|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ | | | | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет» | | | | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Одобрена** | | | | | | |  | **Утверждена** | | | | |  |
| на заседании кафедры | | | | | | |  | Советом по учебно-методическим вопросам и качеству образования | | | | |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 14.12.2021 г. | | | | | | |  | 15 декабря 2021 г. | | | | |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| протокол № 4 | | | | | | |  | протокол № 4 | | | | |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Зав. кафедрой \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | | Капустина Л.М. | | |  | Председатель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | | |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | *(подпись)* | |  |  |  |  |  |  |  | *(подпись)* |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ** | | | | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Вид практики | | | | | Производственная | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Тип практики | | | | | Преддипломная практика | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Направление подготовки | | | | | 38.03.02 Менеджмент | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Профиль | | | | | Интернет-маркетинг | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Форма обучения | | | | | очная | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Год набора | | | | | 2022 | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Разработана: | | | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Доцент,к.э.н. | | | | | | | | | |  |  |  |  |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Изакова Н.Б. | | | | | | | | | |  |  |  |  |
|  | *(подпись)* | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | Екатеринбург  2021 г. | | |  |  |  |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **СОДЕРЖАНИЕ** | |
|  |  |
| **ВВЕДЕНИЕ** | **3** |
|  |  |
| **1. ЦЕЛЬ, ВИД,ТИП, СПОСОБ (ПРИ НАЛИЧИИ) И ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ** **ПРАКТИКИ** | **3** |
|  |
|  |  |
| **2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП** | **3** |
|  |  |
| **3. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ** | **3** |
|  |  |
| **4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП** | **3** |
|  |  |
| **5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН** | **7** |
|  |  |
| **6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**  **ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ** | **7** |
|  |
|  |  |
| **7. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ** | **9** |
|  |  |
| **8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРАКТИКИ ДЛЯ ЛИЦ С** **ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ** | **12** |
|  |
|  |  |
| **9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ,** **НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ** | **12** |
|  |
|  |  |
| **10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ** **ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И** **ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ,** **ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ** | **12** |
|  |
|  |  |
| **11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ** **ДЛЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ** | **13** |
|  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ВВЕДЕНИЕ** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Программа практики является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, разработанной в соответствии с ФГОС ВО | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | ФГОС ВО | | | | | | Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970) | | | | | | | | | | | | | | | |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **1.** **ЦЕЛЬ,** **ВИД,** **ТИП,** **СПОСОБ** **И** **ФОРМЫ** **ПРОВЕДЕНИЯ** **ПРАКТИКИ** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Целью является формирования компетенций в соответствии с видами профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа, для готовности к решениям профессиональных задач. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | Вид практики: | | | | | |  |  | Производственная | | | | | | | | | | |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | Тип практики: | | | | | |  | Преддипломная практика | | | | | | | | | | |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | Способы проведения практики: | | | | | | | | | | | | | |  | стационарная | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | Формы проведения практики: | | | | | | | | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | дискретно - по видам практик | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Практика может быть проведена с использованием дистанционных образовательных технологий и электронного обучения. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **2.** **МЕСТО** **ПРАКТИКИ** **В** **СТРУКТУРЕ** **ОПОП** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Практика в полном объеме относится к вариативной части учебного плана. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **3. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Промежуточная аттестация | | | | | | | | Часов | | | | | | | | | | | З.е. |  |  |  |  |
| Всего за семестр | | | | | Контактная работа .(по уч.зан.) | | | | | Самостоятель ная работа  в том числе подготовка контрольных и курсовых |  |  |  |  |
| Всего | Лекции | | | |  |  |  |  |
| Семестр 8 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  |  |
| Зачет | | | | | | | | 216 | | | | | 2 | 2 | | | | 214 | 6 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **4.ПЛАНИРУЕМЫЕ** **РЕЗУЛЬТАТЫ** **ОСВОЕНИЯ** **ОПОП** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| В результате прохождения практики у обучающегося должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС ВО. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Профессиональные компетенции (ПК) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Шифр и наименование компетенции | | | | | | | | | | | | Индикаторы достижения компетенций | | | | | | | | | | | |
| информационно-аналитический | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

|  |  |
| --- | --- |
| ПК-1 Подготовка к проведению маркетингового исследования | ИД-1.ПК-1 Знать:  Применение основ менеджмента  Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность  Особенности проведения социологических исследований  Принципы системного анализа  Методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов |
| ИД-2.ПК-1 Уметь:  Применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования  Определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования  Подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования  Анализировать текущую рыночную конъюнктуру  Составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследовани |
| ИД-3.ПК-1 Иметь практический опыт:  Выявление проблем и формулирование целей исследования  Планирование проведения маркетингового исследования  Определение маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследований  Подготовка и согласование плана проведения маркетингового исследования  Разработка технического задания для проведения маркетингового исследования  Подготовка процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования |
| ПК-2 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга | ИД-1.ПК-2 Знать:  Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность  Рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики  Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг  Методы проведения маркетингового исследования  Психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях  Правила, нормы и основные принципы этики делового общения  Методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства |

|  |  |
| --- | --- |
| ПК-2 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга | ИД-2.ПК-2 Уметь:  Систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации  Использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков  Работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования  Проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга  Создавать отчеты по результатам маркетингового исследования  Давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга |
| ИД-3.ПК-2 Иметь практический опыт:  Планирование и организация сбора первичной и вторичной маркетинговой информации  Обработка полученных данных с помощью методов математической статистики  Подготовка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований  Формирование предложений по совершенствованию товарной политики  Формирование предложений по совершенствованию ценовой политики  Формирование предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж  Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации |
| организационно-управленческий | |
| ПК-4 Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет» | ИД-1.ПК-4 Знать:  Принципы и методы проведения деловых переговоров  Основы эффективной коммуникации  Современные правила и стандарты составления технической документации |
| ИД-2.ПК-4 Уметь:  Обосновывать свою точку зрения  Проводить переговоры  Составлять аналитические записки  Использовать профессиональные системы, программы и сервисы для формирования бюджета |
| ИД-3.ПК-4 Иметь практический опыт:  Согласование показателей эффективности и стратегии продвижения с заказчиком  Формирование бюджета на продвижение в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»  Распределение бюджета на продвижение в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет» между различными каналами продвижения |

|  |  |
| --- | --- |
| ПК-5 Анализ трафика на веб -сайт | ИД-1.ПК-5 Знать:  Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика)  Особенности функционирования современных веб-аналитических систем  Основы потребительского поведения  Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов |
| ИД-2.ПК-5 Уметь:  Интерпретировать показатели количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт  Составлять документацию по проведенному анализу трафика на веб- сайт  Составлять алгоритмы улучшения качественных показателей трафика |
| ИД-3.ПК-5 Иметь практический опыт:  Проведение анализа количественных показателей трафика на веб-сайт  Проведение анализа качественных показателей трафика на веб-сайт  Составление аналитической записки по анализу существующего трафика на веб-сайт |
| ПК-3 Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет» | ИД-1.ПК-3 Знать:  Основы предпринимательской деятельности  Основы маркетинга  Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика)  Основы бюджетирования маркетинговой деятельности  Система инструментов интернет-маркетинга  Проектирование веб-сайтов  Основы веб-дизайна  Основы гипертекстовой разметки  Порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин  Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов  Особенности функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем  Особенности функционирования современных социальных медиа |
| ИД-2.ПК-3 Уметь:  Составлять систему показателей эффективности продвижения  Анализировать соответствие выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» общей маркетинговой стратегии организации  Обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке |
| ИД-3.ПК-3 Иметь практический опыт:  Подбор каналов продвижения в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»  Разработка показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»  Составление стратегии продвижения в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет» |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **5.** **ТЕМАТИЧЕСКИЙ** **ПЛАН** | | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Этап | Часов | | | | | | | | | |  |
| Наименование этапа | | | Всего  часов | Контактная работа .(по уч.зан.) | | | | Самост. работа | Контроль самостоятельн ой работы |  |
| Лекции | Лаборатор ные | Практичес кие занятия | |  |
| Семестр 8 | | | | 216 |  |  |  | |  |  |  |
| Этап 1. | Подготовка теоретической и аналитической глав ВКР | | | 108 | 2 |  |  | | 106 |  |  |
| Этап 2. | Подготовка практической главы ВКР | | | 108 |  |  |  | | 108 |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **6.** **ФОРМЫ** **ТЕКУЩЕГО** **КОНТРОЛЯ** **И** **ПРОМЕЖУТОЧНОЙ** **АТТЕСТАЦИИ**  **ШКАЛЫ** **ОЦЕНИВАНИЯ** | | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Раздел/Этап | | Вид оценочного средства | Описание оценочного средства | | | | | Критерии оценивания | | | |
| Текущий контроль | | | | | | | | | | | |
| Этапы 1,2 | | Аналитическая  справка | Структура теоретического, методического и практического обоснования проблемы исследования | | | | | Оценивается умение :  - обосновать теоретико- методический подход к изучению проблемы исследования (50%)  - обосновать практическую значимость исследования проблемы для организации (50%)  Процент выполнения:  0-100% | | | |
| Промежуточная аттестация | | | | | | | | | | | |
| 8 семестр (За) | | Отчет по практике  с приложениями | Включает: характеристику места практики, приложения.  Защита отчета: вопросы по аналитической справке | | | | | Оценивается:  - обоснованность проблемы исследования (50%)  - аргументированно сть выводов (50%)  Процент выполнения:  0-100 % | | | |

|  |
| --- |
| **ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ** |
| **Текущий** **контроль.** Используется 100-балльная система оценивания. В течении практики руководители практики от профильной организации и университета осуществляют контроль в соответствии с совместным планом и индивидуальным планом обучающегося. В отчете обучающегося ставится процент выполнения и отметка «выполнено/не выполнено»  **Промежуточная** **аттестация.** Используется рейтинговая система оценивания. Оценка работы обучающегося по окончанию практики осуществляется руководителем практики от университета в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе практики.  Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания:  Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо, зачтено.  Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно, зачтено. |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Показатель оценки** | **По 5-балльной системе** | **Характеристика показателя** |  |
|  | 100% - 85% | отлично | обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне |  |
|  | 84% - 70% | хорошо | обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов.  Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.) |  |
|  | 69% - 50% | удовлетворительно | обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне.  Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно. |  |
|  | 49 % и менее | неудовлетворительно | обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов.  Не сформированы умения и навыки для решения профессиональных задач |  |
|  | 100% - 50% | зачтено | характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» |  |
|  | 49 % и менее | не зачтено | характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно» |  |
|  |  |  |  |  |
| **7.** **СОДЕРЖАНИЕ** **ПРАКТИКИ** | | | | |
| 7.1. Содержание лекций | | | | |

|  |
| --- |
| Этап 1. Подготовка теоретической и аналитической глав ВКР  1. Подготовка к прохождению практики.  Знакомство обучающихся с целями практики, ее сроками и критериями оценки.  Знакомство обучающихся с заданиями на период практики и требованиями к отчетности по ним.  Составление индивидуального плана работы.  1.1. Общая характеристика организации. Место нахождения, виды деятельности, рынок, на котором работает организация, история создания и развития, жизненный цикл организации, описание отрасли и др.  1.2. Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность. Особенности проведения маркетинговых исследований Принципы системного анализа Методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов.  1.3. Рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг Методы проведения маркетингового исследования Психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях Правила, нормы и основные принципы этики делового общения Методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства  1.4. Составить список информационных источников по теме ВКР и специфики деятельности компании - места прохождения практики. |
|  |
| 7.3. Содержание самостоятельной работы |
| Этап 1. Подготовка теоретической и аналитической глав ВКР  1.5. Ознакомительно-производственная деятельность на месте практики.  Изображение и описание действующей ОСУ предприятия, изображение и описание ОСУ подразделения организации, в котором студент проходит практику. Оценка ее эффективности.  1.6. Сбор, обработка и анализ данных, необходимых для решения маркетинговых задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно- аналитических систем; Провести анализ факторов динамической среды и их последствий для организации с помощью современных информационных технологий, методов SWOT, PEST, оценить ситуацию на рынке, сделать выводы. Провести анализировать текущей рыночной конъюнктуры. Провести исследование конкурентов. Сделать выводы.  1.7. Определить подходящие маркетинговые инструменты и применить их для проведения маркетингового исследования Подготовить комплексный план проведения маркетингового исследования . Составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования.  2. Подготовка проекта теоретической и аналитической глав ВКР:  2.1. Составление и согласование плана ВКР.  2.2. Сбор, анализ и проработка необходимых материалов для выполнения ВКР. Выявление актуальности выбранного направления исследования (проблемы) – работа с литературными источниками и информационными системами. Разработка понятийно-категориального аппарата исследования и методологии ВКР. Изучение степени научной и практической освещенности проблем исследования .  2.3. Подготовка теоретической и аналитической глав ВКР в виде аналитической записки к отчету. |
|

|  |
| --- |
| Этап 2. Подготовка практической главы ВКР  1. Анализ практической маркетинговой деятельности организации .  1.1. Систематизировать и обобщить собранные данные первичной и вторичной маркетинговой информации. Использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков с помощью специализированных программам для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования  1.2. Провести маркетинговое исследование рынка с использованием инструментов комплекса маркетинга. Создать отчет по результатам маркетингового исследования. Разработать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга.  1.3. Определить принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика)  Проанализировать бюджет на маркетинговую деятельность компании в сети Интернет. Сформировать систему инструментов интернет-маркетинга.  1.4 Проанализировать веб-сайт компании и ее основных конкурентов. Сделать выводы. Предложить направления оптимизации веб-сайта в соответствии с требованиями поисковых машин.  1.5. Составить систему показателей эффективности продвижения компании. Проанализировать соответствие выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» общей маркетинговой стратегии организации. Обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке. Разработать стратегию продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»  1.6. Сформулировать аргументы для согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Составить аналитическую записку с помощью профессиональных систем, программ и сервисов для формирования бюджета. Составить техническую документацию в соответствии с современными правилами и стандартами. составления  1.7. Провести анализ трафика на веб-сайт с учетом особенностей функционирования современных веб-аналитических систем. Провести анализ потребительского поведения. Интерпретировать показатели количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт Составить документацию по проведенному анализу трафика на веб-сайт Составить алгоритмы улучшения качественных показателей трафика. |
|  |
| 7.3.1.Совместный рабочий график проведения практики  Приложение 1 |
| 7.3.2. Индивидуальное задание  Приложение 2 |
|  |
| 7.3.3. . Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике  Приложение 3 |
|  |
| 7.4. Отчет по практике  Приложение 4 |

|  |
| --- |
| **8.** **ОСОБЕННОСТИ** **ОРГАНИЗАЦИИ** **ПРАКТИКИ** **ДЛЯ** **ЛИЦ** **С** **ОГРАНИЧЕННЫМИ** **ВОЗМОЖНОСТЯМИ** **ЗДОРОВЬЯ** |
| Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.  ***По*** ***заявлению*** ***студента***  В целях доступности прохождения практики профильная организация и УрГЭУ обеспечивают следующие условия:  - особый порядок прохождения практики, с учетом состояния их здоровья в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;  - применение дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.  - доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен рабочей программой практики. |
|  |
| **9.** **ПЕРЕЧЕНЬ** **ОСНОВНОЙ** **И** **ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ** **УЧЕБНОЙ** **ЛИТЕРАТУРЫ,** **НЕОБХОДИМОЙ** **ДЛЯ** **ПРОХОЖДЕНИЯ** **ПРАКТИКИ** |
| **Сайт** **библиотеки** **УрГЭУ**  http://lib.usue.ru/ |
|  |
| **Основная литература:** |
| 1. Акулич М.В. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс]:Учебник для бакалавров. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 352 с. – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1091183 |
|
| 2. Мамонтов С.А., Глебова Н.М. Управление маркетинговыми проектами на предприятии [Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019. - 174 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1006769 |
| 3. Солосиченко Т. Ж. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Екатеринбург: [Издательство УрГЭУ], 2017. - 121 – Режим доступа: http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/17/p488707.pdf |
| 4. Изакова Н. Б., Минина Т. Б., Солосиченко Т. Ж. Аналитический маркетинг и управление продажами [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Екатеринбург: Издательство УрГЭУ, 2020. - 257 – Режим доступа: http://lib.wbstatic.usue.ru/resource/limit/ump/21/p493743.pdf |
| 5. Ойнер О. К. Управление результативностью маркетинга [Электронный ресурс]:Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 350 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/488789 |
|  |
| **Дополнительная литература:** |
| 1. Кокинз Г., Тимофеев П.В. Управление результативностью [Электронный ресурс]:Как преодолеть разрыв между объявленной стратегией и реальными процессами Учебное пособие. - Москва: Альпина Бизнес Букс, 2017. - 318 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/926093 |
|
| 2. Капустина Л. М., Мосунов И. Д. Интернет-маркетинг. Теория и практика продвижения бренда в Cети [Электронный ресурс]:[монография]. - Екатеринбург: [Издательство УрГЭУ], 2015. - 102 – Режим доступа: http://lib.usue.ru/resource/limit/books/17/m488193.pdf |
| 3. Изакова Н. Б. Маркетинговые исследования с применением пакета SPSS [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Екатеринбург: [б. и.], [2018?]. - 1 – Режим доступа: http://meu.usue.ru/lessons/index.html |
| 4. Жильцова О. Н., Артемьева О. А., Жильцов Д. А., Карпова С. В., Поляков В. А., Рожков И. В. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс]:Учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 335 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/489043 |
|  |
| **10.** **ПЕРЕЧЕНЬ** **ИНФОРМАЦИОННЫХ** **ТЕХНОЛОГИЙ,** **ВКЛЮЧАЯ** **ПЕРЕЧЕНЬ** |

|  |
| --- |
| **ЛИЦЕНЗИОННОГО** **ПРОГРАММНОГО** **ОБЕСПЕЧЕНИЯ** **И** **ИНФОРМАЦИОННЫХ** **СПРАВОЧНЫХ** **СИСТЕМ,** **ОНЛАЙН** **КУРСОВ,** **ИСПОЛЬЗУЕМЫХ** **ПРИ** **ПРОХОЖДЕНИИ** **ПРАКТИКИ** |
| **Перечень лицензионного программного обеспечения:** |
| Microsoft Windows 10 .Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020. Срок действия лицензии -Без ограничения срока. |
| Astra Linux Common Edition. Договор №0417-ПО/2019 от 08.05.2019, Акт №Sk000343 от 24.05.2019 и Контракт № 35-У/2018 от 13.06.2018, Акт № УТ213 от 17.12.2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока. |
| Microsoft Office 2016.Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020 Срок действия лицензии -Без ограничения срока. |
| МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока. |
| Libre Office. Лицензия GNU LGPL. Срок действия лицензии - без ограничения срока. |
| IBM SPSS Statistics Base Edition Edition Campus Value Unit Term License Subscription and Support 12 Month.Договор № 11/223-ПО/2022 от 25.02.2022. Срок действия 28.02.2023. |
|  |
| **Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-** **телекоммуникационной сети «Интернет»:** |
| Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока |
| Справочно-правовая система Консультант +. Срок действия лицензии до 31.12.2025 |
|  |
| **11.** **ОПИСАНИЕ** **МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ** **БАЗЫ,** **НЕОБХОДИМОЙ** **ДЛЯ** **ПРОХОЖДЕНИЯ** **ПРАКТИКИ** |
| Реализация практики осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ и профильной организации (при необходимости).  Рабочие места и помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ и профильной организации (при наличии).  Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории. |

.

**Приложение 2**

**БЛАНК ИНДИВИДУАЛЬНОГО ЗАДАНИЯ**

|  |  |
| --- | --- |
| СОГЛАСОВАНО:  Руководитель практики от Университета  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (подпись, Ф.И.О.) | СОГЛАСОВАНО:  Руководитель практики от профильной организации  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (подпись, Ф.И.О.) |

**Индивидуальное задание**

**Преддипломная практика**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Студента |  | | |
| Часть 1. Отчета | | | |
| Информация о руководителях практик | | Конкретная дата, но не позднее первого дня практики | |
| Часть 2. Отчета | |  | |
| Прохождение инструктажей:  - по технике безопасности  - по охране труда  - по правилам внутреннего распорядка  - по санитарным правилам (при наличии требований) | | Конкретная дата, но не позднее первого дня практики | |
| Часть 3. Отчета | | | |
| Краткая характеристика места практики (лили той организации, деятельность которой изучает обучающийся) | | Конкретная дата | |
| Часть 4. Отчета и приложения | | | |
| Тематический план и содержание практики  Тема 1. Подготовка теоретической и аналитической глав ВКР  1. Подготовка к прохождению практики.  Знакомство обучающихся с целями практики, ее сроками и критериями оценки.  Знакомство обучающихся с заданиями на период практики и требованиями к отчетности по ним.  Составление индивидуального плана работы.  1.1. Общая характеристика организации. Место нахождения, виды деятельности, рынок, на котором работает организация, история создания и развития, жизненный цикл организации, описание отрасли и др.  1.2. Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность. Особенности проведения маркетинговых исследований Принципы системного анализа Методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов.  1.3. Рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг Методы проведения маркетингового исследования Психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях Правила, нормы и основные принципы этики делового общения Методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства  1.4. Составить список информационных источников по теме ВКР и специфики деятельности компании - места прохождения практики.  1.5. Ознакомительно-производственная деятельность на месте практики.  Изображение и описание действующей ОСУ предприятия, изображение и описание ОСУ подразделения организации, в котором студент проходит практику. Оценка ее эффективности.  1.6. Сбор, обработка и анализ данных, необходимых для решения маркетинговых задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно- аналитических систем; Провести анализ факторов динамической среды и их последствий для организации с помощью современных информационных технологий, методов SWOT, PEST, оценить ситуацию на рынке, сделать выводы. Провести анализировать текущей рыночной конъюнктуры. Провести исследование конкурентов. Сделать выводы.  1.7. Определить подходящие маркетинговые инструменты и применить их для проведения маркетингового исследования Подготовить комплексный план проведения маркетингового исследования . Составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования.  2. Подготовка проекта теоретической и аналитической глав ВКР:  2.1. Составление и согласование плана ВКР.  2.2. Сбор, анализ и проработка необходимых материалов для выполнения ВКР. Выявление актуальности выбранного направления исследования (проблемы) – работа с литературными источниками и информационными системами. Разработка понятийно-категориального аппарата исследования и методологии ВКР. Изучение степени научной и практической освещенности проблем исследования .  2.3. Подготовка теоретической и аналитической глав ВКР в виде аналитической записки к отчету. | Конкретные даты | Вид отчетного документа  Аналитическая справка  Решение кейса | Приложение 1  к отчету  Приложение 2 к отчету  Приложение 3 к отчету |
| Тема 2. Подготовка практической главы ВКР  организации .  1.1. Систематизировать и обобщить собранные данные первичной и вторичной маркетинговой информации. Использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков с помощью специализированных программам для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования  1.2. Провести маркетинговое исследование рынка с использованием инструментов комплекса маркетинга. Создать отчет по результатам маркетингового исследования. Разработать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга.  1.3. Определить принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика)  Проанализировать бюджет на маркетинговую деятельность компании в сети Интернет. Сформировать систему инструментов интернет-маркетинга.  1.4 Проанализировать веб-сайт компании и ее основных конкурентов. Сделать выводы. Предложить направления оптимизации веб-сайта в соответствии с требованиями поисковых машин.  1.5. Составить систему показателей эффективности продвижения компании. Проанализировать соответствие выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» общей маркетинговой стратегии организации. Обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке. Разработать стратегию продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»  1.6. Сформулировать аргументы для согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Составить аналитическую записку с помощью профессиональных систем, программ и сервисов для формирования бюджета. Составить техническую документацию в соответствии с современными правилами и стандартами. составления  1.7. Провести анализ трафика на веб-сайт с учетом особенностей функционирования современных веб-аналитических систем. Провести анализ потребительского поведения. Интерпретировать показатели количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт Составить документацию по проведенному анализу трафика на веб-сайт Составить алгоритмы улучшения качественных показателей трафика. | Конкретные даты |
| Текущий контроль | | | |
| Загрузка в портфолио договора | | Конкретная дата, но не позднее первого дня практики | |
| Загрузка в портфолио подписанного индивидуального плана | | Конкретная дата, но не позднее первого дня практики | |
| Загрузка в портфолио подписанного совместного рабочего графика проведения практики | | Конкретная дата, но не позднее первого дня практики | |
| Сдача отчета руководителю от профильной организации | | Конкретные даты | |
| Сдача отчета руководителю от университета  (загрузка в портфолио) | | Конкретные даты | |
| Промежуточный контроль | | | |
| Решение кейса | | Конкретные даты | Приложение 3  к отчету |
| Защита практики | | Конкретные даты | |

Принято к исполнению:

ФИО обучающегося \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(подпись) (дата)

**Приложение 4**

БЛАНК ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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

**(УрГЭУ)**

**ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| Студента | Иванова Ивана Ивановича |
| Курс | 4 |
| Форма обучения | очная |
| Год набора | 2022 |
| Направление подготовки | 38.03.02 Менеджмент |
| Профиль | Интернет-маркетинг |
| Наименование практики | Производственная |
| Тип практики | Преддипломная |
| **Место практики** |  |
| **Сроки практики** |  |

Екатеринбург

20\_\_

**СОДЕРЖАНИЕ ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Часть 1 | Информация о руководителях практики |  |
| Часть 2 | Инструктажи по созданию безопасных условий прохождения практики обучающимся, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда |  |
| Часть 3 | Краткая характеристика места практики |  |
| Часть 4 | Выполнение индивидуального задания |  |
| Приложение 1-2  Отчетные документы | |  |
| Приложение 3  Решение кейса | |  |

**Часть 1**

**ИНФОРМАЦИЯ О РУКОВОДИТЕЛЯХ ПРАКТИКИ**

**Заполняется не позднее первого дня практики**

|  |  |
| --- | --- |
| **Руководитель практики от Университета** | |
| ФИО |  |
| должность |  |
| ученая степень /ученое звание |  |
| Кафедра |  |
| Телефон |  |
| Электронный адрес |  |
| Реквизиты распорядительного акта о прохождении практики | Приказ ректора от … |
| **Руководитель практики от профильной организации** | |
| Полное наименование профильной организации  (по уставу) |  |
| ФИО |  |
| должность |  |
| Реквизиты распорядительного акта о прохождении практики | Приказ /распоряжение и т.д. от …  Обучающийся представляет только реквизиты сам акт не нужен |
| Телефон |  |
| Электронный адрес |  |
| Реквизиты договора |  |
| Подпись  руководителя практики  от профильной организации | |

**Часть 2**

**ИНСТРУКТАЖИ ПО СОЗДАНИЮ БЕЗОПАСНЫХ УСЛОВИЙ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ ОБУЧАЮЩИМСЯ, ОТВЕЧАЮЩИЕ САНИТАРНЫМ ПРАВИЛАМ И ТРЕБОВАНИЯМ ОХРАНЫ ТРУДА**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Дата проведения | Вид инструктажа | Ф.И.О., должность, подпись, проводившего инструктаж | Подпись обучающегося, прошедшего инструктаж |
| * 1. Прохождение инструктажа по технике безопасности | | | |
| Конкретная дата, но не позднее первого дня практики | Первичный |  |  |
| 1.2. Инструктаж по охране труда | | | |
| Конкретная дата, но не позднее первого дня практики | Первичный |  |  |
| 1.3. Инструктаж по правилам внутреннего распорядка | | | |
| Конкретная дата, но не позднее первого дня практики | Первичный |  |  |
| 1.4. Инструктаж по санитарным правилам (при наличии требований) | | | |
| Конкретная дата, но не позднее первого дня практики | Первичный |  |  |

**Часть 3**

**КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МЕСТА ПРАКТИКИ**

|  |  |
| --- | --- |
| Полное наименование места практики | Государственная корпорация по атомной энергии "Росатом" (Госкорпорация "Росатом") |
| Акционерное общество"Научно-технический и сертификационный центр по комплексной защите информации" |
| Адрес: | г. Москва, ул. Старомонетный пер., дом 26 |
| телефон: | 8 (499) 949-46-33 |
| E-mail: | [vvagafonkina@rosatom.ru](mailto:vvagafonkina@rosatom.ru) |
| Официальный сайт | [www.rosatom.ru](http://www.rosatom.ru) |
| Руководитель организации  (ФИО, должность) | Генеральный директор  Алексей Евгеньевич Лихачёв |
| Правоустанавливающие документы | Устав, (реквизиты)  Свидетельство о регистрации и т.д. |
| Основные направления деятельности  (инф официального сайта, устава, ЕГРИП, ЕГРЮП и тд)  Должна соответствовать ПРОФИЛЮ | 1. Услуги по разработке бренд-стратегии, нейминга, логотипа, фирменного стиля, брендбука, упаковки, стратегии продвижения бренда 2. Подготовка и проведение рекламных кампаний: подготовка и размещение рекламных материалов в газетах, периодических изданиях, на радио, телевидении, в информационно-коммуникационной сети Интернет и прочих средствах массовой информации, подготовка и размещение рекламы, например, на афишных тумбах, рекламных щитах, стендах для афиш и объявлений, в витринах, в демонстрационных залах, размещение рекламы на автомобилях и автобусах и т.п, распространение и доставка рекламных материалов или пробных образцов, подготовка стендов и прочих демонстрационных материалов и сайтов; 3. Проведение маркетинговых исследований, исследования конъюнктуры рынка и изучение общественного мнения; 4. Привлечение и удержание клиентов, промо-акции продукции, маркетинговые исследования пунктов продаж, адресную рассылку рекламных материалов, консультирование в области маркетинга |

**Часть 4**

**ВЫПОЛНЕНИЕ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ЗАДАНИЯ**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Из индивидуального задания | Конкретные даты выполнения из индивидуального задания | Вид отчетного документа | Краткое описание студентом алгоритма выполнения задания | Приложение к отчету | Подпись руководителя от профильной организации о проверке выполнения индивидуального задания  (текущий контроль) |
| Тема 1  Тема 1. Подготовка теоретической и аналитической глав ВКР  1. Подготовка к прохождению практики.  Знакомство обучающихся с целями практики, ее сроками и критериями оценки.  Знакомство обучающихся с заданиями на период практики и требованиями к отчетности по ним.  Составление индивидуального плана работы.  1.1. Общая характеристика организации. Место нахождения, виды деятельности, рынок, на котором работает организация, история создания и развития, жизненный цикл организации, описание отрасли и др.  1.2. Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность. Особенности проведения маркетинговых исследований Принципы системного анализа Методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов.  1.3. Рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг Методы проведения маркетингового исследования Психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях Правила, нормы и основные принципы этики делового общения Методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства  1.4. Составить список информационных источников по теме ВКР и специфики деятельности компании - места прохождения практики.  1.5. Ознакомительно-производственная деятельность на месте практики.  Изображение и описание действующей ОСУ предприятия, изображение и описание ОСУ подразделения организации, в котором студент проходит практику. Оценка ее эффективности.  1.6. Сбор, обработка и анализ данных, необходимых для решения маркетинговых задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно- аналитических систем; Провести анализ факторов динамической среды и их последствий для организации с помощью современных информационных технологий, методов SWOT, PEST, оценить ситуацию на рынке, сделать выводы. Провести анализировать текущей рыночной конъюнктуры. Провести исследование конкурентов. Сделать выводы.  1.7. Определить подходящие маркетинговые инструменты и применить их для проведения маркетингового исследования Подготовить комплексный план проведения маркетингового исследования . Составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования.  2. Подготовка проекта теоретической и аналитической глав ВКР:  2.1. Составление и согласование плана ВКР.  2.2. Сбор, анализ и проработка необходимых материалов для выполнения ВКР. Выявление актуальности выбранного направления исследования (проблемы) – работа с литературными источниками и информационными системами. Разработка понятийно-категориального аппарата исследования и методологии ВКР. Изучение степени научной и практической освещенности проблем исследования .  2.3. Подготовка теоретической и аналитической глав ВКР в виде аналитической записки к отчету. |  | Аналитическая справка |  | Приложение 1 к отчету |  |
| Тема 2. Подготовка практической главы ВКР  организации .  1.1. Систематизировать и обобщить собранные данные первичной и вторичной маркетинговой информации. Использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков с помощью специализированных программам для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования  1.2. Провести маркетинговое исследование рынка с использованием инструментов комплекса маркетинга. Создать отчет по результатам маркетингового исследования. Разработать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга.  1.3. Определить принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика)  Проанализировать бюджет на маркетинговую деятельность компании в сети Интернет. Сформировать систему инструментов интернет-маркетинга.  1.4 Проанализировать веб-сайт компании и ее основных конкурентов. Сделать выводы. Предложить направления оптимизации веб-сайта в соответствии с требованиями поисковых машин.  1.5. Составить систему показателей эффективности продвижения компании. Проанализировать соответствие выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» общей маркетинговой стратегии организации. Обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке. Разработать стратегию продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»  1.6. Сформулировать аргументы для согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Составить аналитическую записку с помощью профессиональных систем, программ и сервисов для формирования бюджета. Составить техническую документацию в соответствии с современными правилами и стандартами. составления  1.7. Провести анализ трафика на веб-сайт с учетом особенностей функционирования современных веб-аналитических систем. Провести анализ потребительского поведения. Интерпретировать показатели количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт Составить документацию по проведенному анализу трафика на веб-сайт Составить алгоритмы улучшения качественных показателей трафика. |  |
| Решение кейса | Конкретные даты | Приложение 3  к отчету |  |  |  |

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ РУКОВОДИТЕЛЯ ОТ ПРОФИЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ О РЕЗУЛЬАТАХ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ И ВЫПОЛНЕНИЕ ОБУЧАЮЩИМСЯ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ЗАДАНИЯ**

*За время работы Иванов ИИ. проявил себя как грамотный, добросовестный, ответственный стажер, вдумчивый, самостоятельный исследователь.*

*Индивидуальное задание выполнял в установленные сроки.*

*Замечания, высказанные в ходе индивидуальных консультаций и подготовки отчета, учтены и исправлены.*

*Отчет Иванова ИИ. соответствует всем требованиям*

***Оценка «отлично»***

**ФИО**

**Должность руководителя профильной организации подпись /дата**

**ПОДПИСЬ УДОСТОВЕРЯЕТСЯ ТОЛЬКО ЗДЕСЬ!!!!!**

**Это может быть печать отдела (для документов, корреспонденции, личная печать, в том числе ЭЦП и т.д) или**

**ОТДЕЛА КАДРОВ ОРГАНИЗАЦИИ ОБ УДОСТОВЕРЕНИИ ПОДПИСИ**

**НЕ ТРЕБУЙТЕ ГЕРБОВЫЕ ПЕЧАТИ**

**ознакомлен** ФИО обучающегося: Иванов И.И

дата 05.06.2021