

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

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе и
качеству образования

_____ И.А.Долгова

17 апреля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ (ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ) ПРАКТИКА

Направление подготовки:	38.03.02 Менеджмент
Профиль подготовки:	Менеджмент и маркетинг в цифровой среде
Квалификация:	бакалавр
Форма обучения:	Очная
Год начала подготовки:	2024

Самара
2024

Рабочая программа составлена в соответствии с:

1. федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 года № 970;
2. основной профессиональной образовательной программой высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профилю «Менеджмент и маркетинг в цифровой среде», утверждённой 17 апреля 2024 года;
3. рабочим учебным планом по программе бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, профилю «Менеджмент и маркетинг в цифровой среде», одобренным Учёным советом Университета 17 апреля 2024 года, протокол № 04/24.

Разработчик программы: Устина Н.А. кандидат исторических наук, доцент

Рабочая программа согласована с руководителем образовательной программы 38.03.02 Менеджмент. Рабочая программа согласована с руководителем Управления лицензирования и аккредитации образовательных программ Университета.

Рабочая программа рассмотрена и рекомендована на заседании кафедры менеджмента и цифрового маркетинга 29 февраля 2024 года, протокол № 6.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРАКТИКИ

Вид практики:	Производственная практика
Тип практики:	Технологическая (проектно-технологическая) практика
Способ проведения практики:	Стационарная практика
Форма(ы) проведения практики:	Дискретно, по виду практики
Место проведения практики:	АНО ВО Университет «МИР», кафедра менеджмента и цифрового маркетинга, профильные организации
Цель практики:	Получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.
Задачи практики:	<ol style="list-style-type: none"> 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 маркетинговой деятельности предприятия. 4. Формирование и разработка предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности организации в условиях динамичной среды.

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, в том числе в информационно-коммуникационной сети «Интернет»	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-2. Понимает модели и методы управления комплексом маркетинга организации, основные современные технологии продвижения продукта на рынок, отраслевые особенности организации службы маркетинга, основы теории брендинга.	ПК-1.И-2.В-1. Знает методику разработки и управления комплексом маркетинга с учетом отраслевых особенностей
	ПК-1.И-3. Проводит сегментацию рынка и определяет целевые сегменты.	ПК-1.И-3.В-1. Владеет навыками сегментировать рынок

	ПК-1.И-6. Применяет методы прогнозирования спроса.	ПК-1.И-6.В-1. Владеет навыками прогнозирования спроса
	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 в том числе в информационно-коммуникационной сети «Интернет», 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-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.02(П)	4 курс, 8 семестр

4. ОБЪЁМ И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Объём и продолжительность практики, формы отчётности

Семестры	Объём практики, часов/з.е.	Продолжительность, недель	Контроль
8 семестр	216/6	4	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 документов, регулирующих и определяющих деятельность организации.</p> <p>Характеристика основных видов хозяйственной деятельности, производимой продукции, оказываемых услуг.</p> <p>Изучение организационной структуры, ее типа и характера взаимоотношений между структурными подразделениями.</p> <p>Изучение задач и функций маркетинговой службы, ее структуры</p> <p>Анализ компетенций сотрудников маркетинговой службы. Разработка предложений по программе повышения квалификации специалистов маркетинговой службы</p> <p>Комплексный анализ внешних факторов и факторов внутренней среды организации, анализ их влияния на деятельность организации.</p> <p>Расчет показателей экономической эффективности функционирования организации и разработка рекомендаций по ее повышению.</p> <p>Анализ маркетинговой деятельности организации, реализуемой маркетинговой стратегии. Разработка рекомендаций по улучшению маркетинговой деятельности предприятия и повышению эффективности маркетинговой деятельности.</p> <p>Характеристика коммерческой деятельности организации.</p> <p>Формулирование выводов.</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 : [16+] / Н. Б. Сафронова. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 293 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684403> (дата обращения: 23.05.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04587-5. – Текст : электронный..
5. Шевченко, Д. А. Исследования коммуникации: ATL BTL PR : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 243 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701345> (дата обращения: 23.05.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3742-1. – 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. Исследование поведения потребителей : учебник : [16+] / Е. Г. Агаларова, И. Ю. Антонова, Е. А. Косинова, М. В. Пономаренко ; Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь : Секвойя, 2020. – 153 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=700575> (дата обращения: 23.05.2023). – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.
3. Маркетинговый анализ : инструментарий и кейсы : учебник / под ред. Л. С. Латышовой. – 5-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 150 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697013> (дата обращения: 23.05.2023). – ISBN 978-5-394-05282-8. – DOI 10.29030/978-5-394-05282-8-2023. – 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:

4. КиберЛенинка, российская научная электронная библиотека. URL: <https://cyberleninka.ru/>.
5. eLIBRARY.RU, российский информационно-аналитический портал. URL: <https://www.elibrary.ru/defaultx.asp>.
6. 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-3. Проводит сегментацию рынка и определяет целевые сегменты.	ПК-1.И-3.В-1. Владеет навыками сегментирования рынка	Содержание устного отчёта о практике корректно Содержание письменного отчёта о практике корректно
	ПК-1.И-6. Применяет методы прогнозирования спроса.	ПК-1.И-6.В-1. Владеет навыками прогнозирования спроса	Содержание устного отчёта о практике корректно Содержание письменного отчёта о практике корректно

	ПК-1.И-7. Применяет методы оценки эффективности маркетинговой стратегии.	ПК-1.И-7.В-1. Владеет навыками оценки маркетинговой стратегии	Содержание устного отчёта о практике корректно Содержание письменного отчёта о 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-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

- характеристика основных видов хозяйственной деятельности предприятия, производимой продукции, оказываемых услуг. ПК-3.И-3.В-1.

- характеристика организационной структуры ПК-3.И-3.В-1.
 - описание задач и функций маркетинговой службы, ее структуры ПК-1.И-2.В-1.
 - описание компетенций сотрудников маркетинговой службы. ПК-3.И-3.В-1.
 - разработка предложений по повышению квалификации специалистов маркетинговой службы ПК-3.И-3.В-1.
 - Характеристика коммерческой деятельности организации. ПК-3.И-3.В-1.
 - анализ внешней среды организации ПК-1.И-3.В-1., ПК-1.И-6.В-1.
 - оценка экономической эффективности функционирования организации ПК-1.И-1.В-1.
 - маркетинговая деятельность организации, маркетинговая стратегия. ПК-1.И-7.В-1., ПК-2.И-3.В-1.
 - разработка рекомендаций по улучшению маркетинговой деятельности предприятия ПК-2.И-2.В-1.
- Формулирование выводов.

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 сверху 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:

Организационно-управленческая деятельность

1. Какие функции включает бизнес-процесс по разработке комплекса маркетинга? ПК-1.И-2.В-1.
2. Какие существуют методы управления поведением потребителей. Какие факторы обуславливают выбор методов управления потребителями? ПК-1.И-1.В-1.
3. Как в ходе разработки комплекса маркетинга учитываются отраслевые особенности деятельности ПК-1.И-2.В-1.
4. Дайте характеристику видам маркетинговых стратегий. Какие из них используются на предприятии? ПК-1.И-7.В-1.

Педагогическая деятельность

5. Какие существуют способы и формы обучения сотрудников маркетинговых служб в освоении ими программам продуктов сбора, обработки и анализа данных маркетинговых исследований? ПК-2.И-3.В-1.

Информационно-аналитическая деятельность

6. Опишите бизнес-процесс сегментирования рынка. ПК-1.И-3.В-1.
7. Дайте характеристику сегментам рынка предприятия ПК-1.И-3.В-1.
8. Дайте характеристику информационно-аналитическим ресурсам, используемым для прогнозирования спроса ПК-1.И-6.В-1.
9. Какие существуют методы маркетинговых исследований в зависимости от объекта? ПК-2.И-2.В-1.
10. Какие существуют программные продукты в области сбора, обработки и анализа данных маркетинговых исследований? ПК-2.И-3.В-1.

Коммерческая деятельность

11. Какие существуют способы интернет-продвижения продуктов и услуг предприятия? 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 технологической (проектно-технологической) практике**

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг

С содержанием, планируемыми результатами, индивидуальным заданием и рабочим графиком ознакомлен и выполнил	Обучающийся:	<i>Фамилия Имя Отчество</i>	<i>Подпись</i>
Согласовал индивидуальное задание и рабочий график, составил отзыв	Руководитель практики от профильной организации:	<i>Фамилия Имя Отчество</i>	<i>Подпись</i>
Проверил отчёт и составил отзыв	Руководитель практики от Университета:	<i>Фамилия Имя Отчество, степень, звание</i>	<i>Подпись</i>
Оценка:		Дата:	

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

СОДЕРЖАНИЕ

технологической (проектно-технологической) 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> Изучение документов, регулирующих и определяющих деятельность организации. Характеристика основных видов хозяйственной деятельности, производимой продукции, оказываемых услуг. Изучение организационной структуры, ее типа и характера взаимоотношений между структурными подразделениями. Изучение задач и функций маркетинговой службы, ее структуры Анализ компетенций сотрудников маркетинговой службы. Разработка предложений по программе повышения квалификации специалистов маркетинговой службы Комплексный анализ внешних факторов и факторов внутренней среды организации, анализ их влияния на деятельность организации. Расчет показателей экономической эффективности функционирования организации и разработка рекомендаций по ее повышению. Анализ маркетинговой деятельности организации, реализуемой маркетинговой стратегии. Разработка рекомендаций по улучшению маркетинговой деятельности предприятия и повышению эффективности маркетинговой деятельности. Характеристика коммерческой деятельности организации. Формулирование выводов.</p>
Заключительный (подготовка отчёта)	Подготовка письменного отчёта о практике. Подготовка устного отчёта о практике.

Содержание практики соответствует требованиям, установленным основной профессиональной образовательной программой высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (утверждена 17 апреля 2024 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

Технологической (проектно-технологической) 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-3. Проводит сегментацию рынка и определяет целевые сегменты.	ПК-1.И-3.В-1. Владеет навыками сегментировать рынок
	ПК-1.И-6. Применяет методы прогнозирования спроса.	ПК-1.И-6.В-1. Владеет навыками прогнозирования спроса
	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-	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

телекоммуникационной сети «Интернет»		
--------------------------------------	--	--

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 технологическую (проектно-технологическую) 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> Изучение документов, регулирующих и определяющих деятельность организации. Характеристика основных видов хозяйственной деятельности, производимой продукции, оказываемых услуг. Изучение организационной структуры, ее типа и характера взаимоотношений между структурными подразделениями. Изучение задач и функций маркетинговой службы, ее структуры Анализ компетенций сотрудников маркетинговой службы. Разработка предложений по программе повышения квалификации специалистов маркетинговой службы Комплексный анализ внешних факторов и факторов внутренней среды организации, анализ их влияния на деятельность организации. Расчет показателей экономической эффективности функционирования организации и разработка рекомендаций по ее повышению. Анализ маркетинговой деятельности организации, реализуемой маркетинговой стратегии. Разработка рекомендаций по улучшению маркетинговой деятельности предприятия и повышению эффективности маркетинговой деятельности. Характеристика коммерческой деятельности организации. Формулирование выводов.</p>
Заключительный (подготовка отчёта)	<p><i>Информационно-аналитическая деятельность</i> - характеристика основных видов хозяйственной деятельности предприятия, производимой продукции, оказываемых услуг. - характеристика организационной структуры - описание задач и функций маркетинговой службы, ее структуры - описание компетенций сотрудников маркетинговой службы. - разработка предложений по повышению квалификации специалистов маркетинговой службы Характеристика коммерческой деятельности организации. - анализ внешней среды организации - оценка экономической эффективности функционирования организации - маркетинговая деятельность организации, маркетинговая стратегия. - разработка рекомендаций по улучшению маркетинговой деятельности предприятия 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

технологической (проектно-технологической) 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 документов, регулирующих и определяющих деятельность организации.</p> <p>Характеристика основных видов хозяйственной деятельности, производимой продукции, оказываемых услуг.</p> <p>Изучение организационной структуры, ее типа и характера взаимоотношений между структурными подразделениями.</p> <p>Изучение задач и функций маркетинговой службы, ее структуры</p> <p>Анализ компетенций сотрудников маркетинговой службы. Разработка предложений по программе повышения квалификации специалистов маркетинговой службы</p> <p>Комплексный анализ внешних факторов и факторов внутренней среды организации, анализ их влияния на деятельность организации.</p> <p>Расчет показателей экономической эффективности функционирования организации и разработка рекомендаций по ее повышению.</p> <p>Анализ маркетинговой деятельности организации, реализуемой маркетинговой стратегии. Разработка рекомендаций по улучшению маркетинговой деятельности предприятия и повышению эффективности маркетинговой деятельности.</p> <p>Характеристика коммерческой деятельности организации.</p> <p>Формулирование выводов.</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

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

СВЕДЕНИЯ

о назначении руководителя практики от профильной организации

Наименование профильной
организации:

организационно-правовая форма и полное наименование
организации

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

подпись, печать

ФИО

СВЕДЕНИЯ

о проведении инструктажей

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

ПРОВЕДЕН:

Руководитель практики от профильной
организации

ФИО

ПРОЙДЕН:

Обучающийся

ФИО

2. Инструктаж по ознакомлению обучающегося с правилами внутреннего трудового распорядка

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 технологической (проектно-технологической) практики

Обучающимся: _____

Группы: _____

Направления подготовки: _____

Профиля подготовки: _____

Отзыв руководителя практики от профильной организации

Рекомендуемая оценка: _____ Кол-во баллов: _____

Руководитель практики от профильной
организации:

ФИО

подпись, печать

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 технологической (проектно-технологической) практики
