

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ РЫНКА»

СОГЛАСОВАНО

Руководитель УЛАОП

Сталькина У. М.
26 мая 2021 г.

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Перов С. Н.
26 мая 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

название практики

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Год начала подготовки по
программе: 2021

Кафедра менеджмента

Руководитель
образовательной программы

подпись

Горбунова О.А.

26 мая 2021 г.

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента
/протокол заседания № 10 от 24 мая 2021 г./

Заведующий кафедрой

подпись

Горбунова О.А.

Самара
2021

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРАКТИКИ

Вид практики:	Преддипломная практика
Тип практики:	Преддипломная практика
Способ проведения практики:	Стационарная практика
Форма(ы) проведения практики:	Дискретно, по виду практики
Место проведения практики:	АНО ВО Университет «МИР», кафедра менеджмента, профильные организации
Цель практики:	Получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, а также сбор материала для выполнения выпускной квалификационной работы
Задачи практики:	1. Изучение основных аспектов деятельности и управления организацией – базы практики; 2. Приобретение практических навыков по анализу и организации работы базы практики, овладение профессиональными умениями и получение опыта профессиональной деятельности. 3. Сбор фактических данных о результатах работы базы практики в области организации управленческой деятельности, а также в сфере проблем управления, выбранных для исследования в соответствии с темой выпускной квалификационной работы.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЁННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП ВО

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям) и практикам
ПК-1. Способен формулировать, реализовывать и контролировать выполнение задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга	ПК-1.И-1. Понимает основы теории поведения потребителей, включая современные модели принятия решений, принципы разработки стратегии развития продукта на рынке на всех этапах его жизненного цикла	ПК-1.И-1.В-1. Владеет навыками выбора методов управления поведением потребителей в процессе разработки стратегии развития продукта на рынке
	ПК-1.И-4. Разрабатывает стратегические и тактические решения в отношении комплекса маркетинга фирмы.	ПК-1.И-4.В-1. Владеет навыками разработки комплекса маркетинга с учетом отраслевых особенностей
	ПК-1.И-7. Применяет методы оценки эффективности маркетинговой стратегии.	ПК-1.И-7.В-1. Владеет навыками оценки маркетинговой стратегии
ПК-2. Способен применять различные подходы к организации	ПК-2.И-2. Планирует и осуществляет маркетинговые исследования, оценивает результаты маркетинговых	ПК-2.И-2.В-1. Владеет навыками проведения маркетинговых

и проведению сбора и анализа маркетинговой информации для обеспечения управленческих решений в области маркетинга	исследований и определяет качество входящей маркетинговой информации.	исследований
	ПК-2.И-3. Поддерживает маркетинговую информационную систему организации, работает с современными программными продуктами в области сбора, обработки и анализа данных маркетинговых исследований.	ПК-2.И-3.В-1. Владеет навыками работы с современными программными продуктами в области сбора, обработки и анализа данных маркетинговых исследований
ПК-3. Способен использовать инструменты маркетинга для разработки и реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПК-3.И-2. Разрабатывает стратегию интернет-продвижения.	ПК-3.И-2.В-1. Владеет навыками разработки стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
	ПК-3.И-3. Решает управленческие задачи по реализации стратегии интернет-продвижения.	ПК-3.И-3.В-1. Владеет навыками решения профессиональных задач по реализации стратегии интернет-продвижения

3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Индекс практики по учебному плану	Курс и семестр
Б2.О.03(Пд)	4 курс, 2 семестр

4. ОБЪЁМ И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Объём и продолжительность практики, формы отчётности

Показатель	Значение	Распределение по семестрам			
		1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр
Объём практики, зачётных единиц	6		6		
Объём практики, часов	216		216		
Продолжительность практики, недель	4		4		
Контроль	зачёт с оценкой		зачёт с оценкой		
Формы отчётности	Письменный отчёт о практике, отражающий результаты выполнения индивидуального задания на практику Устный отчёт о практике				

Содержание практики

Этап практики	Содержание этапа практики (виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью)
Подготовительный (ознакомительный)	Получение индивидуального задания на практику. Прохождение инструктажа по технике безопасности.
Основной	<p><i>Информационно-аналитическая деятельность</i></p> <p>Изучение теоретико-методологических основ проведения маркетинговых исследований в рамках объекта и предмета выпускной квалификационной работы (далее - ВКР).</p> <p>Проведение маркетингового исследования в рамках объекта и предмета ВКР</p> <p>Проведение комплексного анализа поведения потребителей в рамках объекта и предмета ВКР</p> <p>Анализ и оценка методов управления поведением потребителей в рамках объекта и предмета ВКР</p> <p>Анализ и оценка комплекса маркетинга в рамках объекта и предмета ВКР</p> <p>Анализ и оценка маркетинговой стратегии в рамках объекта и предмета ВКР,</p> <p>Анализ и оценка стратегии продвижения в сети Интернет в рамках объекта и предмета исследования</p> <p>Разработка предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности в рамках объекта и предмета ВКР</p> <p>Расчет показателей экономической эффективности предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности в рамках объекта и предмета ВКР</p>
Заключительный (подготовка отчёта)	<p>Подготовка письменного отчёта о практике.</p> <p>Подготовка устного отчёта о практике.</p>

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО И ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРАКТИКИ

Учебная литература, в том числе:

Основная:

1. Ваньке, А. Как собрать данные в полевом качественном исследовании : учебное пособие : [16+] / А. Ваньке, Е. Полухина, А. Стрельникова ; под общ. ред. Е. Полухиной ; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 256 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600869> (дата обращения: 21.08.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7598-1960-8 (в обл.). - ISBN 978-5-7598-2086-4 (e-book). – DOI 10.17323/978-5-7598-1960-8. – Текст : электронный.
2. Иванова, В. А. Исследования в маркетинге и рекламе : учебное пособие : [16+] / В. А. Иванова ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. – Москва : Дело, 2019. – 114 с. : схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612517> (дата обращения: 21.08.2021). – Библиогр.: с. 75-76. – ISBN 978-5-85006-183-8. – Текст : электронный.
3. Реброва, Н. П. Маркетинговые исследования: теоретические и практические аспекты : [16+] / Н. П. Реброва, Е. А. Лунева. – Москва : Прометей, 2020. – 159 с. : схем., ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612089> (дата обращения: 21.08.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-907244-41-2. – Текст : электронный.
4. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 294 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112211> (дата обращения: 21.08.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03074-1. – Текст : электронный.

5. Цой, М. Е. Маркетинговые исследования : учебное пособие : в 3 частях : [16+] / М. Е. Цой, В. Ю. Щеколдин ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2018. – Ч. 1. Направления и методы маркетинговых исследований. – 67 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=575338> (дата обращения: 21.08.2021). – Библиогр.: с. 62-64. – ISBN 978-5-7782-3635-6. – ISBN 978-5-7782-3636-3 (Ч. 1). – Текст : электронный.

Дополнительная:

1. Джанджугазова, Е. А. Маркетинговые исследования в индустрии гостеприимства : учебное пособие : [16+] / Е. А. Джанджугазова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 191 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597798> (дата обращения: 21.08.2021). – Библиогр.: с. 164-165. – ISBN 978-5-4499-1541-2. – DOI 10.23681/597798. – Текст : электронный.
2. Лужнова, Н. В. Стратегическое маркетинговое управление : учебник / Н. В. Лужнова, О. М. Калиева ; Оренбургский государственный университет. – Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2017. – 289 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776> (дата обращения: 21.08.2021). – ISBN 978-5-7410-1642-8. – Текст : электронный.
3. Складорова, О. А. Маркетинговый анализ : учебное пособие : [16+] / О. А. Складорова ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2017. – 115 с. : табл., граф., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567428> (дата обращения: 21.08.2021). – Библиогр.: с. 94-96. – ISBN 978-5-7972-2409-9. – Текст : электронный.

Лицензионное программное обеспечение:

1. LibreOffice, свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом.
2. Moodle. Среда дистанционного обучения с открытым кодом, свободная (распространяется по лицензии GNU GPL).

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. КиберЛенинка, российская научная электронная библиотека. URL: <https://cyberleninka.ru/>.
2. eLIBRARY.RU, российский информационно-аналитический портал. URL: <https://www.elibrary.ru/defaultx.asp>.
3. LINGUIST List. URL: <https://linguistlist.org/>.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Необходимые специальные помещения представляют собой учебные аудитории для контактной работы студентов с руководителем практики от Университета, включая текущий контроль и промежуточную аттестацию; помещения для самостоятельной работы студентов; помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Учебные аудитории для контактной работы укомплектованы учебной мебелью, в том числе мебелью для руководителя практики от Университета, учебной доской. Для проведения промежуточной аттестации по практике учебные аудитории оснащаются специальными техническими средствами (мультимедийный проектор, экран, компьютер, звуковые колонки).

Учебные аудитории для самостоятельной работы обучающихся укомплектованы учебной мебелью, оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа к электронной библиотеке и в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда Университета обеспечивают одновременный доступ не менее 25 процентов обучающихся.

Образовательный процесс по практике обеспечен комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, состав которого определён в разделе 5 данной рабочей программы практики и ежегодно обновляется.

Студентам обеспечен доступ (удалённый доступ) к современным профессиональным базам данных и информационно-справочным системам, состав которых определён разделом 5 данной рабочей программы практики и ежегодно обновляется.

Выбор мест прохождения практики и обеспечение материально-технической базы для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья выполняется с учётом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям) и практикам	Показатели оценивания
ПК-1. Способен формулировать, реализовывать и контролировать выполнение задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга	ПК-1.И-1. Понимает основы теории поведения потребителей, включая современные модели принятия решений, принципы разработки стратегии развития продукта на рынке на всех этапах его жизненного цикла	ПК-1.И-1.В-1. Владеет навыками выбора методов управления поведением потребителей в процессе разработки стратегии развития продукта на рынке	Содержание устного отчёта о практике корректно Содержание письменного отчёта о практике корректно
	ПК-1.И-4. Разрабатывает стратегические и тактические решения в отношении комплекса маркетинга фирмы.	ПК-1.И-4.В-1. Владеет навыками разработки комплекса маркетинга с учетом отраслевых особенностей	Содержание устного отчёта о практике корректно Содержание письменного отчёта о практике корректно
	ПК-1.И-7. Применяет методы оценки эффективности маркетинговой	ПК-1.И-7.В-1. Владеет навыками оценки маркетинговой стратегии	Содержание устного отчёта о практике корректно Содержание письменного отчёта о

	стратегии.		практике корректно
ПК-2. Способен применять различные подходы к организации и проведению сбора и анализа маркетинговой информации для обеспечения управленческих решений в области маркетинга	ПК-2.И-2. Планирует и осуществляет маркетинговые исследования, оценивает результаты маркетинговых исследований и определяет качество входящей маркетинговой информации.	ПК-2.И-2.В-1. Владеет навыками проведения маркетинговых исследований	Содержание устного отчёта о практике корректно Содержание письменного отчёта о практике корректно
	ПК-2.И-3. Поддерживает маркетинговую информационную систему организации, работает с современными программными продуктами в области сбора, обработки и анализа данных маркетинговых исследований.	ПК-2.И-3.В-1. Владеет навыками работы с современными программными продуктами в области сбора, обработки и анализа данных маркетинговых исследований	Содержание устного отчёта о практике корректно Содержание письменного отчёта о практике корректно
ПК-3. Способен использовать инструменты маркетинга для разработки и реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПК-3.И-2. Разрабатывает стратегию интернет-продвижения.	ПК-3.И-2.В-1. Владеет навыками разработки стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Содержание устного отчёта о практике корректно Содержание письменного отчёта о практике корректно
	ПК-3.И-3. Решает управленческие задачи по реализации стратегии интернет-продвижения.	ПК-3.И-3.В-1. Владеет навыками решения профессиональных задач по реализации стратегии интернет-продвижения	Содержание устного отчёта о практике корректно Содержание письменного отчёта о практике корректно

Типовое контрольное задание

Письменный отчёт о практике

При написании письменного отчёта о практике необходимо раскрыть вопросы по следующему плану:

Информационно-аналитическая деятельность

- теоретико-методологические основы проведения маркетинговых исследований в рамках объекта и предмета ВКР (ПК-2.И-2.В-1.)
- Результаты маркетингового исследования в рамках объекта и предмета ВКР (ПК-2.И-2.В-1, ПК-2.И-3.В-1.)
- комплексный анализ поведения потребителей в рамках объекта и предмета ВКР (ПК-1.И-1.В-1)
- методы управления поведением потребителей в рамках объекта и предмета ВКР (ПК-1.И-1.В-1)
- комплекс маркетинга в рамках объекта и предмета ВКР (ПК-1.И-4.В-1)
- маркетинговая стратегия в рамках объекта и предмета ВКР (ПК-1.И-7.В-1)
- стратегия продвижения в сети Интернет в рамках объекта и предмета ВКР (ПК-3.И-2.В-1, ПК-3.И-3.В-1.)
- предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности в рамках объекта и предмета ВКР (ПК-1.И-7.В-1)
- экономическая эффективность предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности в рамках объекта и предмета ВКР (ПК-1.И-7.В-1)

Устный отчёт о практике

Устный отчёт о практике включает:

- Защиту письменного отчёта о практике.
- Ответы на вопросы в соответствии с перечнем вопросов для устного отчёта о практике.

Требования к письменному отчёту о практике

Аттестация по итогам практики производится в виде защиты обучающимся выполненного отчёта, оформленного в соответствии с правилами и требованиями, установленными настоящей программой.

Отчёт о практике включает в себя:

- титульный лист отчёта (см. Приложение);
- содержание практики (см. Приложение);
- планируемые результаты практики (см. Приложение);
- индивидуальное задание на практику (см. Приложение);
- рабочий график проведения практики (см. Приложение);
- сведения о назначении руководителя практики от профильной организации (см. Приложение);
- сведения о проведении инструктажей по ознакомлению обучающихся с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, правилами внутреннего трудового распорядка (см. Приложение);
- отзывы руководителей практики (см. Приложение);
- письменный отчёт обучающегося о результатах выполнения индивидуального задания на практику (см. Приложение).

Письменный отчёт печатается в текстовом редакторе LibreOffice Writer или Microsoft Office Word на одной стороне стандартного листа белой бумаги одного сорта формата А4 (210 × 297 мм) с соблюдением следующих требований:

- ориентация – книжная;
- поля: левое – 25 мм, правое, верхнее и нижнее – 10 мм;

- гарнитура – Times New Roman;
- кегль – 12 пт;
- межстрочный интервал – 1;
- абзацный отступ – 1,25 см;
- выравнивание текста – по ширине страницы;
- цвет текста – чёрный (автоматически);
- выравнивание по центру и абзацные отступы выполняются штатными средствами текстовых редакторов, а не знаками пробела.

Все страницы отчёта должны быть пронумерованы арабскими цифрами вверху по центру. Титульный лист включается в общую нумерацию страниц, но номер страницы на нём не проставляется.

Письменный отчёт должен иметь чёткую структуру, диктуемую планом письменного отчёта, указанным в индивидуальном задании на практику. Пункты плана указываются в качестве заголовков, набираются полужирным шрифтом, без точки в конце и выравниваются по центру страницы.

Требования к оформлению отдельных элементов текста (ссылок, сносок, библиографии, таблиц, рисунков, формул) совпадают с требованиями к оформлению этих элементов, указанными в методических рекомендациях по подготовке выпускной квалификационной работы.

После оформления отчёта, он распечатывается и оформляется в папку или скоросшиватель.

Неполные и небрежно оформленные отчёты к защите не допускаются.

Вопросы для устного отчёта о практике

При подготовке устного отчёта о практике необходимо раскрыть вопросы по следующему плану:

Информационно-аналитическая деятельность

1. Дайте обоснование методам проведения маркетинговых исследований, которые использовались для изучения объекта и предмета ВКР (ПК-2.И-2.В-1)
2. Опишите программные продукты, которые использовались для сбора, обработки и анализа данных маркетинговых исследований (ПК-2.И-3.В-1)
3. Охарактеризуйте существующие методы управления поведением потребителей (ПК-1.И-1.В-1.)
4. Дайте характеристику элементам комплекса маркетинга в рамках объекта и предмета ВКР (ПК-1.И-4.В-1)
5. Какие существуют способы и инструменты оценки маркетинговой стратегии (ПК-1.И-7.В-1)
6. Какие существуют стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ПК-3.И-2.В-1.
7. Какие профессиональные задачи в рамках объекта и предмета ВКР решаются с помощью стратегии интернет-продвижения? (ПК-3.И-3.В-1)

Методические рекомендации к процедуре оценивания

Оценка результатов обучения при прохождении практики, характеризующих сформированность компетенции, проводится в процессе промежуточной аттестации студентов посредством контрольного задания. При этом процедура должна включать последовательность действий, описанную ниже.

1. Подготовительные действия включают:

Предоставление студентам контрольных заданий (индивидуальных заданий), а также, если это предусмотрено заданием, необходимых приложений (формы документов, справочники и т. п.);

Фиксацию времени получения задания студентом.

2. Контрольные действия включают:

Контроль соблюдения студентами дисциплинарных требований, установленных локальными актами Университета, регламентирующих организацию практики и организацию текущего контроля и промежуточной аттестации;

Контроль соблюдения студентами регламента времени на выполнение задания.

3. Оценочные действия включают:

Восприятие результатов выполнения студентом контрольного задания (индивидуального задания), представленных в устной, письменной или иной форме, установленной заданием.

Восприятие отзыва руководителя практики от профильной организации, представленного в отчёте о практике.

На зачёте обучающийся должен продемонстрировать результаты сформированности компетенций, обозначенные в разделе 2 данной рабочей программы.

Шкала интерпретации результата промежуточной аттестации (сформированности компетенций и результатов прохождения практики)

Оценка	Критерий
Зачёт с оценкой	
Отлично	90-100% требуемых результатов сформированности компетенций
Хорошо	70-89% требуемых результатов сформированности компетенций
Удовлетворительно	50-69% требуемых результатов сформированности компетенций
Неудовлетворительно	Менее 50% требуемых результатов сформированности компетенций
Зачёт	
Зачтено	50-100% требуемых результатов сформированности компетенций
Не зачтено	Менее 50% требуемых результатов сформированности компетенций

ПРИЛОЖЕНИЕ

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ РЫНКА»

ОТЧЁТ

о преддипломной практике

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг

Выполнил: Фамилия Имя Отчество

Проверил: руководитель практики от Университета
Фамилия Имя Отчество, к.э.н., доц.

Оценка:

Дата:

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ РЫНКА»

СОДЕРЖАНИЕ

преддипломной практики обучающихся

Этап практики	Содержание этапа практики (виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью)
Подготовительный (ознакомительный)	Получение индивидуального задания на практику. Прохождение инструктажа по технике безопасности
Основной	<p><i>Информационно-аналитическая деятельность</i></p> <p>Изучение теоретико-методологических основ проведения маркетинговых исследований в рамках объекта и предмета выпускной квалификационной работы (далее - ВКР).</p> <p>Проведение маркетингового исследования в рамках объекта и предмета ВКР</p> <p>Проведение комплексного анализа поведения потребителей в рамках объекта и предмета ВКР</p> <p>Анализ и оценка методов управления поведением потребителей в рамках объекта и предмета ВКР</p> <p>Анализ и оценка комплекса маркетинга в рамках объекта и предмета ВКР</p> <p>Анализ и оценка маркетинговой стратегии в рамках объекта и предмета ВКР,</p> <p>Анализ и оценка стратегии продвижения в сети Интернет в рамках объекта и предмета исследования</p> <p>Разработка предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности в рамках объекта и предмета ВКР</p> <p>Расчет показателей экономической эффективности предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности в рамках объекта и предмета ВКР</p>
Заключительный (подготовка отчёта)	<p>Подготовка письменного отчёта о практике.</p> <p>Подготовка устного отчёта о практике.</p>

Содержание практики соответствует требованиям, установленным основной профессиональной образовательной программой высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (утверждена 26 мая 2021 г.).

Руководитель практики от Университета _____ ФИО

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель практики от профильной организации _____ ФИО

ОЗНАКОМЛЕН:

Обучающийся _____ ФИО

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ РЫНКА»

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

преддипломной практики обучающихся

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям) и практикам
ПК-1. Способен формулировать, реализовывать и контролировать выполнение задач, связанных с процессом стратегического и тактического маркетинга	ПК-1.И-1. Понимает основы теории поведения потребителей, включая современные модели принятия решений, принципы разработки стратегии развития продукта на рынке на всех этапах его жизненного цикла	ПК-1.И-1.В-1. Владеет навыками выбора методов управления поведением потребителей в процессе разработки стратегии развития продукта на рынке
	ПК-1.И-4. Разрабатывает стратегические и тактические решения в отношении комплекса маркетинга фирмы.	ПК-1.И-4.В-1. Владеет навыками разработки комплекса маркетинга с учетом отраслевых особенностей
	ПК-1.И-7. Применяет методы оценки эффективности маркетинговой стратегии.	ПК-1.И-7.В-1. Владеет навыками оценки маркетинговой стратегии
ПК-2. Способен применять различные подходы к организации и проведению сбора и анализа маркетинговой информации для обеспечения управленческих решений в области маркетинга	ПК-2.И-2. Планирует и осуществляет маркетинговые исследования, оценивает результаты маркетинговых исследований и определяет качество входящей маркетинговой информации.	ПК-2.И-2.В-1. Владеет навыками проведения маркетинговых исследований
	ПК-2.И-3. Поддерживает маркетинговую информационную систему организации, работает с современными программными продуктами в области сбора, обработки и анализа данных маркетинговых исследований.	ПК-2.И-3.В-1. Владеет навыками работы с современными программными продуктами в области сбора, обработки и анализа данных маркетинговых исследований
ПК-3. Способен использовать инструменты маркетинга для разработки и реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационно	ПК-3.И-2. Разрабатывает стратегию интернет-продвижения.	ПК-3.И-2.В-1. Владеет навыками разработки стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
	ПК-3.И-3. Решает управленческие задачи по реализации стратегии интернет-продвижения.	ПК-3.И-3.В-1. Владеет навыками решения профессиональных задач по

й сети «Интернет»		реализации стратегии интернет-продвижения
-------------------	--	--

Руководитель практики от Университета _____ ФИО

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель практики от профильной
организации _____ ФИО

ОЗНАКОМЛЕН:

Обучающийся _____ ФИО

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ РЫНКА»

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

на преддипломную практику

Этап практики	Индивидуальное задание для выполнения этапа практики (виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью)
Подготовительный (ознакомительный)	Получить индивидуальное задание на практику. Пройти инструктаж по технике безопасности
Основной	<p><i>Информационно-аналитическая деятельность</i></p> <p>Изучение теоретико-методологических основ проведения маркетинговых исследований в рамках объекта и предмета выпускной квалификационной работы (далее - ВКР).</p> <p>Проведение маркетингового исследования в рамках объекта и предмета ВКР</p> <p>Проведение комплексного анализа поведения потребителей в рамках объекта и предмета ВКР</p> <p>Анализ и оценка методов управления поведением потребителей в рамках объекта и предмета ВКР</p> <p>Анализ и оценка комплекса маркетинга в рамках объекта и предмета ВКР</p> <p>Анализ и оценка маркетинговой стратегии в рамках объекта и предмета ВКР,</p> <p>Анализ и оценка стратегии продвижения в сети Интернет в рамках объекта и предмета исследования</p> <p>Разработка предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности в рамках объекта и предмета ВКР</p> <p>Расчет показателей экономической эффективности предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности в рамках объекта и предмета ВКР</p>
Заключительный (подготовка отчёта)	<p><i>Информационно-аналитическая деятельность</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретико-методологические основы проведения маркетинговых исследований в рамках объекта и предмета ВКР - Результаты маркетингового исследования в рамках объекта и предмета ВКР - комплексный анализ поведения потребителей в рамках объекта и предмета ВКР - методы управления поведением потребителей в рамках объекта и предмета ВКР - комплекс маркетинга в рамках объекта и предмета ВКР - маркетинговая стратегия в рамках объекта и предмета ВКР - стратегия продвижения в сети Интернет в рамках объекта и предмета ВКР - предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности в рамках объекта и предмета ВКР - экономическая эффективность предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности в рамках объекта и предмета ВКР <p>Формулирование выводов.</p>

ВЫДАЛ:

Руководитель практики от Университета _____

ФИО

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель практики от профильной
организации

ФИО

ПОЛУЧИЛ:

Обучающийся

ФИО

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ РЫНКА»

РАБОЧИЙ ГРАФИК

преддипломной практики обучающихся

Продолжительность практики: 4 недели

Этап практики	Содержание этапа практики (виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью)	Сроки выполнения (дни практики)
Подготовительный (ознакомительный)	Получение индивидуального задания на практику. Прохождение инструктажа по технике безопасности	
Основной	<p><i>Информационно-аналитическая деятельность</i></p> <p>Изучение теоретико-методологических основ проведения маркетинговых исследований в рамках объекта и предмета выпускной квалификационной работы (далее - ВКР).</p> <p>Проведение маркетингового исследования в рамках объекта и предмета ВКР</p> <p>Проведение комплексного анализа поведения потребителей в рамках объекта и предмета ВКР</p> <p>Анализ и оценка методов управления поведением потребителей в рамках объекта и предмета ВКР</p> <p>Анализ и оценка комплекса маркетинга в рамках объекта и предмета ВКР</p> <p>Анализ и оценка маркетинговой стратегии в рамках объекта и предмета ВКР,</p> <p>Анализ и оценка стратегии продвижения в сети Интернет в рамках объекта и предмета исследования</p> <p>Разработка предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности в рамках объекта и предмета ВКР</p> <p>Расчет показателей экономической эффективности предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности в рамках объекта и предмета ВКР</p>	
Заключительный (подготовка отчёта)	Подготовка письменного отчёта о практике. Подготовка устного отчёта о практике.	

СОСТАВИТЕЛИ:

Руководитель практики от Университета _____

ФИО

Руководитель практики от профильной организации _____

ФИО

ОЗНАКОМЛЕН:

Обучающийся

ФИО

СВЕДЕНИЯ

о назначении руководителя практики от профильной организации

Наименование профильной организации:

организационно-правовая форма и полное наименование органи:

Руководитель практики от профильной организации:

фамилия, имя, отчество полностью

соответствует требованиям статьи 331
Трудового кодекса Российской
Федерации

Назначен

Приказом

№ _____

от «____»

20__ г.

Руководитель профильной организации
ФИО

подпись, печать

СВЕДЕНИЯ

о проведении инструктажей

1. Инструктаж по ознакомлению обучающегося с требованиями охраны труда, техн
безопасности, пожарной безопасности

ПРОВЕДЕН:

Руководитель практики от профильной организации
ФИО

ПРОЙДЕН:

Обучающийся
ФИО

2. Инструктаж по ознакомлению обучающегося с правилами внутреннего трудового распоряд

ПРОВЕДЕН:

Руководитель практики от профильной организации:
ФИО

ПРОЙДЕН:

Обучающийся
ФИО

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ РЫНКА»

ОТЗЫВЫ
руководителей практики
о прохождении преддипломной практики

Обучающимся: _____

Группы: _____

Направления подготовки: _____

Профиля подготовки: _____

Отзыв руководителя практики от профильной организации

Рекомендуемая оценка: _____ Кол-во баллов: _____

Руководитель практики от профильной
организации:

подпись, печать

ФИО

Отзыв руководителя практики от Университета

Руководитель практики от Университета _____

ФИО

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ РЫНКА»

ПИСЬМЕННЫЙ ОТЧЁТ

о прохождении преддипломной практики
