

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический

университет»

Дата подписания: 23.06.2022 13:21

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

Институт менеджмента

Кафедра маркетинга, логистики и рекламы

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

«Самарский государственный экономический университет»

АННОТАЦИЯ

ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

вид практики: производственная практика

тип практики: практика по профилю профессиональной деятельности

способ проведения: стационарная/выездная

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

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент

Образовательная программа: Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации

1. Вид практики, способ и формы ее проведения.

Вид практики – производственная.

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: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

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.

2. Планируемые результаты обучения при прохождении практики, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения при прохождении практики		
	Знать	Уметь	Владеть
Универсальные компетенции			
<p>УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</p> <p>Этап формирования компетенции – 2 семестр промежуточный, 3 семестр завершающий</p>	<p>УК-2.1 методы управления проектами; этапы жизненного цикла проекта</p>	<p>УК-2.2 разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов; разрабатывать проекты, определять целевые этапы и основные направления работ</p>	<p>УК-2.2 навыками разработки проектов в избранной профессиональной сфере; методами оценки эффективности проекта, а также потребности в ресурсах</p>
Профессиональные компетенции			
<p>ПК – 2 Владением методами организации и проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов)</p> <p>Этап формирования компетенции – 2,3 семестры промежуточный</p>	<p>ПК – 2.1 методы организации и проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров, услуг, брендов</p>	<p>ПК – 2.2 организовать и запустить коммуникационные (рекламные) кампании в области товаров, услуг, брендов</p>	<p>ПК – 2.3 методами организации и проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров, услуг, брендов</p>

<p>ПК – 3</p> <p>. Владением методами и инструментами формирования фирменного стиля, имиджа и деловой репутации организации, разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации</p> <p>Этап формирования компетенции – 2,3 семестры промежуточный</p>	<p>ПК – 3.1 методы и инструменты формирования фирменного стиля, имиджа и деловой репутации организации, разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации</p>	<p>ПК – 3.2 использовать методы и инструменты формирования фирменного стиля, имиджа и деловой репутации организации, разрабатывать систему маркетинговых коммуникаций в организации</p>	<p>ПК – 3.3 методами формирования фирменного стиля, имиджа и деловой репутации организации, разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации</p>
<p>ПК – 4</p> <p>Владением методами проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> <p>Этап формирования компетенции – 2,3 семестры промежуточный</p>	<p>ПК – 4.1 инструменты и сервисы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>ПК – 4.2 проводить анализ эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>ПК – 4.3 методами и инструментами проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>

3. Указание места практики в структуре образовательной программы.

Раздел основной образовательной программы магистратуры Б.2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)» является обязательным и представляет собой форму практической подготовки, непосредственно ориентированную на будущую деятельность обучающихся.

4. 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
3	4	6	216/5,15	Зачет с оценкой