экономики предприятия*
Темп изменения прибыли
Темп изменения выручки
Темп изменения активов
Выполнение «золотого» правила

***Критерии оценки отчёта***

| Критерии | Показатели |
|---|---|
| Структура отчета | - отчет по практике содержит разделы, соответствующие требованиям;<br>- логика построения отчета |
| Содержание отчета | - определено место и время прохождения практики;<br>- описаны все виды работ, выполненные в ходе практики;<br>- приведено краткое описание выполненной работы в соответствии с заданиями и проведён анализ проблем |

| Оценка | Критерии выставления оценки по практике |
|---|---|
| «зачтено» | Студент в соответствии с требованиями оформил и вовремя представил руководителю отчет по практике; в отчете соблюдается научный стиль при изложении материала; успешно выполнил все задания практики, имеется наличие авторской позиции, самостоятельность суждений |
| «не зачтено» | Студент не выполнил или выполнил не все задания практики, не выполнил требования оформления отчета или не вовремя представил его руководителю |

***2. Отзыв руководителя практики от предприятия/организации, заверенный подписью руководителя и печатью организации***

**Требования к отзыву руководителя**

Отзыв составляется в свободной форме. В конце указывается Ф.И.О. и должность руководителя практики от предприятия (организации), ставиться его подпись и закрепляется печатью.

**Критерии оценки отзыва**

| Оценка | Критерии и показатели |
|---|---|
| «зачтено» | Работа практиканта оценена положительно |
| «не зачтено» | Работа практиканта оценена отрицательно |

*Форма отзыва представлена в Приложении 4.*

***3. Дневник практики***

**Требования к оформлению дневника технологической (проектно-технологической) практики**

1. Дневник заполняется ежедневно. Задания, выполняемые в течение некоторого периода времени могут отражаться в дневнике диапазоном дат.
2. В дневник заносятся:
- общие сведения;
- дата и выполненная в этот день работа, в соответствии с заданиями практики;
- отметка руководителя практики о выполнении работы студентом.
3. Структура дневника практики.

*1.Общие сведения*

1. Ф.И.О. студента;
2. Курс;

3. Направление подготовки и профиль;
4. Место проведения практики;
5. Сроки прохождения практики;
6. Руководитель практики от вуза (кафедры);
7. Руководитель практики от организации (предприятия).

*2. Ежедневные записи (в табличной форме)*

*3. Ф.И.О. и должность руководителя практики от организации (предприятия), его подпись и печать.*

*Форма дневника представлена в Приложении 2.*

**Оценка оформления дневника**

***«Зачтено»:***

аккуратное ведение, ежедневные записи в соответствии с заданиями к практике, имеются отметки о выполнении каждого из видов работ (подписи руководителя практики от предприятия), имеется подпись руководителя практики от предприятия (организации) и печать предприятия (организации) или ее структурного подразделения, в котором студент проходил практику;

***«Не зачтено»:***

небрежное ведение, записи делались от случая к случаю, отсутствуют отметки о выполнении работ и/или нет печати организации (предприятия (структурного подразделения)).

### 6.2. Оценочные средства и критерии оценивания для промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

**Оценку «зачтено» студент получает в случае положительного отзыва руководителя практики от организации.**

**Зачет по практике выставляется на основании следующих критериев**

**1. Соблюдение организационных и дисциплинарных требований,** предъявляемых к студенту:

– посещение установочной и заключительной конференций;

– полнота и своевременность реализации плана практики;

– своевременное предоставление отчетной документации в полном объеме и в полном соответствии с предъявляемыми программой практики, требованиями к ее содержанию и качеству оформления.

**2. Уровень теоретической и практической подготовки**, демонстрируемый студентом:

– умение выделять и формулировать цели (диагностические, исследовательские и др.) и задачи профессиональной деятельности в их взаимосвязи;

– применение теоретических знаний на практике;

– корректное исполнение заданий практики.

| Оценка | Критерии выставления оценки по практике |
|---|---|
| **«зачтено»** | студент успешно выполнил задания практики (на уровне 75% и выше), не нарушал трудовой дисциплины, в целом в соответствии с требованиями оформил и вовремя представил руководителю отчетные документы по практике, имеет положительный отзыв руководителя практики от организации |
| **«не зачтено»** | студент выполнил не все задания практики (менее 75%), нарушал трудовую дисциплину, не выполнил требования оформления отчетных документов или не вовремя представил их руководителю, имеет отрицательный отзыв руководителя практики от организации |

### 7. Перечень учебной литературы для проведения практики

**7.1 Основная литература**


1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490827.
2. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 570 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3225-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/488325
3. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 474 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3749-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/507921
4. Завгородняя, А. В. Маркетинговое планирование: учебное пособие для вузов / А. В. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 340 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06590-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/493278
5. Иванова, И. А. Менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва Издательство Юрайт, 2022. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04184-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489027
6. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489480.
7. Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика: учебное пособие для вузов / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05522-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/492628
8. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров / А. В. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 595 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2878-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/508855
9. Коротков, Э. М. Менеджмент: учебник для вузов / Э. М. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 566 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07327-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/488680
10. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций: учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07859-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/491318
11. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490035
12. Маркетинг-менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.]; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 379 с. —

(Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489346 .
13. Менеджмент: учебник для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.]; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 448 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03372-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489310
14. Реброва, Н. П. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489477.
15. Слинкова, О. К. Персональный менеджмент: учебное пособие для вузов / О. К. Слинкова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 105 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13553-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/497385 .
16. Ямпольская, Д. О. Маркетинговый анализ: технология и методы проведения: учебник и практикум для вузов / Д. О. Ямпольская, А. И. Пилипенко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 268 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06305-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/493279

### 7.2 Дополнительная литература

1. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489088
2. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Основы теории: учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 153 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9799-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490971
3. Диденко, Н. И. Международный маркетинг: учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 409 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05071-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/488897
4. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489042
5. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга: учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 170 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08407-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/492979
6. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге: учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489534
7. Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15415-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/502866
8. Красовская, Н. В. Событийный маркетинг: учебное пособие для вузов /

Н. В. Красовская. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12592-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496285

9. Погодина, Т. В. Финансовый менеджмент: учебник и практикум для вузов / Т. В. Погодина. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03375-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489484
10. Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 186 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9092-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/491324

### 7.3 Перечень ресурсов сети Интернет для проведения практики

1. http://aup.ru/books – административно-управленческий портал.
2. http://bishelp.ru/
3. http://cyberleninka.ru/ - научная электронная библиотека «КиберЛенинка»
4. http://ecsocman.edu.ru/docs/16000253/ – федеральный образовательный портал Экономика, Социология, Менеджмент. Экономика фирмы
5. http://elibrary.ru/defaultx.asp - научная электронная библиотека e.LIBRARY.RU
6. http://mon.gov.ru – приоритетный национальный проект образование
7. http://studentam.net/content/category/1/2/5/ - электронная библиотека учебников
8. http://window.edu.ru – федеральная ЭБС «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
9. http://www.consultant.ru/ – СПС КонсультантПлюс
10. http://www.edu.ru/index.php?page_id=242/ - библиотека портала
11. http://www.edu.ru/index.php?page_id=6/ - каталог образовательных интернет-ресурсов
12. http://www.lib.ua-ru.net/katalog/41.htm1 - гуманитарная электронная библиотека
13. http://www.portalus.ru/ - научная онлайн-библиотека Порталус
14. http://www.rsl.ru/ - Российская государственная библиотека
15. Законодательно-правовая электронно-поисковая база по организации производства (Консультант. Гарант).
16. Поисковые системы http://www.google.ru/, www.yandex.ru/ и др.
17. Федеральный образовательный портал. – URL: http://ecsocman.hse.ru/.
18. Электронная база данных «Polpred.com. Обзор СМИ» - http://polpred.com
19. Электронная библиотека для вузов и ссузов. biblio-online.ru
20. Электронно библиотечная система znanium.com
21. Программа «Финансовый аналитик» https://www.audit-it.ru/finanaliz/?referer1=yandirect&referer2=finan&yadclid=423405&yadordid=18263858&ZGlyZWN0LnlhbmRleC5ydTszMTY3OTEyMjs1MDkyMDAwMjIwO3lhbmRleC5ydTpwcmVtaXVt&yclid=10888324231706705919
22. Шаблоны по маркетингу http://powerbranding.ru/shablony/

## 8. Материально-техническое обеспечение

Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: 214000, г. Смоленск, ул. Пржевальского, д.4, уч. корпус №2, ауд. 518 (кабинет менеджмента и маркетинга)

Стандартная учебная мебель (24 учебных посадочных места), стол и стул для преподавателя – по 1 шт.

Кафедра для лектора – 1 шт.

Доска настенная трехэлементная – 1 шт.

Наборы учебно-наглядных пособий

Нестационарный мультимедийный комплекс: мультимедийный проектор BenQ - 1 шт.; ноутбук Lenovo - 1 шт.; переносной настенный экран – 1шт.

Помещение для самостоятельной работы: 214000, г. Смоленск, ул. Пржевальского, д.4, уч. корпус №2, ауд. 520 (компьютерная лаборатория с выходом в Интернет)

Компьютерный студенческий стол – 15 шт.

Компьютерный стол для преподавателя – 1 шт.

Интерактивная доска IQBoard

Мультимедиа проектор Optoma PX 329 DLP

16 персональных компьютеров с выходом в Интернет

Стандартная учебная мебель (16 учебных посадочных мест).

## 9. Программное обеспечение

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный АО «Лаборатория Касперского».

Microsoft Open License в составе:

– Microsoft Windows Professional XP, 7, 8, Server Russian;

– Microsoft Office 2003-2016 Russian.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Смоленский государственный университет»
Факультет экономики и управления
Кафедра менеджмента

**ОТЧЕТ**
**о прохождении технологической (проектно-технологической) практики**

Студента _____
(фамилия, имя, отчество)

Курс: 3

Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность «Маркетинговые коммуникации и бизнес-аналитика»

Сроки практики: с _____по _____

Место прохождения практики
_____
_____

Руководитель практики от университета
_____
(фамилия, имя, отчество, должность, уч. степень)

Руководитель практики от организации
_____
(фамилия, имя, отчество)
_____
(должность)

Оценка за практику _____

Руководитель практики от университета _____ _____
(подпись) (дата)

Смоленск
2024

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Смоленский государственный университет»
Факультет экономики и управления
Кафедра менеджмента

**ДНЕВНИК**
**технологической (проектно-технологической) практики**

Студента
_____
(фамилия, имя, отчество)

Курс: 3

Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность «Маркетинговые коммуникации и бизнес-аналитика»

Календарные сроки практики:
начало _____ конец _____

Руководитель практики от университета:

Фамилия, имя, отчество _____

Должность, уч.степень_____

Руководитель практики от организации:

Фамилия, имя, отчество _____

Должность _____

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

**Ежедневные записи студента по практике**

| Дата | Виды работ,<br>выполненных студентом | Отметки о выполнении руководителя практики в организации |
|---|---|---|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

ФИО руководителя,
должность

_____
подпись руководителя

«___» _____ 20___ г.
Печать

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

**Отзыв руководителя практики от организации**
**о работе студента**

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Оценка за практику
_____

ФИО руководителя,
должность
_____

подпись

руководителя

«_ _» _____ 20___ г.
Печать