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 /Коковихин А.Ю./ (подпись)

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ З КУРС

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 2%.08.2018 г.

Зав. кафедрой М/ге-

Капустина Л.М.

Рекомендована УМК института менеджмента и информационных технологий

Протокол № 1 от 28.08.2018-г.

Председатель

(подпись)

Зубкова Е.В.

Екатеринбург 2018

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

Вид и тип практики	Способ и формы	Место проведения практики
	проведения практики	
Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности. (2 часть)	Способ проведения – стационарная или выездная практика. Форма проведения – дискретно, по видам практики.	- коммерческие организации; - подразделения предприятий различных сфер деятельности (отделы маркетинга, рекламы, PR, исследований и конъюнктуры рынка и др.) При прохождении практики студенты могут занимать должности, определенные штатным расписанием предприятия, например: менеджер (ассистент менеджера) по рекламе, отдела маркетинга, рекламного отдела, PR, аналитического отдела, менеджер клиентской группы и др.

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 практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности 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;
- ознакомление с работой руководителей низшего звена в различных службах аппарата управления по следующим видам профессиональной деятельности: организационно-управленческая; информационно-аналитическая; предпринимательская.

Задачи практики:

- общее ознакомление с деятельностью, организационно-правовой формой и системой управления предприятия;

- изучение организационной структуры предприятия и функций отдельных подразделений;
- изучение работы, функций и должностных обязанностей персонала;
- изучение законодательных актов, регулирующих деятельность организации;
- изучение нормативных документов по вопросам управления в организации;
- ознакомление в производственных условиях с технологией оказания услуг, производства продукции;
- формирование практических навыков в сборе технико-экономической информации, ее систематизации и анализе.

Задачи практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности соотносятся со следующими видами и задачами профессиональной деятельности, определяемыми ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент: организационно-управленческая; информационно-аналитическая; предпринимательская.

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

Студент должен знать:

- виды нормативной, правовой документации
- современное программное обеспечение, методы обработки информации
- виды организационных структур управления (иерархические, дивизиональные, проектные, матричные)
- виды организационных культур
- основные информационно-коммуникационные технологии и требования информационной безопасности
- методы мотивации и стимулирования персонала
- факторы макросреды организации
- экономические основы поведения организаций
- структуру рынка
- методы количественного и качественного анализа информации
- виды операционной деятельности при производстве рекламного продукта
- этапы процесса стратегического планирования;
- методы оценки конкурентоспособности
- виды стратегий организации
- принципы документального оформления решений в управлении операционной (рекламной) деятельности организаций
- методы реорганизации бизнес-процессов в рекламной деятельности организации
- принципы организации рекламной кампании
- методы оценки эффективности рекламных коммуникаций
- понятие креативной стратегии
- концепции различных видов рекламного продукта
- принципы разработки анкет, планов проведения фокус-групп
- разрабатывать программу проведения маркетингового исследования
- Студент должен уметь:
- подбирать источники для подготовки отчета по практике
- охарактеризовать организационную структуры предприятия
- решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий
- охарактеризовать принципы мотивирования и стимулирования, применяемые в организации

- аргументировать выбор методов принятия решений в управлении операционной деятельностью
- проводить анализ конкурентоспособности организации
- проводить стратегический анализ
- оформлять документы в процессе управлении операционной (рекламной) деятельности организаций
- моделировать бизнес-процессы в рекламной деятельности организации
- разрабатывать план рекламной кампании
- проводить оценку рекламной деятельности
- выбирать оптимальные технологии разработки рекламного продукта
- анализировать конкурентную среду отрасли
- строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели разрабатывать анкету для проведения маркетингового исследования

Студент должен владеть:

- методами грамотного оформления отчета по результатам проведенных работ;
- навыками работы в трудовом коллективе;
- навыками решения практических задач в рамках выбранного направления обучения.
- способами анализа социально значимых проблем и процессов;
- основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации;
- навыками работы с компьютером как средством управления информацией;
- способами проектирования организационной структуры, распределения полномочий и ответственности на основе их делегирования;
- различными способами разрешения конфликтных ситуаций;
- методами разработки стратегии управления человеческими ресурсами организаций;
- современными технологиями управления персоналом;
- методами и программными средствами обработки деловой информации, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы.
- методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций
- методами стратегического планирования
- навыками анализа взаимосвязей между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений
- навыками документального оформления решений в управлении операционной (рекламной) деятельности организаций
- методами реорганизации бизнес-процессов в рекламной деятельности организации
- навыками разработки медиаплана
- навыками анализа и оценки рекламной деятельности, эффективности рекламных коммуникаций
- навыками организации рекламной кампании

Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики представлен в таблице.

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

Шифр компетенции	Результаты обучения		
ОПК-1	знать	- виды нормативной, правовой документации	
владение навыками поиска,		- современное программное обеспечение,	
анализа и использования		методы обработки информации	
нормативных и правовых			
документов в своей	уметь	- подбирать источники для подготовки отчета	
профессиональной деятельности		по практике	
	владеть	- навыками поиска, анализа нормативно-	
		правовых документов	
ОПК-3	знать	- принципы построения организационной	
способность проектировать		структуры компании, ориентированной на	
организационные структуры,		построение бренда	
участвовать в разработке		-принципы формирования рабочих групп по	
стратегий управления		разработке и внедрению бренд-проектов	
человеческими ресурсами	уметь	- охарактеризовать организационную	
организаций, планировать и		структуры предприятия	
осуществлять мероприятия,	владеть	- навыками проектирования организационных	
распределять и делегировать полномочия с учетом личной		структур управления	
_			
ответственности за			
осуществляемые мероприятия ОПК-6 Владеет методами	знать	- виды операционной деятельности при	
принятия решений в управлении	эпать	производстве рекламного продукта	
операционной	уметь	- аргументировать выбор методов принятия	
(производственной)	ywicib	решений в управлении операционной	
деятельностью организаций		деятельностью	
Herrores of announding	владеть	- методами принятия решений в управлении	
	, , ,	операционной (производственной)	
		деятельностью организаций	
ОПК-7 Способен решать	знать	- основные информационно-	
стандартные задачи		коммуникационные технологии и требования	
профессиональной деятельности		информационной безопасности	
на основе информационной и	уметь	- решать стандартные задачи	
библиографической культуры с		профессиональной деятельности на основе	
применением информационно-		информационной и библиографической	
коммуникационных технологий		культуры с применением информационно-	
и с учетом основных требований		коммуникационных технологий	
информационной безопасности	владеть	- навыками учета основных требований	
		информационной безопасности	
ПК-3 Владеет навыками	знать	- этапы процесса стратегического	
стратегического анализа,		планирования;	
разработки и осуществления		- методы оценки конкурентоспособности	
стратегии организации,	уметь	- проводить анализ конкурентоспособности	
направленной на обеспечение		организации	
конкурентоспособности	владеть	- методами стратегического планирования	
ПК-5 Способен анализировать	знать	- виды стратегий организации	
взаимосвязи между	уметь	- проводить стратегический анализ	
функциональными стратегиями	владеть	- навыками анализа взаимосвязей между	
компаний с целью подготовки		функциональными стратегиями компаний с	
сбалансированных		целью подготовки сбалансированных	
управленческих решений		управленческих решений	

ПК-8 Валдеет навыками документального формления решений в управлении операционной (производственной) правтельности организаций при ведении и технологических продуктовых инноваций или организационных изменений ПК-9 на управлением организаций в управлении операционной (прекламной) деятельности организаций или организационных изменений ПК-9 на мароэкономической среды на функционирование организаций на организаций, възваяль и анализировать выповедения отранизаций, вываяль и анализировать рыночные и специфические потребителей жономических облаг и формирование спроса на основе знания зкономических облаг и формирование потребителей жономических облаг и формирование спроса на основе знания жономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли ПК-10 на выками количественного и навыками информации при принятии управленческих финансовых и организационно- управленческих модели и системы внутреннего документооборота организационных показателям и формироватия по различным показателям и формиционного обеспечения участников организационных порежтов показателям и формироватия информационного обеспечения участников организационных порежтов на обеспечения участников организационных порежтов на обеспечения участников организационных проектов на обеспечения участников организационных проектов организационных порежнового обеспечения участников организационных проектов организационных проектов организационных проектов организационных проектов организационных проектов организационных обеспечения участников организационных проектов организационных проектов организационных проектов организационных обеспечение участников организационных проектов организационных обеспечения участников организационных проектов организационных проектов обеспечения участников организационного обеспечения участников организационных обеспе				
решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при деятельности организаций при технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений и организации организации и организации организации и организации организации организации организации и организации организации организации организации организации организации и организационного и организации и организационного и организации и организации и организационного организации и организации в системы их адаггации к конкуретным адагчам управленческих моделей путем их адаггации к конкуретным адагчам управления потребитель организации и организации и организации и организации в системы в респисуации организации организаци	7.1	знать		
операционной (производственной) организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений или организации и органов государственного и макроэкономической среды на муниципального управления, вызвилять и анализировать рыпочные и специфические имуниципального управления, вызвилять и анализировать рыпочные и специфические организации; - структуру рынка уметь — методами анализа внешней среды организации; - методами анализа поведения потребителей организации; - методами анализа внешней среды организации; - методами анализа поведения потребителей организации; - методами анализа внешней среды организации; - методами анализа внешней среды организации; - методами анализа поведения потребителей организации при принятии управленческих основ назризации при принятии управленческих решений, построения экономические модели владиза информации при принятии управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления и организационно-управлениеские модели владиза информации при принятии управлениеские модели организации при принятии управлениеских моделей путем надизационно-го организации организационно-го обеспечения владизационно-го обеспечения различным информации при принятия информации организационно-го обеспечения владизационно-го обеспечения владизационно-го обеспечения различным показателям и формирования системы внутреннего документооборота организации бизнес-процессов в рекламной деятельности организации бизнес-процессов в рекламной деятельности организации бизнес-процессы в рекламной деятельности организации бизнес-процессов в рекламной деятельности организации биз				
операционной (рекламной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений IK-9 Способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, вызвилить и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей зкономических благ и формирование спроса на основе знания экономических благ и формирование потребителей рынков и конкурентной среды отрасли IK-10 Владеет навыками количественного и качественного анализа информации при принятии уметь — строить экономические финансовые и организационно-управленческие модели нализа информации при принятии задагации к конкретным задагации в редения баз данных показателям и формирования информации при принятии информации, ведения баз данных показателям и формирования информации офункционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных показателям и формирования информации офункционировании системы внутреннего документооборота организации в рекламной деятельности организации бизнествроцессов в рекламной деятельности организации в решений удеть навыками документооборота организации бизнествроцессов в рекламной деятельности организации в решений удеть навыками документооборота организации бизнествроцессов в рекламной деятельности организации	7 1			
ревтельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений IK-9 организационных изменений IK-9 организаций - чакторы макросреды организаций - структуру рынка уметь организаций организаций - организационного и качественного и качественного и качественного анализа информации организационного и качественного и качественного организационного и качественного организаций - ор		уметь		
внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений ПК-9 Способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организации и организ организации и организ организации и организ и организ организации; выявлять и анализировать поведения экономических основ поведения экономической среды экономической среды экономической среды экономической организаций, структур рынков и конкуретной среды отрасли ПК-10 Владеет навыками оценки макроэкономической среды экономической среды организации; - методы количественного и качественного зналяза информации при принятии уметь - строить экономические, финансовые и организации при принятии управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления ПК-11 Владеет навыками нализа информации при принятии управленческих моделей путем их адаптации, ведения баз данных по различным показателям и формиционное обеспечение участников организационных проектов владеть - навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации ПК-13 Умеет моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессы в рекламной деятельности организации — навыками организационных проектов владень показателям организационных проектов владены бизнес-процессов в рекламной деятельности организации	(производственной)		операционной (рекламной) деятельности	
продуктовых инноваций или организационных изменений или организационных изменений или организационных изменений и ПК-9 Способность оценивать воздействие воздействие доганизаций и органов государственного и муниципального утравления, выявлять и анализировать рыночные и специфические рыски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формицование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, количественного и конкурентной среды отрасли ПК-10 Владеет навыками количественного и качественного анализи управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно- управленческих моделей путем их адаптации к к конкуретным задачам управлением их организационно- управлением к конкуретным задачам управлением к конкуретным задачам управления к конкуретным задачам управлением ремункционировании и системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формации о функционировании и системы внутреннего документооборота организационных проектов владет моделировать информации о функционировании и системы внутреннего документооборота организационных проектов владет моделировать информации о оружещий бизнес-процессы и использовать информации и системы внутрешего документооборота организации бизнес-процессы в рекламной деятельности организации иметоры реорганизации бизнес-процессов в рекламной деятельности организации в рекламной деятельности организации в рекламной деятельности организации и уметь — моделировать бизнес-процессы в рекламной деятельности организации и уметь — моделировать бизнес-процессы в рекламной деятельности организации в рекламной деятельной деятельности организации и уметь — моделировать бизнес-процессы в рекламной деятельности организации в рекламной деятельности организации в рекламной деятельности организации и уметь — мод	деятельности организаций при		организаций	
Организационных изменений Организаций Организации Организационно- Организации Организационно- Организации Организации Организационно- Организации Организационно- Организации	внедрении технологических,	владеть	- навыками документального оформления	
Знать	продуктовых инноваций или		решений в управлении операционной	
ПК-9	организационных изменений		(рекламной) деятельности организаций	
роздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и мунципального управления, выявлять и анализировать поведение потребителей укономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, готруктур рынков и конкурентной среды отрасли IIK-10 Владеет навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкурентном дадачам управления IIK-11 Владеет навыками кадаптации к конкурентным задачам управления IIK-11 Владеет навыками пранизационно-управлениеские моделей путем их адаптации к конкурентым задачам управления IIK-11 владеет навыками организации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации и формирования участников организационных проектов IIK-13 Уметь моделировать бизнес-процессы в рекламной деятельности организации бизнес-процессов в рекламной деятельности организации и бизнес-процессов в рекламной деятельности организации	ПК-9	знать		
макроэкономической среды на функционирование организациий и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций; - методами анализа поведения потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций; - методами анализа поведения потребителей организации; - методам количественного и качественного и качественного анализа информации при принятии управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления ПК-11 Владеет навыками количественного и качественного и качестве	Способность оценивать		- экономические основы поведения	
макроэкономической среды на функционирование организации и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций; - методами анализа внешней среды организации; - методами анализа поведения потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций методами анализа поведения потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций методами анализа поведения потребителей развыками оценки макроэкономической среды организации; - методами анализа поведения потребителей развыками оценки макроэкономической среды организации; - методами анализа поведения потребителей развыками оценки макроэкономической среды организации; - методами анализа информации при принятии уметь - строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели организации при принятии управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления ПК-11 Владеет навыками анализа информации при принятии управленческих решений управленческих решений управленческих решений управленческих решений управлениеских решений управлениеских решений управлениеских решений управлениеских решений управлениеских решений управлениеских решений управления баз данных по различным показателям — - принципы ведения баз данных по различным показателям и формирования системы внутреннего документооборота организации и офункционировании системы внутреннего документооборота организации — - навыками оценки макроэкономической среды отребителей развыками оценки макроэкономической среды организации; — методами анализа поведения боличественного и качественного и качественног	воздействие		организаций	
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 IIK-10 Владеет навыками оценки макроэкономической среды отрасли и конкурентной среды отрасли IIK-10 Владеет навыками оценки макроэкономической среды отрасли и конкурентной среды отрасли информации при принятии уметь строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели управленческих решений, построения экономических, финансовые и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления IIK-11 Владеет навыками анализа информации при принятии управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления IIK-11 Владеет навыками анализа информации при принятии управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления и формации о функционирования системы внутреннего документооборота организационно- обеспечение участников организационного обеспечения участников организационного обеспечения участников организационных проектов IIK-13 Умеет моделировать негодам анализа внешней среды организации: - методы количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений управленческих решений управленческих решений управления баз данных по различным показателям - принципы ведения баз данных по различным показателям - формировать информационное обеспечение участников организационного обеспечение участников организационного обеспечения участников организации бизнес-процессов в рекламной деятельности организации - анализа информации - строить экономические, финансовые и организационного и качественного и качественного и качественного и качественного организационного обеспечения участников организационного обеспечения участников организационного обеспечения обранизационного обеспечени			_	
и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирования организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли ПК-10 Владеет навыками количественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления ПК-11 Владеет навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления ПК-11 Владеет навыками анализа информации при принятии управлениеских моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления ПК-11 Владеет навыками анализа информации при принятии управления ПК-11 Владеет навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям - принципы ведения баз данных по различным показателям - принципы ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов ПК-13 Умеет моделировать методы реорганизации бизнес-процессов в рекламной деятельности организации - методы манализа внешней стредей - навыками оценки макроэкономической среды образивационного и качественного и качественного и качественного и качественного и качественного и качественного организационного и качественного образи нарожним количественного и качественного офрази нарожним количественного и качественного и качественно		vметь		
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-10 Владеет навыками количественного и намистеленного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкуретным задачам управления ПК-11 Владеет навыками анализа информации при принятии управленческих моделей путем их адаптации к конкуретным задачам управления ПК-11 Владеет навыками анализа информации при принятии управлениеских моделей путем их адаптации к конкуретным задачам управления ПК-11 Владеет навыками анализа информации при принятии управлениеских моделей путем их адаптации, в едения баз данных по различным показателям — принципы ведения баз данных по различным показателям — принципы ведения баз данных по различным показателям — формировать информационное обеспечение участников организационных проектов Владеть офринционировании системы внутреннего документооборота организации — методы реорганизации бизнес-процессов в рекламной деятельности организации — методы реорганизации бизнес-процессы в рекламной деятельности организации				
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-10 Владеет навыками информации при принятии уметь надагтации и конкурентной среды отрасли владет навыками оценки макроэкономической среды отрасли товедения останизаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли пк-10 владет 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-11 Владеет навыками анализа информации при принятии управления пк-11 Владеет навыками нализа информации при принятии управления показателям уметь - методы количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений экономических, финансовые и организационных поразличным показателям офункционировании системы внутреннего документооборота организации о функционировании и формационных проектов показателям и формировать информационных проектов внутреннего документооборота организации о функционировании системы внутреннего документооборота организации бизнес-процессы в рекламной деятельности организации офункционировать бизнес-процессы в рекламной		zviagerz	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	
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-10 Владеет навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления ПК-11 Владеет навыками анализа информации при принятии управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления ПК-11 Владеет навыками оченки макроэкономической среды навыками оценки макроэкономической среды на показателям и формационно-управленческих решений управлениеских решений показателям и формационых по различным показателям и формировании оцетки макроэкономической среды на показателям и формационно-управления показателям и формации офункционировании офункционировании системы внутреннего документооборота организации офункционировании системы внутреннего документооборота организации офункционировании системы внутреннего документооборота организации бизнес-процессы в рекламной деятельности организации — навыками оценки макроэкономической среды навыками оценки макроэкономических развитаций, офункциониромичественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений управленческих решений управлениеских решений образователям показателям и формационное обеспечение участников организационных проектов выматист навыками информационное обеспечение участников			-	
риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли IIK-10 Владеет навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационноуправленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления IIK-11 Владеет навыками анализа информации при принятии управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления IIK-11 Владеет навыками анализа информации при принятии управленческих решений IIK-11 Владеет навыками анализа информации при принятии управленческих решений IIK-11 Владеет навыками анализа информационное обеспечение участников организационных проектов владеть Владеть навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организационных проектов владеть ПК-13 Умеет моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в рекламной деятельности организации - моделировать бизнес-процессы в рекламной	_			
поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли ПК-10 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-11 Владеет навыками анализа информации при принятии управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления ПК-11 Владеет навыками нализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организации о документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организации о документооборота организации о организационных проектов ПК-13 Умеет моделировать бизнес-процессы и использовать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессы в рекламной деятельности организации	1 -		павыками оценки макроэкономической среды	
экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли IIK-10 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 IIK-11 Владеет навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления IIK-11 Владеет навыками знать - принципы ведения баз данных по различным показателям уметь - формировать информационное обеспечение участников организационных проектов внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов IIK-13 Умеет моделировать организации бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессы в рекламной деятельности организации - моделировать бизнес-процессы в рекламной	1 *			
формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли IIK-10 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 IIK-11 Владеет навыками анализа информации системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информации негоды реорганизационных проектов IIK-13 Умеет моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес- внаниза информации обеждения обаз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов IIK-13 Умеет моделировать бизнес-процессы в рекламной деятельности организации внаниза информации офункционировать обеспечения участников организации обектов организации бизнес-процессы в рекламной деятельности организации				
знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли ПК-10 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-11 Владеет навыками анализа информации к конкретным задачам управления ПК-11 Владеет навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организации, наризорать информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организации о функционировании системы внутреннего документооборота организации о функционировании системы внутреннего документооборота организации бизнес-процессы в рекламной деятельности организации бизнес-процессы в рекламной деятельности организации				
поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли ПК-10 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-11 Владеет навыками анализа информации при принятии управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления ПК-11 Владеет навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организации оновазовать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес- ПК-13 Умеет моделировать бизнес-процессы в рекламной деятельности организации знать - методы количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений - принципы ведения баз данных по различным показателям - формировать информационное обеспечение участников организации и системы внутреннего документооборота организации - моделировать бизнес-процессы в рекламной				
тик-то владеет навыками управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления показателям и формации с системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов пк-тов вотянизационных проектов пк-тов поизовать информации о функционирования информационного обеспечения участников организационных проектов пк-тов поизовать информации о функционирования информационного обеспечения участников организации о функционировании системы внутреннего документооборота организации о функционировании системы внутреннего документооборота организации о функционировании системы внутреннего документооборота организации бизнес-процессов в рекламной деятельности организации методы реорганизации бизнес-процессы в рекламной деятельности организации				
В 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-11 Владеет навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информации, ворганизационных проектов ПК-13 Умеет моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессы в рекламной деятельности организации методы реорганизации бизнес-процессы в рекламной деятельности организации методы реорганизации бизнес-процессы в рекламной деятельности организации знать - методы количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений управленческих решений - принципы ведения баз данных по различным показателям уместь - формировать информационное обеспечение участников организации бизнес-процессов в рекламной деятельности организации - моделировать бизнес-процессы в рекламной				
ПК-10 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-11 Владеет навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информациино о функционировании о организацииным показателям и формирования информационного обеспечения участников организацииных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организации системы внутреннего документооборота организационных проектов ПК-13 Умеет моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес- процессы в рекламной деятельности организации бизнес-процессы в рекламной и моделировать бизнес-процессы в рекламной организации бизнес-процессы в рекламной и моделировать бизнес-процессы в рекламной и моделировать бизнес-процессы в рекламной организации организации организации организации организации организации организационных продектемного организационных продектемного организационных продектемного организационных продектемного организационных продектемного ор	1 2 2 2			
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-11 Владеет навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов ПК-13 Умеет моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес- методы реорганизации методы методы реорганизации методы реорганизации методы методы реорганизации методы реорганизационного методы реорганизационного методы реорганизации методы методы реорганизации методы реорганизационного методы реорганизацион		DITORI	MOTO III VO IIIIIOCTROLIIIOFO II VALIOCTROLIIIOFO	
количественного анализа организационно-управленческие модели при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления ПК-11 Владеет навыками анализа информации офункционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информации нарормации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационного обеспечения участников организационных проектов ПК-13 Умеет моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-		Знать		
качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления ПК-11 Владеет навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов ПК-13 Умеет моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессы в рекламной деятельности организации бизнес-процессы в рекламной деятельности организации		VI COTT	* * '	
информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления ПК-11 Владеет навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информации о функционирования информацииных проектов ПК-13 Умеет моделировать бизнес-процессы и использовать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес- туправленческих решений - навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений - принципы ведения баз данных по различным показателям - принципы ведения баз данных по различным показателям - формировать информационное обеспечение участников организационных проектов - навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений - принципы ведения баз данных по различным показателям - формировать информационное обеспечение участников организации и функционировании системы внутреннего документооборота организации - методы реорганизации бизнес-процессов в рекламной деятельности организации - моделировать бизнес-процессы в рекламной		уметь	-	
управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно- управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления ПК-11 Владеет навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов ПК-13 Умеет моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-		D 70 7077		
построения экономических, финансовых и организационно- управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления ПК-11 Владеет навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов ПК-13 Умеет моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес- управленческих решений уметь - принципы ведения баз данных по различным показателям - формировать информационное обеспечение участников организации о функционировании системы внутреннего документооборота организации - методы реорганизации бизнес-процессы в рекламной управленческих решений - принципы ведения баз данных по различным показателям - формировать информационное обеспечение участников организации о функционировании системы внутреннего документооборота организации - моремировать информационное обеспечение участников организации о функционировании системы внутреннего документооборота организации - моремировать информационное обеспечение участников организации о функционировании системы внутреннего документооборота организации - моремировать информационное обеспечение участников организационных проектов - навыками анализа - методы ребурнационных проектов - навыками анализа		владеть		
финансовых и организационно- управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления ПК-11 Владеет навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям — принципы ведения баз данных по различным показателям — формировать информационное обеспечение участников организационных проектов Владеть — навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации информационного обеспечения участников организационных проектов ПК-13 Умеет моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессы в рекламной деятельности организации методы реорганизации бизнес-			1	
управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления ПК-11 Владеет навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов ПК-13 Умеет моделировать бизнес-процессы и использовать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес- управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления информации о функционировать информационное обеспечение участников организационных проектов владеть - навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации документооборота организации бизнес-процессов в рекламной деятельности организации - моделировать бизнес-процессы в рекламной	·		управленческих решении	
их адаптации к конкретным задачам управления ПК-11 Владеет навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организациинного обеспечения участников организациинных проектов ПК-13 Умеет моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессы в рекламной деятельности организации методы реорганизации бизнес-процессы в рекламной деятельности организации	1 -			
задачам управления знать - принципы ведения баз данных по различным показателям функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов владеть навыками организационных проектов - формировать информационное обеспечение участников организационных проектов ПК-13 Умеет моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес- знать рекламной деятельности организации методы реорганизации бизнес-процессы в рекламной - моделировать бизнес-процессы в рекламной				
ПК-11 Владеет навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов - формировать информационное обеспечение участников организационных проектов ПК-13 Умеет моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес- знать - принципы ведения баз данных по различным показателям - формировать информационных проектов показателям и формирования информационного обеспечения участников организации - навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации - ПК-13 Умеет моделировать бизнес-процессы в рекламной деятельности организации - методы реорганизации бизнес-процессы в рекламной	, , ,			
анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов ПК-13 Умеет моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессы в рекламной деятельности организации методы реорганизации бизнес-процессы в рекламной деятельности организации		Ollowi	принини гродония баз дани м до различи	
функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов ПК-13 Умеет моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес- уметь — формировать информационное обеспечение участников организации оручастников организации — формировать информационных проектов — навыками анализа информации оручкционировании системы внутреннего документооборота организации — методы реорганизации бизнес-процессов в рекламной деятельности организации — моделировать бизнес-процессы в рекламной	/ '	3HdTb		
внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов ПК-13 Умеет моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес- процессы в рекламной деятельности организации методы реорганизации бизнес- процессы в рекламной методы реорганизации бизнес-процессы в рекламной	·	T/D # COTTY		
организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов ПК-13 Умеет моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес- уметь — навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации — документооборота организации — методы реорганизации бизнес-процессов в рекламной деятельности организации — моделировать бизнес-процессы в рекламной	1 1 1	уметь		
функционировании системы внутреннего документооборота организации троектов ПК-13 Умеет моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессы в рекламной деятельности организации троектов общественного документооборота организации троектор общественного документооборот документооборот документооборот документооборот документообо				
показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов ПК-13 Умеет моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессы в рекламной деятельности организации методы реорганизации бизнес- уметь Токументооборота организации Токументооборота организации - методы реорганизации бизнес-процессов в рекламной деятельности организации Токументооборота организации	1	владеть	1 · · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	
информационного обеспечения участников организационных проектов ПК-13 Умеет моделировать знать - методы реорганизации бизнес-процессов в рекламной деятельности организации методы реорганизации бизнес- уметь - моделировать бизнес-процессы в рекламной	1 ' '			
участников организационных проектов ПК-13 Умеет моделировать знать - методы реорганизации бизнес-процессов в рекламной деятельности организации методы реорганизации бизнес- уметь - моделировать бизнес-процессы в рекламной			документооюорота организации	
проектов ПК-13 Умеет моделировать знать - методы реорганизации бизнес-процессов в рекламной деятельности организации методы реорганизации бизнес- уметь - моделировать бизнес-процессы в рекламной				
ПК-13 Умеет моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес- процессы и использовать методы реорганизации бизнес- уметь - методы реорганизации бизнес-процессы в рекламной деятельности организации	1			
бизнес-процессы и использовать рекламной деятельности организации методы реорганизации бизнес- уметь - моделировать бизнес-процессы в рекламной	*			
методы реорганизации бизнес- уметь - моделировать бизнес-процессы в рекламной	, , ,	знать		
	1			
деятельности организации	методы реорганизации бизнес-	уметь		
			деятельности организации	

процессов в практической	владеть	- методами реорганизации бизнес-процессов в	
деятельности организации		рекламной деятельности организации	
ПК-17 Способен оценивать	знать	- основные методы оценки экономических и	
экономические и социальные		социальных условий осуществления	
условия осуществления		предпринимательской деятельности	
предпринимательской	уметь	- оценить экономические и социальные	
деятельности, выявлять новые		условия осуществления предпринимательской	
рыночные возможности и		деятельности	
формировать новые бизнес-		- анализировать новые рыночные	
модели		возможности	
	владеть	- методами выявления новых рыночных	
		возможностей	
ПДК-21	знать	- принципы разработки анкет, планов	
Способность разрабатывать		проведения фокус-групп	
проекты маркетингового	уметь	- разрабатывать анкету для проведения	
исследования; находить		маркетингового исследования	
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.			
ПДК-22 Владение навыками	знать	- принципы организации рекламной кампании	
приятия управленческий	уметь	- разрабатывать план рекламной кампании	
решений по вопросу	владеть	- навыками разработки программы	
организации рекламных	владеть	продвижения бренда	
кампаний, в области		продвижения оренда	
коммуникаций и продвижения			
бренда в условиях			
перенасыщенности			
* * '			
ограниченное время с высокой			
скоростью.	DITE	MOTO TILL OVOLVIV SARASVITATOS	
ПДК-23 Владение навыками	знать	- методы оценки эффективности рекламных	
анализа и оценки рекламной		коммуникаций	
деятельности, эффективности	уметь	- проводить оценку рекламной деятельности	
рекламных коммуникаций.	владеть	- навыками анализа и оценки рекламной	
		деятельности, эффективности рекламных	
		коммуникаций	
ПДК-24 Способность к	знать	- понятие креативной стратегии	
разработке креативной		- концепции различных видов рекламного	
стратегии рекламной кампании		продукта	

и созданию концепций	уметь	- выбирать оптимальные технологии
различных видов рекламного		разработки рекламного продукта
продукта, умение выбрать	владеть	- навыками организации рекламной кампании
оптимальные технологии для		
производства рекламного		
продукта		

З.МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Производственная практика является составной частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования и представляет собой одну из форм организации учебного процесса, заключающуюся в профессионально-практической подготовке студентов в университете и на базах практики.

Производственная практика проводится после изучения дисциплин Правоведение, Управление проектами, Стратегический менеджмент, Бизнес-планирование, Разработка и технологии производства рекламного продукта, Маркетинговые исследования, рекламный менеджмент, основы рекламы, Маркетинг продаж, Бренд-менеджмент и др. Прохождение практики формирует базу для изучения последующих дисциплин образовательной программы: «Поведение потребителей», «Медиапланирование», «Связи с общественностью», «Предпринимательство», «Финансовый менеджмент» и др.

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

Общая трудоемкость производственной практики составляет 9 зачетных единиц (шесть недель).

5.СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Конкретное содержание производственной практики (2 часть) определяется руководителем практики от кафедры и отражается в индивидуальном задании. Типовая форма индивидуально задания представлена в приложении 1. На всех этапах организация практики направлена на обеспечение непрерывности и последовательности овладения профессиональными знаниями, навыками и умениями в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль «Рекламный менеджмент».

No	Этапы	Содержание	Формы
π/	практики		контактной
п			работы и
			контроля
1.	Организационны й	- Ознакомительное занятие, постановка цели и задач предстоящей практики; знакомство с требованиями, предъявляемыми к	Собеседование, консультирование
		производственной 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; 	
2.	Основной	- Изучение организационной структуры предприятия, основных сфер деятельности, задач и функций подразделения; внутренней документации, должностных инструкций; - Выполнение производственных заданий, участие в работе подразделения; - Мероприятия по сбору, обработке и систематизации теоретического и эмпирического материала; - Выполнение индивидуального задания, полевых исследований, наблюдений, расчетных задач; - Консультация с руководителем практики от предприятия.	Самоконтроль, собеседование, консультирование
3.	Заключительный	 Получение отзыва от руководителя практики от предприятия; Подготовка письменного отчета по практике; Устная защита отчета по практике; 	Защита отчета по итогам прохождения практики

Производственная практика предусматривает изучение следующих вопросов:

- сбор информации об организации;
- изучение и описание организационной структуры компании, ориентированной на построение бренда;
- изучение и описание системы мотивации организации;
- основные положения действующего законодательства и требований нормативных документов, которыми руководствуется организация в маркетинговой и рекламной деятельности;
- воздействие макроэкономической среды на функционирование организации;
- анализ конкурентной среды;
- анализ потребителей;
- процесс организации и разработки рекламного продукта (кампании по продвижению) на предприятии;
- SWOT анализ;
- принципы организации рекламной кампании:
- программы продвижения бренда;
- методы количественного и качественного анализа при разработке рекламных коммуникаций;
- программы рекламных коммуникаций предприятия.

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

Шифр компетенции		Результаты обучения	
			oe
			средство
ОПК-1	знать	- виды нормативной, правовой	Задания
владение навыками поиска,		документации	ФОС по
анализа и использования		- современное программное	производс
нормативных и правовых документов в своей		обеспечение, методы обработки информации	твенной
профессиональной		информации	практике
деятельности	уметь	- подбирать источники для	
		подготовки отчета по практике	
	владеть	- навыками поиска, анализа	
		нормативно-правовых документов	
ОПК-3	знать	- принципы построения	Задания
способность проектировать		организационной структуры	ФОС по
организационные структуры,		компании, ориентированной на	производс
участвовать в разработке		построение бренда	твенной
стратегий управления		-принципы формирования рабочих	
человеческими ресурсами		групп по разработке и внедрению	практике
организаций , планировать и		бренд-проектов	

осуществлять мероприятия,	уметь	- охарактеризовать	
распределять и делегировать		организационную структуры	
полномочия с учетом личной		предприятия	
ответственности за	владеть	- навыками проектирования	
осуществляемые мероприятия		организационных структур	
0771.6		управления	
ОПК-6 Владеет методами	знать	- виды операционной деятельности	Задания
принятия решений в		при производстве рекламного	ФОС по
управлении операционной		продукта	производс
(производственной)	уметь	- аргументировать выбор методов	твенной
деятельностью организаций		принятия решений в управлении	практике
		операционной деятельностью	iipuiiiiie
	владеть	- методами принятия решений в	
		управлении операционной	
		(производственной) деятельностью	
		организаций	
ОПК-7 Способен решать	знать	- основные информационно-	Задания
стандартные задачи		коммуникационные технологии и	ФОС по
профессиональной		требования информационной	производс
деятельности на основе		безопасности	твенной
информационной и	уметь	- решать стандартные задачи	практике
библиографической культуры		профессиональной деятельности на	F -
с применением		основе информационной и	
информационно-		библиографической культуры с	
коммуникационных		применением информационно-	
технологий и с учетом		коммуникационных технологий	
основных требований	владеть	- навыками учета основных	
информационной безопасности		требований информационной	
		безопасности	20-00-00
ПК-3 Владеет навыками	знать	- этапы процесса стратегического	Задания
стратегического анализа,		планирования;	ФОС по
разработки и осуществления		- методы оценки	производс
стратегии организации,		конкурентоспособности	твенной
направленной на обеспечение конкурентоспособности	уметь	- проводить анализ	практике
конкурентоспосооности		конкурентоспособности	
	р до допу	организации	
	владеть	- методами стратегического	
ПК-5 Способен	OTTORY	планирования - виды стратегий организации	22 #21#4
	знать		Задания
анализировать взаимосвязи между функциональными	уметь	- проводить стратегический анализ	ФОС по
стратегиями компаний с	владеть	- навыками анализа взаимосвязей	производс
целью подготовки		между функциональными	твенной
сбалансированных		стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных	практике
управленческих решений		управленческих решений	
	эцэт	- принципы документального	Задания
ПК-8 Владеет навыками документального оформления	знать	оформления решений в управлении	
		оформления решении в управлении операционной (рекламной)	ФОС по
решений в управлении операционной		деятельности организаций	производс
операционнои		деятельности организации	

· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·		1	U
(производственной)	уметь	- оформлять документы в процессе	твенной
деятельности организаций		управлении операционной	практике
при внедрении		(рекламной) деятельности	
технологических,		организаций	
продуктовых инноваций или	владеть	- навыками документального	
организационных изменений		оформления решений в управлении	
		операционной (рекламной)	
		деятельности организаций	
ПК-9	знать	- факторы макросреды организации	Задания
Способность оценивать		- экономические основы поведения	ФОС по
воздействие		организаций	производс
макроэкономической среды		- структуру рынка	твенной
на функционирование	уметь	- анализировать конкурентную	
организаций и органов		среду отрасли	практике
государственного и	владеть	- методами анализа внешней среды	
муниципального управления,		организации;	
выявлять и анализировать		- методами анализа поведения	
рыночные и специфические		потребителей	
риски, а также анализировать		- навыками оценки	
поведение потребителей		макроэкономической среды	
экономических благ и			
формирование спроса на			
основе знания экономических			
основ поведения организаций,			
структур рынков и			
конкурентной среды отрасли			
ПК-10	знать	- методы количественного и	Задания
Владеет навыками		качественного анализа информации	ФОС по
количественного и	уметь	- строить экономические,	производс
качественного анализа		финансовые и организационно-	_
информации при принятии		управленческие модели	твенной
управленческих решений,	владеть	- навыками количественного и	практике
построения экономических,	''	качественного анализа информации	
финансовых и		при принятии управленческих	
организационно-		решений	
управленческих моделей		_	
путем их адаптации к			
конкретным задачам			
управления			
ПК-11 Владеет навыками	знать	- принципы ведения баз данных по	Задания
анализа информации о		различным показателям	ФОС по
функционировании системы	уметь	- формировать информационное	
внутреннего	,	обеспечение участников	производс
документооборота		организационных проектов	твенной
организации, ведения баз	владеть	- навыками анализа информации о	практике
данных по различным	Билидеть	функционировании системы	
показателям и формирования		внутреннего документооборота	
информационного		организации	
обеспечения участников		Opt minioudnin	
организационных проектов			
obi minonduonuniv iihoevion			

ПИ 19 У		E	2
ПК-13 Умеет моделировать	знать	- методы реорганизации бизнес-	Задания
бизнес-процессы и		процессов в рекламной	ФОС по
использовать методы		деятельности организации	производс
реорганизации бизнес-	уметь	- моделировать бизнес-процессы в	твенной
процессов в практической		рекламной деятельности	практике
деятельности организации	D 70 7077	организации	
	владеть	- методами реорганизации бизнес-	
		процессов в рекламной	
ПК-17 Способен оценивать	DITOTAL	деятельности организации	20 401114
экономические и социальные	знать	- основные методы оценки экономических и социальных	Задания
условия осуществления		условий осуществления	ФОС по
предпринимательской		предпринимательской деятельности	производс
деятельности, выявлять новые	уметь	- оценить экономические и	твенной
рыночные возможности и	умств	социальные условия осуществления	практике
формировать новые бизнес-		предпринимательской деятельности	
модели		- анализировать новые рыночные	
		возможности	
	владеть	- методами выявления новых	
	Булардеть	рыночных возможностей	
ПДК-21	знать	- принципы разработки анкет,	Задания
Способность разрабатывать	Sharb	планов проведения фокус-групп	ФОС по
проекты маркетингового	уметь	- разрабатывать анкету для	
исследования; находить	JIIICID	проведения маркетингового	производс
вторичную маркетинговую		исследования	твенной
информацию; разрабатывать			практике
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.			2
ПДК-22 Владение навыками	знать	- принципы организации рекламной	Задания
приятия управленческий		кампании	ФОС по
решений по вопросу	уметь	- разрабатывать план рекламной	производс
организации рекламных		кампании	твенной
кампаний, в области	владеть	- навыками разработки программы	практике
коммуникаций и		продвижения бренда	-
продвижения бренда в			
условиях перенасыщенности информационного поля в			
ограниченное время с			
высокой скоростью.			
pheonon enopoethio.	1		

ПДК-23 Владение навыками анализа и оценки рекламной	знать	- методы оценки эффективности рекламных коммуникаций	Задания ФОС по
	уметь	- проводить оценку рекламной деятельности	
	владеть	- навыками анализа и оценки рекламной деятельности, эффективности рекламных коммуникаций	
ПДК-24 Способность к разработке креативной стратегии рекламной	знать	- понятие креативной стратегии - концепции различных видов рекламного продукта	Задания ФОС по
кампании и созданию концепций различных видов рекламного продукта, умение	уметь	- выбирать оптимальные технологии разработки рекламного продукта	производс твенной практике
выбрать оптимальные технологии для производства рекламного продукта	владеть	- навыками организации рекламной кампании	

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 учебной практики студент должен представить:

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

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

Вид	оценка		
отчетности	«удовлетворительно	«хорошо»	«отлично»
	»		
график (план)	Содержание	Содержание	Содержание выполненных
выполненных	выполненных работ	выполненных	работ соответствует в
работ	соответствует в	работ	полном объеме
	полном объеме	соответствует в	индивидуальному заданию.
	индивидуальному	полном объеме	
	заданию.	индивидуальном	
		у заданию.	
отчет по	Содержание	Содержание	Содержание выполненных
практике	выполненных работ	выполненных	работ соответствует в
	соответствует в	работ	полном объеме
	полном объеме	соответствует в	индивидуальному заданию.
	индивидуальному	полном объеме	Требования к объему
	заданию.	индивидуальном	материала соблюдены.
	Требования к объему	у заданию.	

	материала не	Требования к	Отмечена адекватность
	соблюдены. Нет	объему	используемого материала,
	выводов.	материала	грамотность и культура
		соблюдены.	изложения, сделаны и
		Сделаны выводы.	аргументированы
			основные выводы.
тесты и	50-60 % правильных	61-85 %	85-100 % правильных
задания	ответов	правильных	ответов
		ответов	

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)

Структура оценочных средств

No	Контроли	Контролируемые	Наименование
п/п	руемые	компетенции	оценочного
	разделы		средства/вопросы
			по защите
1	Отчет по	ОПК-1;	Содержание соответствует установленным
	практике	ОПК-3;	требованиям. Полнота и адекватность
		ОПК-6	использования практического материала
		ОПК-7;	собранного на предприятии.
		ПК-3	Оформление соответствует требованиям.
		ПК-5	Основные понятия, проблемы изложены
		ПК-8	полно и глубоко.
		ПК-9;	Присутствует грамотность и культура
		ПК-10;	изложения.
		ПК-11,	
		ПК-13	
		ПК-17,	
		ПДК-21	
		ПДК-22	
		ПДК-23	
		ПДК-24	
2	Защита	ОПК-1;	Доклад (защитное слово) систематизирован и
	отчета по	ОПК-3;	структурирован.
	практике	ОПК-6	Сделаны обобщения и сопоставления
		ОПК-7;	различных аспектов деятельности предприятия.
		ПК-3	Сделаны и аргументированы основные выводы.
		ПК-5	На предложенные вопросы следуют четкие
		ПК-8	структурированные ответы.
		ПК-9;	Отчетливо видна самостоятельность
		ПК-10;	суждений.
		ПК-11,	
		ПК-13	

ПК-17,	
ПДК-21 ПДК-22	
ПДК-22 ПЛК-23	
ПДК-23 ПДК-24	

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. Опишите виды операционной деятельности при производстве рекламного продукта.
- 4. Какие основные информационно-коммуникационные технологии используются на предприятии?
- 5. Опишите требования информационной безопасности на предприятии. Оцените их эффективность. Обоснуйте свой ответ.
- 6. Какие знания, умения и навыки были приобретены / развиты результате прохождения практики?
- 7. Какие задания были выполнены в ходе прохождения практики?
- 8. Какие документы (проекты документов) были составлены?
- 9. В разработке и реализации каких проектов Вы принимали участие7 какова Ваша роль7 Опишите результаты своей работы.
- 10. Какие исследования были проведены в рамках практики. Опишите результаты данных исследований.

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

Оценочное средство	Методические материалы
Публичное выступление	Предлагается приготовить защитное слово. Оценивается
(защита отчета)	умение преподнести кратко большой объем информации по
	теме, выделить наиболее значимые вопросы,
	сформулировать актуальность, цель, задачи, предмет и
	объект исследования и продемонстрировать достижение
	целей прохождения производственной практики.
Собеседование	В ходе защиты отчета студенту предлагается ответить на
	контрольные вопросы, непосредственно по итогам
	практики.

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

8.1 Основная литература

- 4. 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
- 5. 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
- 6. 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
- 7. 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
- 8. 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
- 9. 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

8.2 Дополнительная литература

- **1.** Волков, О. И. Экономика предприятия : учебное пособие / О. И. Волков, В. К. Скляренко. 2-е изд. Москва : ИНФРА-М, 2014. 264 с. http://znanium.com/qo.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.-Петерб. гос. ун-т. Москва : Юрайт, 2015. 448 с. 5 экз 10. Изакова, Н. Б. Маркетинговые исследования с применением SPSS [Текст] : учебное пособие / Н. Б. Изакова, А. Ю. Журавлева ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. Екатеринбург : [Издательство УрГЭУ], 2013. 133 с. http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/14/p480354.pdf
- 11. Информационные технологии в маркетинге [Текст]: учебник и практикум для академического бакалавриата: для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / [С. В. Карпова [и др.]; под общ. ред. С. В. Карпова; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. Москва: Юрайт, 2014. 367 с. 12. Казакова, Н. А. Маркетинговый анализ [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н. А. Казакова. Москва: ИНФРА-М, 2014. 240 с. http://znanium.com/qo.php?id=455015

13. Трушина, Л. Е. История отечественной и зарубежной рекламы [Электронный ресурс] : Учебник / Лариса Евгеньевна Трушина. - Москва : Дашков и К°, 2012. - 248 с. http://znanium.com/go.php?id=343538

8.3 Интернет-ресурсы:

- 1) <u>www.nlr.ru</u>. Российская национальная библиотека (РНБ);
- 2) <u>www.rsl.ru</u> Российская государственная библиотека (РГБ);
- **3)** <u>www.inion.ru</u> Институт научной информации по общественным наукам РАН (ИНИОН);
- **4)** <u>www.forexpf.ru-</u> Библиотека по техническому и фундаментальному экономическому анализу
- 5) www.libertarium.ru- Библиотека «Либертариум»
- 6) www.popairussia.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.aup.ru Менеджмент и маркетинг в бизнесе
- 12) www.businesspress.ru Деловая пресса. Электронные газеты
- 13) АКАР РОССИЯ Режим доступа http://www.akarussia.ru/
- **14)** TNS, a Kantar Group Company Режим доступа http://www.tns-global.ru/
- 15) АЛЕКСАНДР НАЗАЙКИН Режим доступа http://www.nazaykin.ru/index.htm
- **16)** www.marketingandresearch.ru (Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования в России». Сайт журнала о маркетинге и исследованиях, содержащий аннотации статей всех номеров)
- **17)** <u>www.dis.ru/market/</u> (Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». Предназначен как для изменения образа мышления, получения знаний в области маркетинга, так и для выработки конкретных предложений по организации и проведению маркетинговой деятельности)
- **18)** <u>www.marketing.spb.ru</u> («Энциклопедия маркетинга». Содержит довольно много информации как теоретического (публикации по маркетингу, библиография), так и практического (перечень маркетинговых фирм, отчеты по исследованиям) характера)
- **19)** www.4p.ru («4p.ru e-журнал по маркетингу». Сайт полностью посвящен маркетингу; содержит интересные теоретические материалы по различным аспектам маркетинга, а также раздел, посвященный результатам маркетинговых исследований. Кроме того, на сайте есть книжный магазин деловой литературы, каталог ссылок на ресурсы сети)
- **20)** <u>www.marketolog.ru</u> (Журнал «Маркетолог». Журнал о маркетинге, рекламе, исследованиях, управлении).
- **21)** http://marketingandreserch.ru/authors/htm (Сервер «Маркетинг и маркетинговые исследования в России»

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

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 TY	
	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
Ī	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	1
	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» TY 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)				
Учебны	Наименование документа с указанием	Наименование документа с указанием Срок действия		
й год	реквизитов	документа		
2017/2018	Контракт № 07102017 от 13.10.2017	с «07» октября 2017 г.		
	ООО «Знаниум»	по «06» октября 2018 г.		
2018/2019	Контракт № 250918-эбс от 25.09.2018	с «08» октября 2018 г.		
		по «07» октября 2019 г.		

ООО «Знаниум»	

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: 3

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 (2 часть - 6 недель)

Дата	Описание работы	Содержание и планируемые результаты
		практики
(1 неделя)	- подбор, анализ	1. Характеристика организации, ассортимента
	нормативных и правовых	товаров/услуг.
	документов,	2. Перечень основных нормативных и правовых
	необходимых в	документов, необходимых для использования в
	деятельности	деятельности организации.
	организации;	3.Перечень основных положений действующего
	- анализ информационно-	законодательства и требований нормативных
	коммуникационных	документов, которыми руководствуется
	технологий	организация в маркетинговой и рекламной
	используемых в	деятельности
	организации;	4. Составить документацию в области
	- характеристика	профессиональной деятельности (рекламной) и
	организационной	провести проверку правильности ее оформления
	структуры управления	5.Характеристика используемого в организации
	- характеристика видов	программного информационного обеспечения,
	операционной	рекомендации по информационному
	деятельности при	обеспечению всех структур организации.
	производстве рекламного	Сделать выводы об информационной
	продукта	обеспеченности управления и его качестве.
	- характеристика этапов	5. Изображение и описание действующей
	процесса стратегического	организационной структуры предприятия,
	планирования	изображение и описание подразделения,
		занимающегося рекламной деятельностью в
		организации
		6.Характеристика подразделения организации, в

		котором студент проходит практику. 7.Описать перечень обязанностей специалистов, занимающихся рекламной деятельностью (продвижением) на предприятии. 8. Описать методы принятия решений в управлении операционной деятельностью организации 9. Описать стратегию организации, ее достоинства и недостатки. Дать характеристику эффективности реализации выбранной стратегии.
(1 неделя)	- характеристика конкурентоспособности организации; - стратегический анализ деятельности организации - анализ рыночных и специфических рисков, - анализ поведения потребителей	8. Выявить, описать потребности потребителей в продукте (услуге) организации, описать процесс формирования и удовлетворения потребностей 9. Описать процесс поведения потребителей при принятии решения о покупке. Выявить особенности поведения потребителей на рассматриваемом рынке 10.Провести анализ конкурентоспособности компании методами интегрального показателя конкурентоспособности и «Многоугольник конкурентоспособности». Сделать выводы. 11. Провести анализ и представить SWOT матрицу. Сделать выводы. 12. Провести анализ конъюнктуры рынка 13. Составить матрицу БКГ. Сделать выводы. 14. Разработать рекомендации на основе выполненного анализа.
(2 недели)	- принципы документального оформления решений в управлении операционной (рекламной) деятельности организаций - применение методов количественного и качественного и качественного анализа информации - характеристика принципов ведения баз данных по различным показателям - анализ методов реорганизации бизнеспроцессов в рекламной деятельности организации	15. Провести анализ ассортимента компании (структуры потребителей) методом АВС анализа. Сделать выводы. 16. Провести анализ коммуникационной политики компании, сделать выводы. 17. Представить (рассчитать0 показатели эффективности рекламной деятельности компании: ROI, рентабельность рекламных затрат 18. Описать систему показателей оценки эффективности рекламной деятельности, применяемую в организации. Принципы ведения баз данных по рассматриваемым показателям. 19. Оценить эффективность коммуникационной стратегии компании, описать систему показателей.
(2 недели)	- разработка и реализация	20. Провести сегментацию рынка; выбрать и

исследования		
- принятие		
управленческий решений		
по вопросу организации		
рекламных кампаний, в		
области коммуникаций и		
продвижения бренда		
- принятие участия в		
организации рекламной		
кампании		
владение навыками		
анализа и оценки		
рекламной деятельности,		
эффективности		
рекламных		

коммуникаций

проектов маркетингового

подробно описать целевые сегменты для проведения рекламной кампании

- 21. Разрабатывать анкету для проведения маркетингового исследования
- 22. Провести кабинетные и полевые маркетинговые исследования. Представить результаты анализа собранной информации в виде графиков, таблиц. выводов.
- 23. Разработать рекомендации по вопросу организации рекламной кампании, в области коммуникаций и продвижения бренда.
- 24. Описать результаты участия в реализации рекламной кампании, в области коммуникаций и продвижения бренда
- 25. Провести оценку эффективности рекламных коммуникаций. Представить систему показателей анализа и оценки рекламной деятельности в компании. Сделать выводы.

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(подпись) ФИО МП		

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

ОТЧЕТ по производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (3 курс)

Направление:	Студент
<u>Менеджмент</u>	
	(ANO)
	(ФИО)
Профиль:	Группа
<u>Рекламный менеджмент</u>	
Кафедра: маркетинга	Руководитель <u>Изакова Наталья</u>
и международного менеджмента	<u>Борисовна</u>

Екатеринбург

2018 г.