

Фонд оценочных средств

по Производственной технологической (проектно-технологической) практике 1

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

по направлению подготовки 38.03.02 - РФ, 580200 - КР Менеджмент
профили: «Управление маркетингом», «Управление бизнес-процессами производства»,
«Менеджмент качества»

Квалификация

бакалавр

Год набора 2021

Фонд оценочных средств предназначен для контроля знаний обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 - РФ, 580200 - КР Менеджмент Профили «Управление маркетингом», «Менеджмент качества», «Управление бизнес-процессами производства»

Фонд оценочных средств рассмотрен и утвержден на заседании кафедры менеджмента

протокол № _1_ от "_01_" _сентября_ 2021 г.

Заведующая кафедрой менеджмента



Романович О.Г.

Исполнители:

Заведующая кафедрой менеджмента



Романович О.Г.

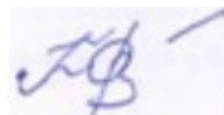
Доцент кафедры менеджмента



Жилкина Н.П.

СОГЛАСОВАНО:

Заместитель декана ЭФ по учебной работе



Гусева Ю.В.

Раздел 1. Перечень компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины/практики

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	
Знать:	
- методики поиска, сбора и обработки информации; - актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; - метод системного анализа.	
Уметь:	
- применять методики поиска, сбора и обработки информации; - осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; - применять системный подход для решения поставленных задач.	
Владеть:	
- методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; - методикой системного подхода для решения поставленных задач.	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	
Знать:	
- виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; - основные методы оценки разных способов решения задач; - действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность.	
Уметь:	
- проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения; - анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов; - использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности.	
Владеть:	
- методиками разработки цели и задач проекта; - методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; - навыками работы с нормативно-правовой документацией.	
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	
Знать:	
- основные приемы и нормы социального взаимодействия; - основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии.	
Уметь:	
- устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе; - применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.	
Владеть:	
- простейшими методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде.	
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	
Знать:	
- принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; - правила и закономерности деловой устной и письменной коммуникации.	
Уметь:	
- применять на практике деловую коммуникацию в устной и письменной формах, методы и навыки делового общения на кыргызском, русском и иностранном языках.	
Владеть:	

- навыками чтения и перевода текстов на иностранном языке в профессиональном общении; - навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме на кыргызском, русском и иностранном языках; - методикой составления суждения в межличностном деловом общении на кыргызском, русском и иностранном языках.
УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
Знать:
- основные приемы эффективного управления собственным временем; - основные методики самоконтроля, саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни.
Уметь:
- эффективно планировать и контролировать собственное время; - использовать методы саморегуляции, саморазвития и самообучения.
Владеть:
- методами управления собственным временем; - технологиями приобретения, использования и обновления социокультурных и профессиональных знаний, умений и навыков;
УК-8: Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
Знать:
- классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; - причины, признаки и последствия опасностей, способы защиты от чрезвычайных ситуаций; - принципы организации безопасности труда на предприятии, технические средства защиты людей в условиях чрезвычайной ситуации.
Уметь:
- поддерживать безопасные условия жизнедеятельности; - выявлять признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций; - оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности и принимать меры по ее предупреждению;
Владеть:
- методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций; - навыками по применению основных методов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций.
УК-9: Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах
Знать:
Знает понятие инклюзивной компетентности, ее компоненты и структуру; особенности применения базовых дефектологических знаний в социальной и профессиональной сферах.
Уметь:
Умеет планировать и осуществлять профессиональную деятельность с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.
Владеть:
Владеет навыками взаимодействия в социальной и профессиональной сферах с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.
УК-10: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
Знать:
базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономии
Уметь:
применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей
Владеть:
навыками использования финансовых инструментов для управления личными финансами (личным бюджетом) и контроля собственных экономических финансовых рисков
УК-11: Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности
Знать:
понятие и виды противоправного поведения, причины возникновения противоправного поведения, понятие профессионального правосознания, основные нормативно-правовые акты и международные конвенции в сфере противодействия противоправному поведению, государственные органы, занимающиеся противодействием противоправному поведению, основы применения цифровых технологий в целях противодействия противоправному поведению
Уметь:
определять факторы, приводящие к противоправному поведению, применять нормативно-правовые акты и международные конвенции в сфере противодействия противоправному поведению

Владеть:
навыками формирования профессионального правосознания, реализации норм материального и процессуального права в сфере противодействия противоправному поведению с применением цифровых технологий
ПК-1: Способен разрабатывать мероприятия по эффективному использованию и совершенствованию инструментов комплекса маркетинга на локальных, международных и цифровых рынках
Знать:
-особенности ведения маркетинга на локальных, международных и цифровых рынках, - основные инструменты комплекса маркетинга, - основные показатели эффективности маркетинговой деятельности
Уметь:
-эффективно разрабатывать и применять инструменты комплекса маркетинга на локальных, международных и цифровых рынках, -анализировать, оценивать эффективность и оптимизировать маркетинговую деятельность организации на локальных, меж-
Владеть:
-навыками формирования предложений по совершенствованию товарной политики и управления брендами организации на локальных, международных и цифровых рынках, -навыками формирования предложений по совершенствованию ценовой политики организации на локальных, международных и цифровых рынках, -навыками формирования предложений по совершенствованию продаж и дистрибуции организации на локальных, международных и цифровых рынках, -навыками формирования предложений по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций организации на локальных, международных и цифровых рынках
ПК-2: Способен проводить маркетинговые исследования, в том числе с использованием цифровых технологий, на локальных и международных рынках
Знать:
-основные требования к проведению маркетинговых исследований, - методы и основные технологии проведения маркетингового исследования, -типы и виды маркетинговых исследований, - основные маркетинговые инструменты, в том числе цифровые, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования
Уметь:
- определять подходящие маркетинговые инструменты, в том числе цифровые, и применять их для проведения маркетинговых исследований, - подготавливать комплексный план проведения маркетинговых исследований, -составлять точное ТЗ для проведения маркетинговых исследований, -составлять отчеты по результатам маркетинговых исследований и делать обоснованные выводы и рекомендации
Владеть:
-навыками подготовки и планирования процесса проведения маркетинговых исследований, -навыками разработки ТЗ для проведения маркетинговых исследований, -навыками анализа и интерпретации маркетинговой информации для принятия сбалансированных управленческих решений, -методами проведения маркетинговых исследований
ПК-3: Способен формировать и анализировать базы данных маркетинговой деятельности организации на локальных и международных рынках
Знать:
- основные показатели конъюнктуры локальных и международных рынков, -специализированные программы обработки информации о рынке
Уметь:
-систематизировать и обобщать большие объемы информации о рынке, -работать со специализированными программами для сбора и обработки информации о рынках, -осуществлять сбор, хранение, обработку, анализировать и интерпретировать маркетинговую информацию и использовать полученные сведения для принятия маркетинговых решений
Владеть:
-навыками сбора, обработки и анализа маркетинговой информации с целью создания и обновления базы данных организации по требуемым показателям, -навыками анализа, оценки и прогнозирования рыночной конъюнктуры

Раздел 2. Технологическая карта практики

Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика 1

Курс -3, семестр -5, Количество ЗЕ - 3, Отчетность – зачет с оценкой

Название модулей дисциплины согласно РПД	Контроль	Форма контроля	зачетный минимум	зачетный максимум	график контроля
Модуль 1					
Модуль 1. Выполнение производственных заданий	Текущий контроль	Аналитическое задание 1	11	20	18
	Рубежный контроль	Творческое задание 1	9	15	
Модуль 2					
Модуль 2. Выполнение производственных заданий	Текущий контроль	Творческое задание 2	11	20	19
	Рубежный контроль	Аналитическое задание 2	9	15	
ВСЕГО за семестр			40	70	
Промежуточный контроль (Зачет с оценкой)		Отчет, дневник	20	30	
Семестровый рейтинг по дисциплине			60	100	

Модуль

логически завершенная часть дисциплины

Текущий контроль

самостоятельная работа обучающегося, посещаемость и активность на занятиях

Рубежный контроль

проверка полноты знаний и умений по материалу модуля в целом

Промежуточный контроль

завершенная задокументированная часть учебной дисциплины – совокупность тесно связанных между собой модулей дисциплины.

Оценочный лист
 производственной технологической (проектно-технологической) практики 1
 (рассредоточенной, 5 семестр)
 основной образовательной программы бакалавриата
 по направлению «Менеджмент» (профиль «Управление маркетингом»)

_____ (ФИО студента)

№ п/п	Вид работы, выполненный студентом в процессе прохождения учебной практики	Количество баллов	
		Максимально возможное по БРС	Фактически полученное студентом
Оценка за первый модуль производственной практики Анализ внешней среды и рыночных тенденций			
1.	Аналитическое задание 1 «Ситуационный анализ внешней среды и рыночных тенденций отрасли деятельности предприятия»	20	
2.	Аналитическое задание 2 «SWOT-анализ отрасли деятельности предприятия»	15	
Оценка за второй модуль производственной практики Маркетинговые коммуникации в деятельности компании			
3.	Творческое задание 1 «Анализ маркетинговой активности предприятия в соцсетях»	15	
4.	Творческое задание 2 «Анализ продукции/услуги предприятия, описание целевой аудитории»	20	
Защита отчета о производственной практике			
5.	Соответствие требованиям оформления	15	
6.	Вовремя сданный отчет	15	
	ИТОГО:	100	

Руководитель практики от кафедры _____

Раздел 3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по производственной технологической (проектно-технологической) практике 1 (оценочные средства)

Блок А – задания репродуктивного уровня

А.1 Консультации руководителя.

Блок В – задания реконструктивного уровня

В.1. Оформление отчета.

Блок С – задания практико-ориентированного и/или исследовательского уровня

- С.1. Аналитическое задание «Ситуационный анализ внешней среды и рыночных тенденций отрасли деятельности предприятия»*
- С.2. Творческое задание «Анализ маркетинговой активности предприятия в соцсетях»*
- С.3. Аналитическое задание «SWOT-анализ отрасли деятельности предприятия»*
- С.4. Творческое задание «Анализ продукции/услуги предприятия, описание целевой аудитории».*

Блок D

Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации (зачет с оценкой)

- *Вопросы для проверки уровня обученности ЗНАТЬ:*
 1. основные факторы внешней среды, влияющие на деятельность предприятия,
 2. методики анализа факторов внешней среды и оценки их влияния на деятельность предприятия,
 3. принципы и направления разработки и анализа маркетинговой деятельности предприятия,
 4. виды и каналы маркетинговых коммуникаций предприятия,
 5. методы сегментирования потребителей;
 6. основные принципы формирования коммуникаций с целевой аудиторией.
- *Задачи/задания для проверки уровня обученности УМЕТЬ/ВЛАДЕТЬ:*
 1. выполнять ситуационный анализ внешней среды предприятия/организации;
 2. выполнять ситуационный анализ рыночных тенденций отрасли деятельности предприятия/организации;
 3. выполнять стратегический анализ отрасли народного хозяйства;
 4. выполнять анализ маркетинговой активности предприятия/организации;
 5. разрабатывать мероприятия по продвижению продукции/услуги предприятия/организации;
 6. получать необходимую информацию для выполнения задания на практику;
 7. получать компетентную консультацию специалистов предприятия по вопросам, предусмотренным заданием на практику.
 8. полностью и самостоятельно выполнять задания, предусмотренные программой и календарным планом практики;
 9. регулярно вести записи в дневнике практики о выполняемых работе и заданиях и периодически представлять его руководителям практики для контроля;
 10. подчиняться действующим на предприятии правилам внутреннего трудового распорядка, строго соблюдать правила охраны труда;
 11. сбор и обработка информации о деятельности предприятия;
 12. анализ статистических данных и формулировка выводов по аналитическим разделам Отчета.

Рекомендуемая литература

Основная литература		
Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Под ред. И.В. Липсица	Маркетинг: Учебник (для бакалавров)	М.: ГЭОТАР-Медиа 2013
Эриашвили Н.Д.	Основы менеджмента : Учебник для студентов вузов.	М.: ЮНИТИ-ДАНА 2012
Юкаева В.С.	Менеджмент: учебное пособие	М.: Дашков и К 2014
Альбинина Е. В., Борисова А.А. и др.	Теория менеджмента: история управленческой мысли, теория организации. Учебник: Книга	Новосибирский государственный технический университет 2014
Гриненко Г.П.	Международный маркетинг.: Учебное пособие (книга).	Белгородский государственный технологический университет им В.Г. Шухова, ЭБС АСВ. 2018
Мащилкина Е.И.	Маркетинговые коммуникации: Учебно-методическое пособие	Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа 2016
Ванчикова Е.Н.	Маркетинговые исследования: Учебник	Дашков и К 2015
Кузнецова И.В.	Документирование управленческой деятельности: Учебное пособие для бакалавров	Дашков и К 2016
Дополнительная литература		
Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Романов А.Н., Горфинкель В.Я., Швандар В.А., Поляк Г.Б	Предпринимательство: учебник	ЮНИТИ-ДАНА 2012
А.Н. Романов	Предпринимательство : учебник	М.: ЮНИТИ-ДАНА 2012
Елкина О.С. и др.	Управление маркетингом на предприятии: [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие	Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского 2016
Методические разработки		
Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Хасанова Л.В., Беликова Н.В., Рахманалиева А.А. и др	Организация самостоятельной работы студентов: учебно-методическое пособие	КРСУ 2014
Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"		
Образовательные ресурсы интернета-менеджмент		http://www.alleng.ru/edu/manag3.htm
Электронно-библиотечная система		Iprbookshop.ru

Раздел 4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

1. Поисково-исследовательская работа

Критерий	Вес критерия	Минимальный ответ - 0-59%	Изложенный частично раскрытый ответ - 60-69 %	Законченный полный ответ - 70-84 %	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ - 85-100 %	Отметка (в %)
аргументированные оценки реферируемых положений, а также субъективные выводы, положения и оценки автора-исследователя	25	отсутствие аргументов в обосновании оценки реферируемых положений	аргументированность оценки изучаемых областей только частично обосновывает причины явлений	в отчете продемонстрированы частичные выводы оценки реферируемых положений	подведение итогов исследования составлено на основе аргументированной оценки исследования	
использование развернутых доказательств, сравнений, рассуждений по исследуемому вопросу	25	в отчете отсутствуют доказательства по исследуемому вопросу	частичное использование доказательств и фактов в аргументации оценок	доказательства и сравнения не в полной мере отражают выводы	сравнительный анализ обоснован развернутыми доказательствами и выводами	
определение нового, существенного по интересующей проблеме в уже проведенных исследованиях	15	новизна исследования в отчете отсутствует	существенно новых положений в исследовании студента не выявлено	в определении новых положений не в полной мере отражены выводы	продемонстрированы новизна и существенные доводы	
определение дальнейших перспектив развития исследовательской мысли в данной области	20	отсутствие перспектив развития исследовательской мысли	определение дальнейших перспектив развития исследовательской мысли не в полной мере отражает цели роста предметной области	перспективы развития исследовательской мысли только частично отражают современные тенденции роста в данной области	в отчете четко отслеживается развитие дальнейших перспектив исследовательской мысли в данной области	
соответствие отчета ПИР форматным требованиям оформления	15	не соблюдены правила оформления ПИР	частично выдержаны требования по оформлению ПИР	выдержаны требования по шрифту, интервалам, абзацному отступу, расстановке переносов	соблюдены все правила оформления ПИР	
Итоговая оценка (в %)						

2. Аналитическая работа

Критерий	Вес критерия	Минимальный ответ - 0-59%	Изложенный частично раскрытый ответ - 60-69 %	Законченный полный ответ - 70-84 %	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ - 85-100 %	Отметка (в %)
Соответствие определенной логической последовательности (алгоритму) решения контрольной работы	25	Тема не раскрыта. Задачи не решены	Содержание работы раскрыто не полностью. Задачи не решены до конца, но есть четкий алгоритм решения.	Содержание работы раскрыто. Не все выводы обоснованы.	Работа завершена полностью. Сделаны подробные выводы.	
Умение оперировать понятиями, правилами и утверждениями, формулами	25	Знания из области изучаемой дисциплины не использованы	Слабое использование знаний из области изучаемой дисциплины	Обоснованная аргументация выдвигаемых положений. Использование теоретического материала	Высокий уровень аналитико-исследовательских навыков студента	
Исчерпывающие конкретные ответы на поставленные в контрольной работе вопросы	25	Работа выполнена не последовательно и не обоснованно	Представленный в работе ответ не систематизирован и не последователен. Неполная обоснованность выводов	Представленный в работе анализ достаточно систематизирован и последователен.	Установлена четкая взаимосвязь и последовательность в выполнении задания. Все выводы обоснованы	
Усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость используемых при ответе умений и навыков	25	Нет понимания сути задания	Слабое представление о сути задания	Сформированное и содержательное выполнение задания, но без выраженной собственной позиции	Четкое представление и содержательное выполнение задания с выраженной собственной позицией	
Итоговая оценка (в %)						

• Промежуточная аттестация (зачет с оценкой): Отчет. Дневник.

Для прохождения промежуточной аттестации студенты представляют отчет, дневник и отзывы от предприятия и руководителя.

Раздел 5. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины / практики и выполнению контрольных заданий

Для выполнения контрольных мероприятий настоятельно рекомендуется использовать: Хасанова Л.В., Беликова Н.В., Рахманалиева А.А. и др. Организация самостоятельной работы студентов: учебно-методическое пособие – Б.: КРСУ, 2014. https://management.krsu.edu.kg/images/Metod_rukov%20po%20SRS.pdf

Производственная практика направлена на практическое освоение студентом вопросов, связанных с маркетинговой деятельностью предприятия, с анализом его рыночной среды и маркетинговой активностью.

Практика проводится на конкретном предприятии (или в организации) Кыргызской Республики, с которым заключается официальный договор или письменное соглашение.

В процессе прохождения практики студент выполняет два задания, связанных с анализом внешней среды и рыночных тенденций отрасли деятельности конкретного предприятия и построением матрицы стратегического анализа; также студент выполняет два творческих задания, связанных с изучением маркетинговой деятельности предприятия.

Студенты направляются на практику на основании приказа ректора вуза в соответствии с договором, заключенным с предприятием, предоставляющим место практики.

Перед началом практики (не менее чем за три дня) проводится организационное собрание со студентами, выходящими на практику, на котором объявляются сроки прохождения практики, подготовки отчета и его защиты, зачитывается приказ с указанием мест практики и руководителей от кафедры менеджмента. На собрании выдаются Дневники, делаются разъяснения по их заполнению.

Непосредственное руководство практикой осуществляют преподаватели кафедры менеджмента, ответственные за данный вид практики согласно учебной нагрузке кафедры. Задачи руководителей практики заключаются в консультировании студентов по теоретическим вопросам, подготовке их к проведению исследований и анализу его результатов и формулировке выводов. Кроме этого, руководители практики оценивают работу студента при защите отчета.

Важной формой практики является самостоятельная работа студента, которая предполагает:

- формирование и закрепление навыков исследовательской работы, необходимых для успешного выполнения заданий; навыков сбора, обработки и анализа информации по теме (заданию);

- составления отчетов по выполненной работе, теме, заданию;

- выступления с устными сообщениями и защиты отчета.

По окончании практики студент вместе с научным руководителем практики от кафедры обсуждает итоги практики и собранные материалы. Оформленный соответствующим образом Отчет вместе с Дневником сдается на проверку руководителю практики. После проверки и исправления замечаний Отчет допускается к защите.

Отчет должен охватывать описание всего состава работ, проведенных во время практики.

Отчет должен быть кратким (15-20 страниц), но содержательным и включать достаточное количество схем, графиков, таблиц, форм и инструкций, фотографий и т.д.

Отчет о прохождении практики должен содержать:

- титульный лист;

- лист «Содержание»;

- раздел "Аналитическое задание 1" (согласно Оценочному листу);

- раздел "Творческое задание 1" (согласно Оценочному листу);

- раздел "Аналитическое задание 2" (согласно Оценочному листу);

- раздел "Творческое задание 2" (согласно Оценочному листу);

- заключение.

Студент защищает Отчет во время сессии по окончании пятого семестра обучения на комиссии, в которую входят руководители практики.

Студент должен уметь ответить на вопросы по сути изложенного в отчете материала и прокомментировать любую его часть.

За прохождение Производственной технологической (проектно-технологической) практики 1 выставляется дифференцированный зачет (зачет с оценкой). Оценка за данную практику (зачет с оценкой) фиксируется руководителем в Оценочном листе, Технокарте дисциплины (в ИАИС) и Дневнике практики.

Промежуточная аттестация по итогам практики проводится на основании:

- защиты оформленного отчета;
- выполнения заданий, предусмотренных данной Практикой.

Методические указания к выполнению заданий контроля:

1. Раздел Отчета «Аналитическое задание 1 «Ситуационный анализ внешней среды и рыночных тенденций отрасли деятельности предприятия» должен включать в себя:

- анализ ключевых рыночных показателей деятельности предприятия на рынке;
- анализ развития рынка: его экономическая стабильность, тенденции роста;
- анализ политических тенденций рынка, политических и нормативных факторов, определяющих функционирование предприятия на рынке;
- выявление технологических инновационных тенденций рынка;
- выявление социально-демографических факторов и тенденций рынка, их анализ;
- анализ медийных тенденций рынка;
- выявление и анализ тенденций применяемых на рынке каналов распределения.

2. Раздел Отчета Творческое задание 1 «Анализ маркетинговой активности предприятия в соцсетях»:

Студент должен выполнить анализ степени маркетинговой активности предприятия в социальных сетях, применяемых форм и инструментов; оценить их целесообразность, при необходимости – разработать собственные предложения по ее совершенствованию.

3. Раздел Отчета Аналитическое задание 2 «SWOT-анализ отрасли деятельности предприятия» должен включать в себя:

- преимущества предприятия и продукта перед конкурентами: в качестве основных критериев сравнения берутся качество продукции, маркетинговая политика, состояние сферы деятельности и т. д.,
- факторы, препятствующие росту прибыли,
- факторы, связанные с развитием конкретной отрасли или вызванные действиями конкурентов,
- обстоятельства, зависящие не от действий самого предприятия, а от мнения целевой аудитории или ее поведения.

При выполнении задания необходимо определить достоинства и недостатки предприятия в сравнении с конкурентами, спрогнозировать перспективы и выявить внешние угрозы, затем взаимно увязать все четыре составляющие метода SWOT-анализа.

При этом требуется учитывать факторы, влияющие на объект оценки, и использовать только проверенные данные.

4. Раздел Отчета Творческое задание 2 «Анализ продукции/услуги предприятия, описание целевой аудитории».

Студент должен выполнить анализ продукции/услуги предприятия с точки зрения ее направленности на удовлетворение потребностей потребителей, выполнить их сегментирование, определить целевую аудиторию, после этого дать подробное описание целевой аудитории. Для выбранной ЦА предложить:

- основную идею коммуникации;
- цель коммуникации, ее сроки;
- каналы коммуникации и формат сообщений.