

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 13.07.2023 13:00

Уникальный программный ключ:

b2fd765521f4c570b8c6e8e502a10b4f1de8ae0d

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**

«Самарский государственный экономический университет»

Институт менеджмента

Кафедра маркетинга, логистики и рекламы

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 11 от 30 мая 2023 г.)

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

вид практики: производственная практика

тип практики: производственная практика: технологическая (проектно-технологическая) практика

способ проведения: стационарная/выездная

форма проведения: дискретно путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения данного вида практики.

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Образовательная программа: Цифровой маркетинг

Оглавление

1. Вид практики, способ и формы ее проведения
2. Планируемые результаты обучения при прохождении практики, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
3. Указание места практики в структуре образовательной программы
4. Указание объема практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях либо в академических или астрономических часах
5. Содержание практики
6. Указание форм отчетности по практике
7. Фонд оценочных средств для мероприятий текущего контроля обучающихся по практике
8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике
9. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение, необходимое для проведения практики

1. Вид практики, способ и формы ее проведения.

Вид практики – производственная практика

Способ проведения практики – стационарная; выездная

Форма проведения практики: дискретно путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения данного вида практики.

Тип практики: производственная практика: технологическая (проектно-технологическая) практика

Практика является формой практической подготовки и организуется путем непосредственного выполнения обучающимися видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и определенных индивидуальным заданием в соответствии с настоящей программой. Планируемые результаты обучения при прохождении практики, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Универсальные компетенции

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

| Планируемые результаты обучения по программе | Планируемые результаты обучения по дисциплине | | |
|--|---|---|---|
| | УК-3.1: Знать: | УК-3.2 уметь: | УК-3.3 владеть (иметь навыки): |
| УК-3 | методики формирования команд; методы эффективного руководства коллективами, свою роль в команде | разрабатывать командную стратегию; организовывать работу коллективов; управлять коллективом; разрабатывать мероприятия по личностному, образовательному и профессиональному росту | методами организации и управления коллективом, планированием его действий |

УК-4 - Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

| Планируемые результаты обучения по программе | Планируемые результаты обучения по дисциплине | | |
|--|---|---|---|
| | УК-4.1: Знать: | УК-4.2 уметь: | УК-4.1: владеть (иметь навыки): |
| УК-4 | современные коммуникативные технологии на государственном и иностранном языках; закономерности деловой устной и письменной коммуникации | применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового общения | методикой межличностного делового общения на государственном и иностранном языках, с применением профессиональных языковых форм и средств |

УК-6 - Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

| Планируемые ре- | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|-----------------|---|
|-----------------|---|

| | | | |
|----------------------------------|---|--|--|
| результаты обучения по программе | УК-6.1: Знать: | УК-6.2 уметь: | УК-6.3: владеть (иметь навыки): |
| УК-6 | основные принципы профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда; способы совершенствования своей деятельности на основе самооценки | решать задачи собственного профессионального и личностного развития, включая задачи изменения карьерной траектории; расставлять приоритеты | способами управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки и принципов образования в течение всей жизни |

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-1 - Способен анализировать конъюнктуру рынка товаров и услуг, разрабатывать техническое задание для проведения маркетингового исследования

| Планируемые результаты обучения по программе | Планируемые результаты обучения по дисциплине | | |
|--|--|--|---|
| | ПК-1.1.Знать | ПК-1.2.Уметь | ПК-1.3.Владеть |
| ПК-1 | закономерности и тенденции развития спроса; методы выявления и формирования новых потребностей у покупателей; методы исследования рынка, конкурентов и продуктов | определять параметры рынка, анализировать рыночную конъюнктуру с использованием современных научных методов познания экономических явлений | навыками проведения маркетинговых исследований на предприятиях, методами разработки технического задания для проведения маркетингового исследования |

ПК-2 - Способен подготавливать отчеты и рекомендации по результатам маркетинговых исследований, формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики

| Планируемые результаты обучения по программе | Планируемые результаты обучения по дисциплине | | |
|--|---|--|---|
| | ПК-2.1.Знать | ПК-2.2.Уметь | ПК-2.3.Владеть |
| ПК-2 | основные правила составления отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований, направления развития рынка для формирования предложений по совершенствованию товарной и ценовой политики | проводить анализ результатов маркетингового исследования, составлять отчеты по результатам маркетингового исследования, формировать рекомендации по развитию товарной и ценовой политики | методами и инструментами оценки проведенного маркетингового исследования, знаниями в области развития товарной и ценовой политики |

ПК-3 - Способен прогнозировать сбыт продукции и развитие рынка, формировать предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж, исследовать каналы продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения

| Планируемые результаты обучения по программе | Планируемые результаты обучения по дисциплине | | |
|--|--|--|--|
| | ПК-3.1.Знать | ПК-3.2.Уметь | ПК-3.3.Владеть |
| ПК-3 | подходы к прогнозированию сбыта продукции и развитию рынка, способы формирования предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж, а также продвижения продукции | формировать предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж, исследовать каналы продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения | методами прогнозирования сбыта продукции и развития рынка, формирования предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж, исследованию каналов продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения |

ПК-4 - Способен исследовать спрос, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", прогнозировать изменения спроса на основе аналитических данных

| Планируемые результаты обучения по программе | Планируемые результаты обучения по дисциплине | | |
|--|--|---|--|
| | ПК-4.1 Знать | ПК-4.2 Уметь | ПК-4.3 Владеть |
| ПК-4 | подходы к исследованию спроса и анализу маркетинговой деятельности, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | прогнозировать изменения спроса на основе аналитических данных, исследовать спрос, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", использовать полученную информацию в деятельности компании | методами исследования спроса в сети Интернет, технологиями использования полученных в результате исследования данных |

ПК-5 - Способен выбирать каналы продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", разрабатывать показатели эффективности продвижения, распределять работы и выделять ресурсы по реализации стратегии продвижения

| Планируемые результаты обучения по программе | Планируемые результаты обучения по дисциплине | | |
|--|---|--------------|----------------|
| | ПК-5.1.Знать | ПК-5.2.Уметь | ПК-5.3.Владеть |
| | | | |

| | | | |
|------|---|--|--|
| ПК-5 | каналы продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", знать способы и методы оценки эффективности распределения ресурсов организации и стратегии продвижения | принимать конкретные решения для разработки показатели эффективности продвижения, распределять работы и выделять ресурсы по реализации стратегии продвижения | методами выбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", подходами к разработке показателей эффективности продвижения, способами распределять работы и выделять ресурсы по реализации стратегии продвижения |
|------|---|--|--|

2. Указание места практики в структуре образовательной программы.

Раздел основной образовательной программы бакалавриата Б.2 "Практики" является обязательным и представляет собой форму практической подготовки, непосредственно ориентированную на будущую деятельность обучающихся.

3. Указание объема практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях либо в академических или астрономических часах.

| Семестр | Продолжительность (нед.) | ЗЕТ | Часов, в том числе часов контактной работы | Формы контроля |
|---------|--------------------------|-----|--|-----------------|
| 6 | 4 | 6 | 216/4 | Зачет с оценкой |

4. Содержание практики

| № п/п | Разделы (этапы) практики и виды работы | Результат обучения при прохождении практики |
|-------|--|---|
| 1 | Подготовительный этап: Прибытие на базу практики, согласование подразделения, в котором будет организовано рабочее место. Прохождение инструктажа по технике безопасности. Получение индивидуального задания от руководителя практики | УК-3.1, УК-4.1, УК-6.1 ПК-1.1, ПК-2.1, ПК-3.1 ПК -4.1, ПК -5.1 |
| 2 | Основной этап: -Сбор, обработка и анализ фактического материала в соответствии с индивидуальным заданием, в том числе ознакомление со структурой организации, нормативными документами, определяющими ее статус и функции, Определение основных методов исследования полученных фактических данных; Изучение литературы, основных достижений отечественной и зарубежной науки в области профессиональной деятельности. Периодический отчет перед руководителем практики | УК-3.2, УК-4.2, УК-6.2; ПК-1.2, ПК-2.2, ПК-3.2, ПК -4.2, ПК -5.2 |
| 3 | Заключительный этап: Синтез собранного фактического материала, подготовка аналитического материала в соответствии с индивидуальным заданием; | УК-3.1, УК-4.1, УК-6.1 ПК-1.1, ПК-2.1, ПК-3.1 ПК -4.1, ПК -5.1 УК-3.2, УК-4.2, УК-6.2; |

| | |
|---|--|
| Подготовка отчетной документации по итогам практики. | ПК-1.2, ПК-2.2, ПК-3.2, ПК-4.2, ПК -5.2 |
| Оценка результатов прохождения практики обучающимися (дифференцированный зачет с оценкой) | УК-3.1, УК-4.1, УК-6.1 ПК-1.1, ПК-2.1, ПК-3.1 ПК -4.1, ПК -5.1 УК-3.2, УК-4.2, УК-6.2; ПК-1.2, ПК-2.2, ПК-3.2, ПК-4.2, ПК -5.2 |

6. Указание форм отчетности по практике

Форма отчетности по практике – Отчет о прохождении практики (в соответствии с внутренними нормативными локальными актами СГЭУ)

Требования к отчету о прохождении практики:

Отчет по практике является документом, подлежащим учету и хранению на выпускающей кафедре. Он оформляется лично студентом (студентами), проходившим(и) практику.

Содержательная часть отчета отражает способности студента к сбору, обработке и отображению полученной информации, а оформительская – указывает на уровень форсированности навыков работы с документами.

Отчет может состоять как из текстового, так и из графического материалов. Текстовые материалы собираются в необходимой последовательности, листы нумеруются, скрепляются.

Обязательными структурными элементами отчета являются:

- титульный лист
- содержание (с указанием структурных элементов и соответствующих страниц);
- введение (краткое введение в содержание отчета, степень достижения целей и решенные задачи);
- основная часть отчета (в соответствии с индивидуальным заданием на практику);
- заключение (краткий анализ и выводы о достижении стоящих целей);
- список использованных или изученных источников, использованного программного обеспечения, информационно-справочных систем;

Текст отчета набирают на компьютере в текстовом процессоре MS Word, печатают на одной стороне белого стандартного листа формата А4 (210 X 297 мм) на принтере.

Размеры полей: верхнее и нижнее - 2 см; левое - 3 см; правое - 1,5 см.

Шрифт - Times New Roman.

Кегль (размер шрифта): основного текста - 14; сносок - 12; в таблицах и рисунках - 11 или 12 (по наполняемости).

Междустрочный интервал - полуторный. Выравнивание текста - по ширине. Нумерация страниц - в правом нижнем углу.

При оформлении в работе таблиц, схем, рисунков, диаграмм и т.д. следует учитывать следующее:

- каждая таблица и каждый рисунок (все иллюстрации в работе называются рисунками) должны иметь заголовки;
- каждая таблица и каждый рисунок должны иметь номер; не нумеруются только единственная в тексте таблица или рисунок;
- нумерация таблиц и рисунков может быть как сквозной (Таблица 1, Таблица 2 и т.д.), так и по главам (Рис. 1.1, Рис.5.2 и т.д.);
- при нумерации таблиц и рисунков знак «№» не ставится. Точка после цифры, обозначающей номер таблицы (рисунка), также не ставится.

7. Фонд оценочных средств для мероприятий текущего контроля обучающихся по практике

Текущий контроль является элементом системы независимой оценки качества образования в СГЭУ. Мероприятия текущего контроля по практике проводятся руководителем практики от университета в период проведения практики в следующих формах:

1. Контроль исполнения рабочего графика (плана) проведения практики.
2. Опрос обучающихся с использованием средств электронной информационно - образовательной среды СГЭУ.

8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

| Результат обучения при прохождении практики | Оценочное средство | |
|---|--------------------------------------|---------------------|
| | Защита отчета о прохождении практики | Контрольные вопросы |
| УК-3; УК-4; УК-6 | + | + |
| ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5 | + | + |

Уровни сформированности компетенций

Этап формирования компетенций УК-3; УК-4; УК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5 - промежуточный

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

| | УК-3.1 Знать | УК-3.2 Уметь | УК-3.3 Владеть |
|---|--|---|--|
| Пороговый | свою роль в команде | организовывать работу коллективов | методами организации и управления коллективом |
| Стандартный (в дополнение к пороговому) | методики формирования команд; | разрабатывать командную стратегию; управлять коллективом | планированием его действий |
| Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному) | методы эффективного руководства коллективами | разрабатывать мероприятия по личностному, образовательному и профессиональному росту. | подходами по осуществлению социального взаимодействия организации и общественности |

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

| | УК-4.1 Знать | УК-4.2 Уметь | УК-4.3 Владеть |
|---|---|---|---|
| Пороговый | современные коммуникативные технологии | применять на практике коммуникативные технологии | методикой межличностного делового общения на государственном языке |
| Стандартный (в дополнение к пороговому) | современные коммуникативные технологии на государственном и иностранном языках; | применять на практике деловую коммуникацию в устной и письменной формах | методикой межличностного делового общения на иностранном языке |
| Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному) | закономерности деловой устной и письменной коммуникации | применять на практике методы и способы делового общения. | знаниями в области применения профессиональных языковых форм и средств. |

| | | | |
|-----|--|--|--|
| му) | | | |
|-----|--|--|--|

УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

| | УК-6.1 Знать | УК-6.2 Уметь | УК-6.3 Владеть |
|---|--|---|---|
| Пороговый | основные принципы профессионального и личностного развития | управлять своим временем | способами управления своей познавательной деятельностью |
| Стандартный (в дополнение к пороговому) | основные принципы образования | выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития | способами совершенствования своей познавательной деятельностью |
| Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному) | исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда; способы совершенствования своей деятельности на основе самооценки. | решать задачи собственного профессионального и личностного развития, включая задачи изменения карьерной траектории; расставлять приоритеты. | навыками, способствующими, на основе самооценки и принципов образования, получать образование в течение всей жизни. |

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-1 - Способен анализировать конъюнктуру рынка товаров и услуг, разрабатывать техническое задание для проведения маркетингового исследования

| Планируемые результаты обучения по программе | Планируемые результаты обучения по дисциплине | | |
|---|--|---|---|
| | ПК-1.1.Знать | ПК-1.2.Уметь | ПК-1.3.Владеть (иметь навыки) |
| Пороговый | закономерности и тенденции развития спроса; | определять параметры рынка, емкость и занимаемую организацией долю рынка | навыками проведения маркетинговых исследований на предприятиях |
| Стандартный (в дополнение к пороговому) | методы выявления и формирования новых потребностей у покупателей | определять параметры рынка, анализировать рыночную конъюнктуру | методами разработки технического задания для проведения маркетингового исследования |
| Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному) | методы исследования рынка, конкурентов и продуктов | определять параметры рынка, анализировать рыночную конъюнктуру с использованием современных научных методов познания экономических явлений; | навыками анализа конъюнктуру рынка товаров и услуг, методами разработки технического задания для проведения маркетингового исследования |

ПК-4 - Способен исследовать спрос, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", прогнозировать изменения спроса на основе аналитических данных

| Планируемые результаты обучения по программе | Планируемые результаты обучения по дисциплине | | |
|---|--|---|--|
| | ПК-4.1 Знать | ПК-4.2 Уметь | ПК-4.3 Владеть (иметь навыки) |
| Пороговый | основные способы анализа спроса в социальной среде | исследовать спрос, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | методами исследования спроса в сети Интернет |
| Стандартный (в дополнение к пороговому) | существующие подходы к исследованию спроса в социальных проектах и анализу маркетинговой деятельности компании | прогнозировать изменения спроса на основе аналитических данных | современными подходами к управлению потребительским спросом |
| Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному) | возможности и перспективы использования социальных проектов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | использовать полученную информацию в деятельности компании | технологиями использования полученных в результате исследования данных |

ПК-2 - Способен подготавливать отчеты и рекомендации по результатам маркетинговых исследований, формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики

| Планируемые результаты обучения по программе | Планируемые результаты обучения по дисциплине | | |
|---|--|--|---|
| | ПК-2.1.Знать | ПК-2.2.Уметь | ПК-2.3.Владеть (иметь навыки) |
| Пороговый | основные правила составления отчетов по результатам маркетинговых исследований | проводить анализ результатов маркетингового исследования | методами оценки проведенного маркетингового исследования, |
| Стандартный (в дополнение к пороговому) | правила составления отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований, направления развития рынка | проводить анализ результатов маркетингового исследования, составлять отчеты по результатам маркетингового исследования | методами и инструментами оценки проведенного маркетингового исследования |
| Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному) | правила составления отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований, направления развития рынка для формирования предложений по совершенствованию товарной и ценовой политики | формировать рекомендации по развитию товарной и ценовой политики на основе результатов маркетингового исследования | методами и инструментами оценки проведенного маркетингового исследования, знаниями в области развития товарной и ценовой политики |

ПК-3 - Способен прогнозировать сбыт продукции и развитие рынка, формировать предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж, исследовать каналы продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения

| Планируемые результаты обучения по программе | Планируемые результаты обучения по дисциплине | | |
|---|--|--|--|
| | ПК-3.1.Знать | ПК-3.2.Уметь | ПК-3.3.Владеть (иметь навыки) |
| Пороговый | подходы к прогнозированию сбыта продукции | формировать предложения по совершенствованию систем сбыта | методами прогнозирования сбыта продукции и развития рынка, |
| Стандартный (в дополнение к пороговому) | подходы к прогнозированию сбыта продукции и развитию рынка | формировать предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж | методами формирования предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж |
| Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному) | способы формирования предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж, а также продвижения продукции | исследовать каналы продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения | методами каналов продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения |

ПК-5 - Способен выбирать каналы продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", разрабатывать показатели эффективности продвижения, распределять работы и выделять ресурсы по реализации стратегии продвижения

| Планируемые результаты обучения по программе | Планируемые результаты обучения по дисциплине | | |
|---|--|---|--|
| | ПК-5.1.Знать | ПК-5.2.Уметь | ПК-5.3.Владеть (иметь навыки) |
| Пороговый | каналы продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | выбирать каналы продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | методами выбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| Стандартный (в дополнение к пороговому) | показатели эффективности продвижения продукции | принимать конкретные решения для разработки показателей эффективности продвижения | подходами к разработке показателей эффективности продвижения |
| Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному) | знать способы и методы оценки эффективности распределения ресурсов организации и стратегии продвижения | распределять работы и выделять ресурсы по реализации стратегии продвижения | способами распределять работы и выделять ресурсы по реализации стратегии продвижения |

Процедура защиты отчета о прохождении практики

1. Защита проводится в случае, если отчет о прохождении практики соответствует требованиям, установленным настоящей программой, а руководитель практики от университета в характеристике, прилагаемой к отчету, рекомендовал отчет к защите.
2. Защита отчета о практике обучающимся осуществляется перед руководителем практики от Университета в соответствии с локальным нормативным актом, регламентирующим текущий контроль и промежуточную аттестацию.
3. На защите практики студент должен хорошо ориентироваться в содержании представленного отчета, уметь раскрыть общие результаты практики, продемонстрировать полученные навыки и умения, отвечать на теоретические и практические вопросы, дать предложения по совершенствованию и организации работы базы практики, сделать индивидуальные выводы о практической значимости для себя проведенного вида практики.

Контрольные вопросы

В соответствии с выбранным рынком/компаниями необходимо составить отчет следующего содержания:

1. Описание торговой марки (бренда), ее сферы деятельности, организационно правовой формы.
2. Структура основных видов деятельности компании, динамика изменения, основные экономические показатели деятельности компании.
3. Изучение информационной поддержки маркетинговой деятельности компании.
4. Анализ существующего комплекса маркетинга в компании
5. Оценка маркетинговой деятельности компании в области закупок и продаж
6. Проведение оценки конкурентоспособности компании на рынке (в сравнении с основными конкурентами и их продуктами)
7. Рассмотрение существующей маркетинговой концепции компании и собственные предложения и рекомендации для перспективного развития компании с точки зрения маркетинга Требования охраны труда и пожарной безопасности.

Шкала и критерии оценивания

| Оценка | Критерии оценки | Код оцениваемых компетенций | Уровень сформированности компетенций |
|-------------------------------|--|--|--------------------------------------|
| Зачтено (с оценкой «Отлично») | <ul style="list-style-type: none"> – индивидуальное задание выполнено в полном объеме, обучающийся проявил высокий уровень самостоятельности и творческий подход к его выполнению; – отчет о прохождении практики составлен в соответствии с требованиями и представлен в полном объеме; – сроки выполнения индивидуального задания и представления отчета не нарушены; – в процессе защиты отчета по практике студент демонстрирует системность и глубину знаний, владеет специальной терминологией, отвечает на вопросы исчерпывающе; – при прохождении прак- | УК-3; УК-4; УК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5 | Повышенный |

| | | | |
|--|--|---|-------------------|
| | <p>тики студент соблюдал правила внутреннего трудового распорядка, охраны труда и пожарной безопасности.</p> | | |
| <p>Зачтено (с оценкой «Хорошо»)</p> | <ul style="list-style-type: none"> – индивидуальное задание выполнено в полном объеме, обучающийся допустил неточности, в основном технического характера. – отчет о прохождении практики представлен в полном объеме, но при его составлении допущены неточности в структурировании материала, в оформлении, нарушена логика изложения. – сроки выполнения индивидуального задания и представления отчета не нарушены; – в процессе защиты отчета по практике студент демонстрирует системность и глубину знаний, владеет специальной терминологией, отвечает на вопросы, но допускает незначительные неточности; – при прохождении практики студент соблюдал правила внутреннего трудового распорядка, охраны труда и пожарной безопасности. – при прохождении практики студент соблюдал правила внутреннего трудового распорядка, охраны труда и пожарной безопасности. | <p>УК-3; УК-4; УК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5</p> | <p>Повышенный</p> |
| <p>Зачтено (с оценкой «Удовлетворительно»)</p> | <ul style="list-style-type: none"> – индивидуальное задание в целом выполнено, но имеются недостатки в выполнении отдельных заданий. – отчет о прохождении практики представлен в полном объеме, но при его составлении нарушено структурирование материала, индивидуальное задание раскрыто не полностью, есть недостатки в оформлении материала. – сроки выполнения индивидуального задания и представления отчета нарушены; – в процессе защиты отчета по практике студент демонстрирует | <p>УК-3; УК-4; УК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5</p> | <p>Пороговый</p> |

| | | | |
|--|--|--|-----------------------------|
| | <p>недостаточную полноту знаний, допускает ошибки в использовании специальной терминологии, неглубоко анализирует материал, сущность вопроса раскрывает только после наводящих вопросов преподавателя.</p> <p>– при прохождении практики студент соблюдал правила внутреннего трудового распорядка, охраны труда и пожарной безопасности.</p> | | |
| Не зачтено (с оценкой «Неудовлетворительно») | <p>– индивидуальное задание выполнено частично, имеются многочисленные замечания по оформлению собранного материала;</p> <p>– отчет о прохождении практики представлен не в полном объеме, структурирование нарушено, индивидуальное задание не раскрыто, оформление отчета полностью не соответствует требованиям, сроки сдачи отчета нарушены.</p> <p>– в процессе защиты студент демонстрирует фрагментарные знания, не владеет специальной терминологией, допускает грубые логические ошибки при ответе на вопросы преподавателя, которые не может исправить самостоятельно.</p> <p>– при прохождении практики студент не соблюдал правила внутреннего трудового распорядка, охраны труда и пожарной безопасности.</p> | УК-3; УК-4; УК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5 | Компетенции не сформированы |

9. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение, необходимое для проведения практики

9.1 Литература:

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Спивак, В. А. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для вузов / В. А. Спивак. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 460 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15321-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511179>

"Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15415-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514184>

Данько, Т. П. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько.

— 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01588-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510948>"

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, 2023. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512019>

Бизнес-статистика : учебник и практикум для вузов / И. И. Елисеева [и др.] ; под редакцией И. И. Елисеевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14822-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512161>

Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510958>

"Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510957>

Фомин, В. И. Информационный бизнес : учебник и практикум для вузов / В. И. Фомин. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 251 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14388-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515426>"

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Жернакова, М. Б. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00331-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510876>

"Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 374 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05049-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515049>

Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 219 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05052-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515507>

Ойнер, О. К. Управление результативностью маркетинга : учебник и практикум для вузов / О. К. Ойнер. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 350 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04642-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510667>"

"Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520372>

Жабина, С. Б. Маркетинг продукции и услуг. Общественное питание : учебное пособие для вузов / С. Б. Жабина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05141-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515290>

"

"Гендина, Н. И. Информационная культура личности в 2 ч. Часть 1 : учебное пособие для вузов / Н. И. Гендина, Е. В. Косолапова, Л. Н. Рябцева ; под научной редакцией Н. И. Гендиной. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 356 с. — (Высшее образование).

— ISBN 978-5-534-14328-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496984>

Гендина, Н. И. Информационная культура личности в 2 ч. Часть 2 : учебное пособие для вузов / Н. И. Гендина, Е. В. Косолапова, Л. Н. Рябцева ; под научной редакцией Н. И. Гендиной. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 308 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14419-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497004> "

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, 2023. — 170 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08407-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515137>

Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511454>

9.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, One-Note, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

9.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Нотариат.рф: средство массовой информации (Официальный сайт Федеральной нотариальной палаты: <http://www.notariat.ru/>)
3. Профессиональная база данных (Федеральный правовой портал «Юридическая Россия» <http://www.law.edu.ru/>)
4. Профессиональная база данных Официальный интернет-портал правовой информации. Государственная система правовой информации // <http://www.pravo.gov.ru;>
6. Профессиональная база данных Конституционного Суда РФ (Официальный сайт Конституционного Суда Российской Федерации // [www.ksrf.ru](http://www.ksrf.ru;));
7. Профессиональная база данных Верховного Суда РФ (Официальный сайт Верховного Суда Российской Федерации // [www.vsrfl.ru](http://www.vsrfl.ru;));
8. Официальный сайт Министерства юстиции Российской Федерации // www.minjust.ru
- 10.Профессиональная база данных «Судебные и нормативные акты РФ» <https://sudact.ru>

9.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. Справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

9.5. Специальные помещения

| Наименование специального помещения | Оборудование |
|---|---|
| Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций | Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран |

| | |
|---|---|
| | Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ |
| Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации | Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ |
| Помещение для самостоятельной работы | Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ |
| Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования | Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования |