

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Протокол
Ученого совета института
менеджмента и информационных
технологий
№ 1 от 30.08.2018 г.



УТВЕРЖДАЮ
Председатель
Ученого совета института
менеджмента и информационных
технологий
А.Ю. Коковихин
/Коковихин А.Ю./
(подпись)

**ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ
(ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ**

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль)
Рекламный менеджмент

Автор: Изакова Н.Б.

Одобрена на заседании кафедры
маркетинга и международного
менеджмента
Протокол № 1 от 28.08.2018 г.

Зав. кафедрой *Л.М. Капустина*
(подпись)
Капустина Л.М.

Рекомендована УМК института
менеджмента и информационных
технологий
Протокол № 1 от 28.08.2018 г.

Председатель *Е.В. Зубкова*
(подпись)
Зубкова Е.В.

Екатеринбург
2018

1. ВИД И ТИП ПРАКТИКИ, СПОСОБ И ФОРМЫ ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ

Вид и тип практики	Способ и формы проведения практики	Место проведения практики
Преддипломная практика	Способы проведения производственной практики: - стационарная; - выездная.	Производственная преддипломная практика проводится (как правило) на предприятиях – базах практики, с которыми у УрГЭУ заключены договоры о прохождении практики.

Стационарная практика проводится в университете либо в профильной организации, независимо от ее территориального расположения.

Выездная практика проводится вне университета и вне профильной организации. Может проводиться в полевой форме, на полигонах при создании необходимых, специальных условий.

Обучающиеся по договору о целевом обучении проходят производственную практику, как правило, в организациях, с которыми заключен договор о целевом обучении. В случае невозможности в университете или другой профильной организации.

Студенты, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить практики по месту работы в случае, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям к содержанию практики и не противоречит требованиям ФГОС ВО.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цель преддипломной практики - формирование общепрофессиональных, профессиональных и профессиональных дополнительных компетенций которые включают:

- закрепление и углубление теоретических знаний, полученных в процессе обучения;
- приобретение необходимых практических умений и навыков работы в соответствии с выбранным направлением профессиональной подготовки;
- комплексное освоение студентами различных видов профессиональной деятельности бакалавра по направлению «Менеджмент» профилю «Рекламный менеджмент»;
- приобретение опыта практической работы и навыков самостоятельного решения профессиональных задач; сбор материалов для написания выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы).

Основанием для допуска студента к производственной преддипломной практике является успешное освоение им дисциплин учебного плана направления подготовки «Менеджмент» профиля «Рекламный менеджмент». Направление на практику оформляется приказом по университету.

В результате прохождения практики студент должен демонстрировать знания, навыки и умения в соответствии установленными в образовательной программе уровнями сформированности компетенций.

Преддипломную практику каждый студент проходит по индивидуальному плану – графику, увязанному программой практики с темой бакалаврской работы. Приступая к практике, студенты совместно с научным руководителем выбирают и утверждают тему и развернутый план бакалаврской работы.

Задачами производственной (преддипломной) практики являются:

- *приобретение* навыков, необходимых для осуществления профессиональной деятельности бакалавра, формирование высокого уровня подготовленности, самостоятельности и ответственности в условиях современной экономики при решении профессиональных задач;
- *организация* систематической самостоятельной работы с учебной, научной, специальной, нормативно-методической литературой, способствующей формированию творческого подхода к решению проблем профессиональной деятельности;
- *творческая обработка* компилятивного материала по теме бакалаврской работы;
- *сбор* данных и углубленный анализ коммерческой, маркетинговой и рекламной деятельности предприятия не менее чем за три года его работы;
- *обобщающая оценка* информации об экономическом состоянии предприятия;
- *оценка* маркетинговой и рекламной стратегии предприятия с точки зрения адекватности рыночной среде;
- *критический анализ* деятельности предприятия по общим и специальным вопросам (при этом критический анализ деятельности предприятия по специальным вопросам предполагает использование знаний, полученных студентом в процессе теоретического обучения);
- *формирование* выводов и разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности предприятия.

Конкретные задачи практики зависят от места ее прохождения, выбранной темы бакалаврской работы и определяются согласно программе практики.

Студент должен знать:

- основные методы принятия решений в управлении операционной: коммуникационной, рекламной деятельностью организаций
- основы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации; направленной на обеспечение конкурентоспособности.
- взаимосвязи между стратегиями компаний;
- основы подготовки сбалансированных управленческих решений
- принципы документального оформления решений в управлении операционной (рекламной) деятельности организаций
- факторы макросреды организации
- экономические основы поведения организаций
- структуру рынка
- методы количественного и качественного анализа информации
- базовые правила документального оформления решений в управлении операционной деятельности организации
- методы реорганизации бизнес-процессов в рекламной деятельности организации
- основные методы оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности
- принципы разработки анкет, планов проведения фокус-групп
- принципы организации рекламной кампании
- методы оценки эффективности рекламных коммуникаций
- понятие креативной стратегии
- концепции различных видов рекламного продукта

Студент должен уметь:

- принимать решений в управлении операционной коммуникационной, рекламной деятельностью организаций
- проводить стратегический анализ; разрабатывать и осуществлять стратегии организации; направленные на обеспечение конкурентоспособности.
- анализировать взаимосвязи между стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;

- оформлять документы в процессе управления операционной (рекламной) деятельностью организаций
- анализировать конкурентную среду отрасли
- строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели
- документально оформлять решения в управлении операционной деятельности организации при внедрении изменений в рамках профессиональной деятельности
- моделировать бизнес-процессы в рекламной деятельности организации
- оценить экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности
- анализировать новые рыночные возможности
- разрабатывать программу проведения маркетингового исследования
- разрабатывать план рекламной кампании
- проводить оценку рекламной деятельности
- выбирать оптимальные технологии разработки рекламного продукта

Студент должен владеть:

- методами принятия решений в управлении операционной: коммуникационной, рекламной деятельностью организаций
- навыками: стратегического анализа; разработки и осуществления стратегии организации; стратегического анализа; направленной на
 - обеспечение конкурентоспособности
- Навыками анализа взаимосвязи между стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений
 - навыками документального оформления решений в управлении операционной (рекламной) деятельностью организаций
 - анализировать конкурентную среду отрасли
 - строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели
 - документально оформлять решения в управлении операционной деятельности организации при внедрении изменений в рамках профессиональной деятельности
 - моделировать бизнес-процессы в рекламной деятельности организации
 - оценить экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности
 - анализировать новые рыночные возможности
 - навыками обработки и анализа данных, полученных в ходе маркетинговых исследований с помощью программного комплекса SPSS, составлять отчет о результатах маркетингового исследования
 - навыками анализа и оценки рекламной деятельности, эффективности рекламных коммуникаций
 - навыками разработки креативной стратегии рекламной кампании

Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики представлен в таблице.

Общекультурные компетенции	
Способен использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции	ОК-1
Способен анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	ОК-2
Способен использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	ОК-3

Способен к коммуникации в устный и письменный формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	ОК-4
Способен работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	ОК-5
Способен к самоорганизации и самообразованию	ОК-6
Способен использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	ОК-7
Способен использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций	ОК-8
Общепрофессиональные компетенции	
Владеет навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности	ОПК-1
Способен находить организационно-управленческие решения и готов нести за них ответственность с позиции социальной значимости принимаемых решений	ОПК-2
Способен проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия	ОПК-3
Способен осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	ОПК-4
Владеет навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем	ОПК-5
Владеет методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций	ОПК-6
Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	ОПК-7
Профессиональные компетенции ПК	
Организационно-управленческая деятельность	
Профессиональные компетенции ПК	
Организационно-управленческая деятельность	
Владеет навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	ПК-1
Владеет различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде	ПК-2
Владеет навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	ПК-3
Умеет применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в	ПК-4

том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации	
Способен анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	ПК-5
Способен участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	ПК-6
Владеет навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умеет координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ	ПК-7
Владеет навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	ПК-8
Информационно-аналитическая деятельность	
Способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	ПК-9
Владеет навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	ПК-10
Владеет навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов	ПК-11
Умеет организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации(предприятия, органа государственного или муниципального управления)	ПК-12
Умеет моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организации	ПК-13
Умеет применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета	ПК-14
Умеет анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании	ПК-15
Владеет навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов	ПК-16
Предпринимательская деятельность	
Способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	ПК-17
Владеет навыками бизнес-планирования, создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)	ПК-18
Владеет навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками	ПК-19

Владеет навыками подготовки организационных и распределительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур	ПК-20
Профессиональные дополнительные компетенции*	
Способность разрабатывать проекты маркетингового исследования; находить вторичную маркетинговую информацию; разрабатывать анкеты, планы проведения фокус-группы и другие формы для сбора первичной маркетинговой информации; выполнять полевые работы; обрабатывать и анализировать данные, полученные в ходе маркетинговых исследований с помощью программного комплекса SPSS, составлять отчет о результатах маркетингового исследования.	ППК-21
Владение навыками принятия управленческих решений по вопросу организации рекламных кампаний, в области коммуникаций и продвижения бренда в условиях перенасыщенности информационного поля в ограниченное время с высокой скоростью.	ППК-22
Владение навыками анализа и оценки рекламной деятельности, эффективности рекламных коммуникаций.	ППК-23
Способность к разработке креативной стратегии рекламной кампании и созданию концепций различных видов рекламного продукта, умение выбрать оптимальные технологии для производства рекламного продукта	ППК-24

3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Преддипломная практика является составной частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования и проводится для выполнения выпускной квалификационной работы и является обязательной. Производственная (преддипломная) практика базируется на знаниях и умениях, полученных в ходе изучения дисциплин учебного плана, таких как: Финансовый менеджмент, Копирайтинг и нейминг, BTL-технологии в рекламе, Поведение потребителей, Медиапланирование, Искусство презентаций и ведение деловых переговоров, Связи с общественностью.

Основанием для допуска студента к производственной практике является успешное освоение им дисциплин учебного плана. Направление на практику оформляется приказом ректора с указанием закрепления каждого студента за профильной организацией или университетом (структурным подразделением), а также с указанием вида и срока прохождения практики и в соответствии с разработанными учебно-методическим управлением шаблонами приказов о направлении на практику.

4. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И ЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ В НЕДЕЛЯХ ЛИБО В АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

Общая трудоемкость производственной практики составляет 27 зачетных единиц (18 недель).

5. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

№ п/п	Этапы практики	Содержание	Формы контактной работы и
-------	----------------	------------	---------------------------

			контроля
1.	Организационны й	<ul style="list-style-type: none"> - Ознакомительное занятие, постановка цели и задач предстоящей практики; знакомство с требованиями, предъявляемыми к производственной (преддипломной) практике, методическими указаниями и критериями оценки, получение индивидуального задания; - Консультация руководителя практики от кафедры, выбор темы и составление плана бакалаврской работы, получение индивидуального задания; - Прибытие на место практики; - Инструктаж по технике безопасности, охране труда, правилам внутреннего распорядка; - Ознакомительная экскурсия; - Заполнение индивидуального задания практики - Консультация с руководителем практики от организации. 	Собеседование, консультирование
2.	Основной	<ul style="list-style-type: none"> - Сбор материала по индивидуальному заданию для выполнения выпускной квалификационной работы; - Выполнение заданий руководителя практики от организации, участие в работе подразделения; - Изучение специальной, нормативно-методической литературой - Обработка компилятивного материала по теме бакалаврской работы - Сбор данных и углубленный анализ коммерческой, маркетинговой и рекламной деятельности предприятия не менее чем за три года его работы - Оценка маркетинговой и рекламной стратегии предприятия с точки зрения адекватности рыночной среде - Критический анализ деятельности предприятия по общим и специальным вопросам - Формирование выводов и разработка рекомендаций по совершенствованию деятельности предприятия 	Самоконтроль, собеседование, консультирование
3.	Заключительный	<ul style="list-style-type: none"> - Получение отзыва от руководителя практики от предприятия; - Подготовка письменного варианта отчета по практике; - Устная защита отчета по практике; - Обсуждение с руководителем собранного во время прохождения практики материала и его использования для написания бакалаврской работы 	Защита отчета по итогам прохождения практики

Содержание практики

Организационный этап.

На данном этапе студентом совместно с руководителем отрабатывается намеченный план ВКР, уточняются ее цель и задачи, подбирается научная литература, намечаются порядок, сроки и объем проведения необходимых теоретических и экспериментальных исследований, наблюдений, расчетов. При необходимости, по согласованию с научным руководителем, корректируется задание относительно объекта исследования, приемов и методов проведения исследований.

Руководителем практики от профильной организации (предприятия) проводятся индивидуальные беседы по конкретным вопросам программы преддипломной практики, организуются ознакомительные посещения студентами производственных подразделений, служб, отделов предприятия.

Основной этап практики подразделяется на исследовательский и аналитический.

Исследовательский этап.

Основная цель этапа – формирование и обработка информации об изучаемом объекте, позволяющей выявить его состояние, закономерности и тенденции развития. Ясная и правильно поставленная студентом цель ВКР, дает возможность наиболее точно определить содержание, характер, объем необходимой для исследования информации, упрощает разработку форм, методов и последовательности ее сбора. Важно установить перечень показателей, на основе которых может быть дана объективная оценка состояния и эффективности работы всего исследуемого объекта, отдельных его участков деятельности и исполнителей.

Основными источниками информации являются:

- учредительные документы;
- все виды планов предприятия, организации, подразделений, отделов, служб;
- бизнес-планы;
- действующие нормы и нормативы;
- техническая документация;
- положение об учетной политике предприятия (организации), положение о формировании фонда оплаты труда, фонда потребления и накопления и иных фондов;
- формы финансового учета и отчетности;
- формы бухгалтерского учета и отчетности;
- положения о подразделениях и должностные инструкции;
- информационные базы данных клиентов, конкурентов, поставщиков;
- результаты опросов потребителей.

Заключительной стадией исследовательского этапа является систематизация и обобщение результатов. Обобщенные материалы в виде аналитических таблиц, различного рода графиков, диаграмм, схем дают наиболее наглядное и точное представление о состоянии и изменении изучаемых процессов.

Аналитический этап.

Главная цель данного этапа работы – получить глубокое понимание сущности и причин сложившегося положения, возникновения проблемы на основе анализа состояния развития компании, экономических и финансовых результатов деятельности, организационных, управленческих, производственных систем, оценки влияния важнейших факторов, их определяющих. Конечным результатом аналитической работы является изложение основных выводов по исследованиям и рекомендаций по устранению выявленных недостатков с их расчетным обоснованием или соответствующей мотивацией.

В соответствии с поставленными задачами студент работает по следующим задачам:

1. Характеристика организации, организационно-правовой статус предприятия (организации) и его подразделений, филиалов; система взаимоотношений с вышестоящими органами и собственными структурными подразделениями
2. Характеристика рынка, анализ конкурентоспособности организации
3. Выявить, описать потребности потребителей в продукте (услуге) организации, описать процесс формирования и удовлетворения потребностей;
4. Разработать комплекс интегрированных маркетинговых коммуникаций, в том числе с использованием рекламы;
5. Проектирование рекламы и осуществление рекламных мероприятий в деятельности компании, выбор или разработка средств рекламы товаров для продвижения их на рынке;
6. Сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления рекламной деятельностью;
7. Изучение и прогнозирование спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка;
8. Составление документации в области профессиональной деятельности (рекламной) и проверка правильности ее оформления;
9. Соблюдение действующего законодательства и нормативных документов, а также требований, установленных техническими регламентами, стандартами, положениями договоров;
10. Выбор деловых партнеров с учетом определенных критериев, проведение деловых переговоров, заключение договоров на взаимовыгодной основе и контроль их выполнения;

11. Анализ и оценка профессиональной деятельности (рекламной) для разработки стратегии организации (предприятия);

12. Организация и осуществление профессиональной деятельности (рекламной);

13. Организация, проведение маркетинговых исследований и оценка их эффективности;

14. Проведение научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям) в соответствии с утвержденными методиками;

15. Участие в разработке инновационных методов, средств и технологий осуществления профессиональной деятельности (рекламной);

16. Участие в реализации проектов в области рекламы

Необходимо детально рассмотреть и проанализировать работу предприятия с точки зрения применения стратегического, финансового, экономического, организационного, инновационного менеджмента и других видов менеджмента с учетом темы ВКР.

Заключительный этап.

Данный этап работы включает формулирование окончательных выводов и рекомендаций. Намечаются предложения, реализация которых может повысить эффективность изучаемых видов деятельности, качество продукции, услуг, повысить объем продаж (услуг) и др. Ориентировочно определяется эффективность предложений.

Результаты преддипломной практики студента оценивает научный руководитель ВКР на основании совокупности представленных ему исследовательских и аналитических материалов, а также письменного отзыва – характеристики руководителя практики от предприятия о степени выполнения студентом программы практики, качестве приобретенных навыков практической работы. По окончании практики студент представляет руководителю практики от университета отчет.

6. ФОРМА ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

6. ФОРМА ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

Аттестация по итогам прохождения практики проводится в форме дифференцированного зачета. По результатам практики студент составляет отчет о выполнении работ, свидетельствующих о закреплении теоретических знаний и умений, приобретении практического опыта, освоении компетенций.

Структура отчета:

Титульный лист.

Содержание.

Аналитические материалы о деятельности предприятия (в соответствии с индивидуальным заданием).

Список использованных источников.

Приложения (при необходимости).

Вместе с отчетом студент предоставляет на выпускающую кафедру индивидуальное задание с характеристикой деятельности студента, подписанный руководителем практики от организации – базы практики.

Отчет следует представить в печатном варианте: формат А-4, шрифт 14, интервал – 1,5. Объем отчета: 15-20 печатных страниц. Такие элементы отчета, как организационная структура управления предприятия (организации), последовательность технологических процессов и операций, логистическая система, должны быть представлены в виде схем. Цифровой материал – в виде таблиц. Весь изученный и рассмотренный в отчете материал (структура, динамика, соответствие современным тенденциям развития) следует проанализировать и аргументировать.

Результаты выполненной работы также рекомендуется представить в виде презентации (10-12 слайдов). Демонстрация презентации и публичное выступление студента предполагается во время защиты отчета по практике.

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

7.1 Паспорт фонда оценочных средств (далее - ФОС) по практике

Общекультурные компетенции		Оценочное средство
Способен использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции	ОК-1	ФОС по производственной практике
Способен анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	ОК-2	
Способен использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	ОК-3	
Способен к коммуникации в устный и письменный формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	ОК-4	
Способен работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	ОК-5	
Способен к самоорганизации и самообразованию	ОК-6	
Способен использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	ОК-7	
Способен использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций	ОК-8	
Общепрофессиональные компетенции		
Владеет навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности	ОПК-1	ФОС по производственной практике
Способен находить организационно-управленческие решения и готов нести за них ответственность с позиции социальной значимости принимаемых решений	ОПК-2	

Способен проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия	ОПК-3	
Способен осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	ОПК-4	
Владеет навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем	ОПК-5	
Владеет методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций	ОПК-6	
Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	ОПК-7	
Профессиональные компетенции ПК		
Организационно-управленческая деятельность		
Владеет навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	ПК-1	ФОС по производственной практике
Владеет различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде	ПК-2	
Владеет навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	ПК-3	
Умеет применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации	ПК-4	
Способен анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	ПК-5	
Способен участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	ПК-6	
Владеет навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и	ПК-7	

контрактов, умеет координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ		
Владеет навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	ПК-8	
	Информационно-аналитическая деятельность	
Способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	ПК-9	
Владеет навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	ПК-10	
Владеет навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов	ПК-11	
Умеет организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации(предприятия, органа государственного или муниципального управления)	ПК-12	
Умеет моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организации	ПК-13	
Умеет применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета	ПК-14	
Умеет анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании	ПК-15	
Владеет навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов	ПК-16	
Предпринимательская деятельность		
Способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	ПК-17	ФОС по производственной практике

Владеет навыками бизнес-планирования, создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)	ПК-18	
Владеет навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками	ПК-19	
Владеет навыками подготовки организационных и распределительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур	ПК-20	
Профессиональные дополнительные компетенции*		
Способность разрабатывать проекты маркетингового исследования; находить вторичную маркетинговую информацию; разрабатывать анкеты, планы проведения фокус-группы и другие формы для сбора первичной маркетинговой информации; выполнять полевые работы; обрабатывать и анализировать данные, полученные в ходе маркетинговых исследований с помощью программного комплекса SPSS, составлять отчет о результатах маркетингового исследования.	ППК-21	ФОС по производственной практике
Владение навыками принятия управленческих решений по вопросу организации рекламных кампаний, в области коммуникаций и продвижения бренда в условиях перенасыщенности информационного поля в ограниченное время с высокой скоростью.	ППК-22	
Владение навыками анализа и оценки рекламной деятельности, эффективности рекламных коммуникаций.	ППК-23	
Способность к разработке креативной стратегии рекламной кампании и созданию концепций различных видов рекламного продукта, умение выбрать оптимальные технологии для производства рекламного продукта	ППК-24	

7.2 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования (представлен в разделе 2 данной программы производственной практики)

7.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

В качестве доказательства достижения результатов обучения по программе производственной преддипломной практики студент должен представить:

- график (план) выполненных работ, подтверждающий выполнение индивидуального задания;
- отчет по практике.

Отчет оформляется в соответствии с Положением о требованиях по оформлению рефератов, контрольных, курсовых и выпускных квалификационных. Отчет объемом 25-30 страниц машинописного текста представляется на бумажных носителях. Отчет содержит введение и две части.

Во введении отражается цель и задачи практики.

В первой части отчета должны найти отражение следующие виды информации (в зависимости от темы выпускной квалификационной работы).

- Привести (или сформулировать) историю создания, философию и миссию организации.

- Привести (или сформулировать) корпоративную стратегию организации и стратегические цели.

- Привести структуру управления организацией в целом или одного из её подразделений, дать её характеристику.

- В качестве примеров привести образцы положений о подразделении, положений о деятельности, должностных инструкций.

- Провести характеристику рынка, анализ конкурентоспособности организации

- Провести и представить результаты SWOT анализа

- Выявить, описать потребности потребителей в продукте (услуге) организации, описать процесс формирования и удовлетворения потребностей;

- Разработать комплекс интегрированных маркетинговых коммуникаций, в том числе с использованием рекламы;

- Привести образцы нормативных документов, регламентирующих рекламную деятельность организации.

- Проектирование рекламы и осуществление рекламных мероприятий в деятельности компании, выбор или разработка средств рекламы товаров для продвижения их на рынке;

- Сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления рекламной деятельностью;

- Изучение и прогнозирование спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка;

- Составление документации в области профессиональной деятельности (рекламной) и проверка правильности ее оформления;

- Анализ и оценка профессиональной деятельности (рекламной) для разработки стратегии организации (предприятия);

- Организация, проведение маркетинговых исследований и оценка их эффективности;

- Проведение научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям) в соответствии с утвержденными методиками;

- Участие в реализации проектов в области рекламы

- Оценить, с помощью количественных и качественных методов, эффективность коммуникационных мероприятий.

Первая часть отчета должна содержать выводы по всем оцениваемым направлениям деятельности (в зависимости от выбранной студентом темы ВКР).

Вторая часть отчета «Рекомендации по совершенствованию деятельности» должна содержать рекомендации по совершенствованию деятельности предприятия (в соответствии с темой ВКР).

Цифровой материал (основные экономические показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятия (организации), представляются за 1-2 года в виде таблиц. Весь изученный и представленный в отчете материал (его структура, динамика, соответствие современным тенденциям развития) должен быть проанализирован.

Защиту отчета принимает руководитель практики от университета в установленные сроки.

Форма отчетности – дифференцированный зачет.

Критерии оценивания представленного плана (графика) выполненных работ, отчета по практике, тестов и заданий

Структура оценочных средств

№ п/п	Контролируемые	Контролируемые компетенции	Наименование оценочного
-------	----------------	----------------------------	-------------------------

	разделы		средства/вопросы по защите
1	Отчет по практике	Все компетенции	Содержание соответствует установленным требованиям. Полнота и адекватность использования практического материала собранного на предприятии. Оформление соответствует требованиям. Основные понятия, проблемы изложены полно и глубоко. Присутствует грамотность и культура изложения.
2	Защита отчета по практике	Все компетенции	Доклад (защитное слово) систематизирован и структурирован. Сделаны обобщения и сопоставления различных аспектов деятельности предприятия. Сделаны и аргументированы основные выводы. На предложенные вопросы следуют четкие структурированные ответы. Отчетливо видна самостоятельность суждений.

7.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений навыков и (или) опыта деятельности

(содержатся в отдельном документе основной профессиональной образовательной программы – в фондах оценочных средств по производственной практике)

7.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности

Примерные контрольные вопросы для проведения аттестации по итогам практики:

1. Каковы назначение, цели деятельности, структура организации (учреждения), в которой проходила практика?
2. На основании каких учредительных документов функционирует данная организация (учреждение)?
3. Какой материал был собран в рамках темы ВКР?
4. Какие знания, умения и навыки были приобретены / развиты результате прохождения практики?
5. Какие задания были выполнены в ходе прохождения практики?
6. Какие рекомендации были разработаны?

Оценочное средство	Методические материалы
Оценка публичного выступления по критериям	Используется для оценивания студентами выступлений однокурсников, для формирования навыков публичного выступления
Подготовка презентации	Предлагается приготовить презентацию с учетом

	требований к публичному выступлению, четкости, краткости и визуальной привлекательности. Оценивается умение преподнести кратко большой объем информации по теме, привлечь внимание к проблеме, выделить наиболее значимые вопросы, сформулировать актуальность, цель, задачи, предмет и объект исследования
--	---

8. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

8.1 Основная литература

1. Поляков, В. А. **Рекламный менеджмент** [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению "Статистика" и другим экономическим специальностям (Бакалавр) / В. А. Поляков, А. А. Романов. - Москва : КУРС: ИНФРА-М, 2018. - 352 с. <http://znanium.com/go.php?id=961748>
2. Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям подготовки "Реклама и связи с общественностью" и "**Менеджмент**" (уровень бакалавриата) / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. - Москва : Дашков и К°, 2016. - 512 с. <http://znanium.com/go.php?id=520466>
3. Шестаков, Ю. А. История рекламы [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю. А. Шестаков ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Дон. гос. техн. ун-т. - Москва : РИОР: ИНФРА-М, 2016. - 259 с. <http://znanium.com/go.php?id=534016>
4. Бренд в современной культуре [Электронный ресурс] : монография / Л. М. Дмитриева [и др.]. ; под ред. Л. М. Дмитриевой ; Омс. гос. техн. ун-т. - Москва : Магистр: ИНФРА-М, 2015. - 200 с. <http://znanium.com/go.php?id=522964>
5. Блюм, М. А. Маркетинг рекламы [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования / М. А. Блюм, Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова. - 2-е изд. - Москва : ФОРУМ: ИНФРА-М, 2015. - 144 с. <http://znanium.com/go.php?id=460565>
6. Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы [Электронный ресурс] : практическое пособие / П. А. Кузнецов. - Москва : Дашков и К°, 2014. - 296 с. <http://znanium.com/go.php?id=511984>
7. Бережная, Е. В. **Методы и модели принятия управленческих решений** [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 "Менеджмент" (квалификация (степень) бакалавр) / Е. В. Бережная, В. И. Бережной. - Москва : ИНФРА-М, 2017. - 384 с. <http://znanium.com/go.php?id=661263> Поляков, В. А. Рекламный менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. А. Поляков, А. А. Романов. - Москва : КУРС: ИНФРА-М, 2012. - 352 с. <http://znanium.com/go.php?id=257602>
8. Вечканов, Г. С. Макроэкономика [Текст] : для бакалавров и магистрантов : учебник для студентов, обучающихся по специальности 060800 "Экономика и управление на предприятии (по отраслям)" / Г. С. Вечканов, Г. Р. Вечканова. - 5-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2016. - 446 с. 15экз.
9. Гукасян, Г. М. **Экономическая теория: ключевые вопросы** [Электронный ресурс] : учебное пособие : учебник для студентов высших экономических заведений / Г. М. Гукасян. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2017. - 224 с. <http://znanium.com/go.php?id=757090>
10. Гуськов, Ю. В. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : учебник / Ю. В. Гуськов. - 2-е изд., стер. - Москва : ИНФРА-М, 2016. - 264 с. <http://znanium.com/go.php?id=526441>

11. Иванова, Т. Ю. **Теория организации** [Текст] : учебник по специальности "Менеджмент **организации**" / Т. Ю. Иванова. - 4-е изд., стер. - Москва : КноРус, 2016. - 428 с. 1экз.
12. **Информационные системы и технологии** в экономике и управлении [Текст] : учебник для академического бакалавриата : для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / [В. В. Трофимов [и др.]] ; под ред. В. В. Трофимова ; С.-Петербург. гос. экон. ун-т. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2016. - 542 с. 5экз.
13. Лапыгин, Ю. Н. **Теория организаций** [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению "Менеджмент" / Ю. Н. Лапыгин. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2017. - 324 с. <http://znanium.com/go.php?id=635005>
14. **Маркетинг** [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки "Коммерция" и специальностям "Коммерция" (торговое дело)", "**Маркетинг**", "Реклама" / [Т. Н. Парамонова [и др.]] ; под ред. Т. Н. Парамоновой ; Рос. гос. торгово-экон. ун-т. - 5-е изд., стер. - Москва : КноРус, 2016. - 358 с. 6экз.
15. **Маркетинг** [Электронный ресурс] : учебник / В. В. Герасименко [и др.]] ; под ред. В. В. Герасименко ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Экон. фак. - 3-е изд. - Москва : Проспект, 2016. - 512 с. <http://znanium.com/go.php?id=672940>
16. Менеджмент: учебная и производственная практики бакалавра [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. Е. Черницын [и др.]] ; под общ. ред.: В. И. Звонникова, С. Д. Резника. - Москва : ИНФРА-М, 2015. - 168 с. <http://znanium.com/go.php?id=472507>
17. Нуреев, Р. М. Курс микроэкономики [Текст] : учебник / Р. М. Нуреев ; [учеб.-метод. материалы подгот.: С. Б. Авдашева [и др.]] ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. - 3-е изд., испр. и доп. - Москва : Норма: ИНФРА-М, 2017. - 623 с. 7экз.
18. Основы **менеджмента** [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. И. Королев [и др.]] ; под ред. В. И. Королева ; Всерос. акад. внешней торговли. - Москва : Магистр: ИНФРА-М, 2017. - 624 с. <http://znanium.com/go.php?id=757804>
19. Райченко, А. В. **Менеджмент** [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. В. Райченко, И. В. Хохлова. - Москва : ИНФРА-М, 2016. - 368 с. <http://znanium.com/go.php?id=553544>
20. Резник, С. Д. **Введение в менеджмент** [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 080200 "**Менеджмент**" / С. Д. Резник, И. А. Игошина ; под общ. ред. С. Д. Резника. - 2-е изд., доп. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 416 с. 20экз.
21. Смирнов, Э. А. **Теория организации** [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (квалификация (степень) «бакалавр») / Э. А. Смирнов ; Гос. ун-т упр. - Москва : ИНФРА-М, 2016. - 248 с. <http://znanium.com/go.php?id=548741>
22. Соловьев, Б. А. **Маркетинг** [Электронный ресурс] : Учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению 38.03.01 "Экономика" и экономическим специальностям / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. - Москва : ИНФРА-М, 2017. - 336 с. <http://znanium.com/go.php?id=608883>
23. Угурчиев, О. Б. Теория менеджмента [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. Б. Угурчиев, З. М. Бероева. - Москва : РИОР: ИНФРА-М, 2016. - 268 с. <http://znanium.com/go.php?id=521043>
24. Фаррахов, А. Г. Теория **менеджмента**. История управленческой мысли, теория организации, организационное поведение [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 (080200.62) «**Менеджмент**» (квалификация (степень) «бакалавр») / А. Г. Фаррахов. - Москва : ИНФРА-М, 2016. - 272 с. <http://znanium.com/go.php?id=538741>

8.2 Дополнительная литература

1. Волков, О. И. Экономика предприятия : учебное пособие / О. И. Волков, В. К. Складенко. - 2-е изд. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 264 с. <http://znanium.com/go.php?id=459574>
2. Нуреев, Р. М. Курс микроэкономики : Учебник / Р. М. Нуреев. - 3. - Москва : ООО "Юридическое издательство Норма", 2016. - 624 с. <http://znanium.com/go.php?id=544062>
3. Менеджмент : учебник для академического бакалавриата : для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / [Ю. В. Кузнецов [и др.] ; под ред. Ю. В. Кузнецова ; С.-Петербург. гос. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. - 448 с. 5 экз

8.3 Интернет-ресурсы:

- 1) www.nlr.ru. – Российская национальная библиотека (РНБ);
- 2) www.rsl.ru – Российская государственная библиотека (РГБ);
- 3) www.inion.ru – Институт научной информации по общественным наукам РАН (ИНИОН);
- 4) www.forexpf.ru- Библиотека по техническому и фундаментальному экономическому анализу
- 5) www.libertarium.ru- Библиотека «Либертариум»
- 6) www.porairussia.com –Международная ассоциация маркетинга в ритейле
- 7) www.ram.comch.ru – Российская ассоциация маркетинга
- 8) www.raso.ru – Российская ассоциация по связям с общественностью
- 9) www.retail.ru - Все о розничной торговле
- 10) www.adbusiness.ru – Реклама и PR в малом и среднем бизнесе
- 11) www.akarussia.ru – Ассоциация коммуникационных агентств России
- 12) www.aup.ru – Менеджмент и маркетинг в бизнесе
- 13) www.businesspress.ru - Деловая пресса. Электронные газеты

9.ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ (ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ)

Офисное программное обеспечение:

- Microsoft Office 2016

Программы для ЭВМ «Лицензия на право установки и использования операционной системы общего назначения Astra Linux Common Edition ТУ 5011-001-88328866-2008 версии 2.12. Контракт на выполнение работ для нужд УРГЭУ № 35-У/2018 от «13» июня 2018 г.

Программы для ЭВМ «Мой Офис Стандартный. Лицензия Корпоративная на пользователя для образовательных организаций, без ограничения срока действия. Контракт на выполнение работ для нужд УРГЭУ № 35-У/2018 от «13» июня 2018 г.

Права на программы для ЭВМ «Лицензия на право установки и использования операционной системы общего назначения Astra Linux Common Edition ТУ 5011-001-88328866-2008 версии 2.12 формат поставки электронный (Включает предоставление права использования обновлений продукта в течение 12 месяцев) для рабочей станции», № 4433 в Едином реестре российских программ для электронных вычислительных машин и баз данных.	600
Права на программы для ЭВМ «МойОфис Стандартный. Лицензия Корпоративная на пользователя для образовательных организаций, без ограничения срока действия, с правом на получение обновлений на 1 год», № 283 в Едином реестре российских программ для электронных вычислительных машин и баз данных.	600
Право на использование программы «КриптоПро CSP» версия 4.0, №515 в Едином реестре российских программ для электронных вычислительных машин и баз данных, регистрационный номер сертификата соответствия ФСБ СФ/114-2863.	5
Права на программы для ЭВМ «Лицензия на право установки и использования операционной системы общего назначения «Astra Linux Common Edition» ТУ 5011-001-88328866-2008 версии 2.12 формат поставки электронный (Включает предоставление права использования обновлений продукта в течение 12 месяцев) для серверов», № 4433 в Едином реестре российских программ для электронных вычислительных машин и баз данных.	3

Сайт библиотеки УрГЭУ

<http://lib.usue.ru/>

Перечень договоров ЭБС		
(за период, соответствующий сроку получения образования по ООП)		
Учебный год	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
2017/2018	Контракт № 07102017 от 13.10.2017 ООО «Знаниум»	с «07» октября 2017 г. по «06» октября 2018 г.
2018/2019	Контракт № 250918-эбс от 25.09.2018 ООО «Знаниум»	с «08» октября 2018 г. по «07» октября 2019 г.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Реализация производственной практики осуществляется на предприятиях (согласно заключенным договорам) с использованием материально-технической базы, обеспечивающей проведение всех видов деятельности обучающихся, предусмотренных программой практики.

Для работы с документированной информацией практиканту необходимо наличие помещения, оснащенного спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам.

Для проведения защиты практики требуется аудитория и мультимедийное оборудование

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский государственный экономический университет»**

**Факультет
Кафедра маркетинга и международного менеджмента**

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

**Студент:
Курс: 4
Направление 38.03.02 Менеджмент
Профиль: Рекламный менеджмент
Место прохождения практики :**

Формулировка индивидуального задания :
 - сбор, обработка информации;
 - формирование навыков и умений в соответствии с обозначенными в программе практики компетенциями.

График (план) проведения практики (18 недель)

Дата	Описание работы	Содержание и планируемые результаты практики
(6 недели)	<p>Исследовательский этап</p> <p>Формирование и обработка информации об изучаемом объекте, позволяющей выявить его состояние, закономерности и тенденции развития в соответствии с темой ВКР.</p>	<p>1. Характеристика организации, организационно-правовой статус предприятия (организации) и его подразделений, филиалов; система взаимоотношений с вышестоящими органами и собственными структурными подразделениями</p> <p>2. Характеристика рынка, анализ конкурентоспособности организации</p> <p>3. Выявить, описать потребности потребителей в продукте (услуге) организации, описать процесс формирования и удовлетворения потребностей;</p> <p>4. Сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления рекламной деятельностью;</p> <p>5. Изучение и прогнозирование спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка;</p> <p>6. Анализ и оценка профессиональной деятельности (рекламной) для разработки стратегии организации (предприятия);</p>
(8 недель)	<p>Аналитический этап</p>	<p>7. Изложение основных выводов по исследованиям и рекомендаций по устранению выявленных недостатков с их расчетным</p>

		<p>обоснованием или соответствующей мотивацией.</p> <p>8. Разработать комплекс интегрированных маркетинговых коммуникаций, в том числе с использованием рекламы;</p> <p>9. Проектирование рекламы и осуществление рекламных мероприятий в деятельности компании, выбор или разработка средств рекламы товаров для продвижения их на рынке;</p> <p>10. Составление документации в области профессиональной деятельности (рекламной) и проверка правильности ее оформления;</p> <p>11. Соблюдение действующего законодательства и нормативных документов, а также требований, установленных техническими регламентами</p> <p>12. Выбор деловых партнеров с учетом определенных критериев, проведение деловых переговоров, заключение договоров на взаимовыгодной основе и контроль их выполнения;</p> <p>13. Организация и осуществление профессиональной деятельности (рекламной);</p> <p>14. Организация, проведение маркетинговых исследований и оценка их эффективности;</p> <p>15. Проведение научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям) в соответствии с утвержденными методиками;</p> <p>16. Участие в разработке инновационных методов, средств и технологий осуществления профессиональной деятельности (рекламной);</p> <p>17. Участие в реализации проектов в области рекламы</p>
(4 недели)	Заключительный этап Формулирование окончательных выводов и рекомендаций.	<p>18. Разработка предложений, реализация которых может повысить эффективность изучаемых видов деятельности, качество продукции, услуг, повысить объем продаж (услуг), эффективность коммуникационной, рекламной деятельности и др.</p> <p>19. Расчет эффективности предложений.</p> <p>20. Представление разработанных творческих материалов, макетов, медиаплана</p>

СОГЛАСОВАНО:	СОГЛАСОВАНО:
--------------	--------------

Руководитель практики от Университета _____	Руководитель практики от Организации _____
(подпись, Ф.И.О.)	(подпись, Ф.И.О.)

**Характеристика работы студента
(с указанием должности/должностных обязанностей, качества их выполнения)**

Возможность трудоустройства студента в организации

Готовы ли Вы взять данного студента по результатам производственной практики к себе на работу:

- да, при наличии вакантных мест
- нет, не готов (укажите причину):

Руководитель практики от
Организации
МП

_____ (подпись) ФИО

Приложение Б

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ОТЧЕТ ПО ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ

Направление:

Студент _____

Менеджмент

(ФИО)

Профиль:

Группа _____

Рекламный менеджмент

Кафедра: маркетинга

Руководитель Изакова Наталья

и международного менеджмента

Борисовна

Екатеринбург

2018 г.