

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И ПРАВА
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ

Кафедра маркетинга

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность: Маркетинг

Уровень квалификации выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Программа практики адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2021

Программа практики
Составители:
Канд. экон. наук, доцент, Т.Б.Рыжкова

УТВЕРЖДЕНО
Протокол заседания кафедры
маркетинга
№ 9 от 14.05.2021

Оглавление

<u>1. Пояснительная записка</u>	
<u>1.1. Цели и задачи практики</u>	<u>4</u>
<u>1.2 Вид (тип) практики</u>	<u>5</u>
<u>1.3 Способы, формы и места проведения практики</u>	<u>5</u>
<u>1.4 Вид (виды) профессиональной деятельности</u>	<u>7</u>
<u>1.5 Планируемые результаты обучения при прохождении практики, соотнесённые с планируемыми результатами освоения образовательной программы</u>	<u>8</u>
<u>1.6. Место практики в структуре образовательной программы</u>	<u>16</u>
<u>1.7. Объем практики</u>	<u>16</u>
<u>2. Содержание практики</u>	<u>16</u>
<u>3. Оценка результатов практики</u>	<u>17</u>
<u>3.1. Формы отчётности</u>	<u>17</u>
<u>3.2 Критерии выставления оценки по практике</u>	<u>19</u>
<u>3.3. Оценочные средства (материалы) для промежуточной аттестации обучающихся по практике</u>	<u>20</u>
<u>4. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики</u>	<u>22</u>
<u>4.1. Список источников и литературы</u>	<u>22</u>
<u>4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</u>	<u>24</u>
<u>5. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики</u>	<u>25</u>
<u>6. Организация практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья</u>	<u>28</u>
<u>Приложения</u>	<u>31</u>
<u>Приложение 1</u>	<u>31</u>
<u>Приложение 2</u>	<u>34</u>
<u>Приложение 3</u>	<u>35</u>
<u>Приложение 4</u>	<u>36</u>

1. Пояснительная записка

1.1. Цели и задачи практики

Цель практики: подготовка студентов к будущей деятельности в качестве маркетолога, углубление теоретических знаний и применение ранее полученных навыков в решении конкретных практических задач в сфере маркетинга.

Задачи практики:

- обеспечение адаптации студентов к будущей профессии;
- сбор и анализ маркетинговой информации, проведение маркетинговых исследований;
- участие в осуществлении маркетинговых программ и проектов, на основе применения теоретических знаний;
- определение места целей и задач маркетинга на предприятии;
- сбор обобщение и систематизация материалов по всем разделам программы практики.

1.2. Тип практики:

Ознакомительная практика.

1.3 Способы, формы и места проведения практики

Способ проведения учебной практики:

выездная; стационарная.

Стационарная практика проводится в структурных подразделениях РГГУ или в профильных организациях, расположенных на территории г. Москвы.

Выездная практика проводится в профильных организациях различных регионов Российской Федерации и за рубежом.

Формы проведения практики:

непрерывная-непрерывно (путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения всех видов практик, предусмотренных ОПОП ВО);

дискретно:

а) путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практик;

б) по периодам проведения практик – путем чередования в календарном учебном графике периодов учебного времени для проведения практик с периодами учебного времени для проведения теоретических занятий.

Возможно сочетание дискретного проведения практик по их видам и по периодам их проведения.

Места проведения практики.

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, проводится в университете:

- на профильной кафедре – кафедра маркетинга и рекламы и в профильных организациях;
- в подразделениях вуза – отдел маркетинга и рекламы, служба связей с

общественностью.

1.4 Виды профессиональной деятельности

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, ориентирована на получение первичных профессиональных умений и навыков для осуществления:

- информационно-аналитической деятельности;
- организационно-управленческой.

1.5. Планируемые результаты обучения при прохождении практики, соотнесённые с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Программа практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности направлена на формирование следующих компетенций по

направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» направленность (профиль) «Маркетинг». Практика направлена на формирование следующих компетенций:

УК-1.1; УК-1.2; УК-2.1; УК-2.2; УК-3.1; УК-3.2; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-6.1; УК-6.2; УК-7.1; УК-7.2; УК-7.3; УК-8.1; УК-8.2; УК-8.3; УК-9.1; УК-9.2; УК-9.3; УК-10.1; УК-11.1; УК-11.2; УК-11.3; ОПК-1.1; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-3.1; ОПК-3.2; ПК-1.1; ПК-1.2

УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
	УК-1.1. Применяет знание основных теоретико-методологических положений философии, концептуальных подходов к пониманию природы информации как научной и философской категории, методологических основ системного подхода;
	УК-1.2. Формирует и аргументировано отстаивает собственную позицию по различным философским проблемам, обосновывает и адекватно оценивает современные явления и процессы в общественной жизни на основе системного подхода.
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
	УК-2.1. Анализирует имеющиеся ресурсы и ограничения, оценивает и выбирает оптимальные способы решения поставленных задач;
	УК-2.2. Способность использования знаний о важнейших нормах, институтах и отраслях действующего российского права для определения круга задач и оптимальных способов их решения.
УК-3	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
	УК-3.1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; определяет роль каждого участника в команде;
	УК-3.2 Эффективно взаимодействует с членами команды; участвует в обмене информацией, знаниями и опытом; содействует презентации результатов работы команды; соблюдает этические нормы взаимодействия.
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
	УК-4.1. Владеет системой норм русского литературного языка и нормами иностранного (-ых) языка (-ов); способен логически и грамматически верно строить коммуникацию, используя вербальные и невербальные средства взаимодействия;
	УК-4.2. Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную общепрофессиональную информацию на русском и иностранном (-ых) языке (-ах); демонстрирует навыки перевода с иностранного (-ых) на государственный язык, а также с государственного на иностранный (-ые) язык (-и);
	УК-4.3. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач для достижения профессиональных целей на государственном и иностранном (-ых) языках.
УК-5	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
	УК-5.1.

	Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям;
	УК-5.2. Проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира;
	УК-5.3. Понимает межкультурное разнообразие общества в его различных контекстах: философском, социально-историческом, этическом.
УК-6	. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
	УК-6.1. Определяет цели собственной деятельности, оценивая пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов;
	УК-6.2. Формулирует цели собственной деятельности, определяя пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
	УК-7.1. Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма;
	УК-7.2. Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности;
	УК-7.3. Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности.
УК-8	Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций
	УК-8.1. Понимает цели и задачи безопасности жизнедеятельности, основные понятия, классификацию опасных и вредных факторов среды обитания человека, правовые и организационные основы безопасности жизнедеятельности, обеспечение экологической безопасности.
	УК-8.2. Использует знания системы гражданской обороны, структуры РСЧС и их основные задачи, как часть системы общегосударственных мероприятий.
	УК-8.3. Оказывает первую помощь в очаге поражения, используя средства индивидуальной и коллективной защиты.
УК-9	Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах
	УК-9.1. Знает понятие инклюзивной компетентности, ее компоненты и структуру; особенности применения базовых дефектологических знаний в социальной и профессиональной сферах
	УК-9.2. Умеет планировать и осуществлять профессиональную деятельность с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами
	УК-9.3. Владеет навыками взаимодействия в социальной и профессиональной сферах с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами

УК-10	. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
	УК-10.1. Понимает экономические законы и их проявления в различных областях жизнедеятельности
	УК-10.2. Способен планировать и принимать решения в сфере личных финансов
УК-11	Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению
	УК-11.1. Знать сущность коррупционного поведения и его взаимосвязь с социальными, экономическими, политическими и иными условиями
	УК-11.2. Уметь анализировать, толковать и правильно применять правовые нормы о противодействии коррупционному поведению
	УК-11.3. Владеть навыками работы с законодательными и другими нормативными правовыми актами
ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории;
	ОПК-1.1. Понимает состав и смысл поставленных задач с позиции основ экономической, организационной и управленческой теории.
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;
	ОПК-2.1. Знает источники, способы и методы аккумуляции информации, необходимой для решения поставленных управленческих задач.
	ОПК-2.2. Эффективно собирает, обрабатывает, анализирует данные и применяет их при решении управленческих задач, используя современный информационно-технологический инструментарий
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
	ОПК-3.1. Подготавливает обоснованные и взвешенные проекты решений, учитывая факторы влияния на внутреннюю и внешнюю среду, прогнозируя влияние разработанного проекта решения.
	ОПК-3.2. Разрабатывает комплексные организационно-управленческие решения, учитывая социально-экономические последствия, качества и параметры среды принятия решений, а также принимает ответственность за последствия принимаемых решений.
ПК-1.	Способен проводить маркетинговые исследования и маркетинговый анализ
	ПК-1.1. Разрабатывает, организует и проводит маркетинговые исследований
	ПК-1.2. Разрабатывает план и проводит маркетинговый анализ внешней и внутренней среды организации

1.6. Место практики в структуре образовательной программы

6. Место практики в структуре образовательной программы

Практика Ознакомительная относится к блоку Б2.О («Обязательная часть») учебного плана.

Для прохождения практики необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Социология, Микроэкономика, Организационно-документационное обеспечение профессиональной деятельности менеджера, Маркетинг, Менеджмент организации, Трудовое право, Информационный Менеджмент, Поведение потребителей,

В результате прохождения практики формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Стратегический менеджмент, Управление человеческими ресурсами, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Управление бизнес-процессами в организации, Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков.

1.7. Объем практики

В соответствии с учебным планом объем практики составляет 6 зачетных единицы. Продолжительность практики – 4 недели, 228 академических часов, в том числе контактная работа – 12 часов, в соответствии с учебным планом и календарным графиком.

2. Содержание практики

	Наименование раздела	Содержание и виды работ
	Инструктаж по технике безопасности	Инструктаж по технике безопасности. Получение индивидуального задания по прохождению учебной практики и составление плана выполнения работ и пр.
	Выполнение заданий. Выполнение анализа собранного материала.	организационно-управленческий вид деятельности Постановка целей и задач практики знакомство с основными нормативными документами, регламентирующие

		<p>деятельность отдела маркетинга, положений, правил, инструкций, методических разработок и т.д.) как на русском, так и на иностранном языках</p> <p>анализ организационной структуры и основной деятельности объекта практики</p> <p>знакомство с задачами и функциями, возложенными на маркетинговые отделы и службы</p> <p>изучение деловой этики сотрудников маркетинговых подразделений</p> <p>участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);</p> <p>участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;</p> <p>планирование деятельности организации и подразделений;</p> <p>формирование организационной и управленческой структуры организаций;</p> <p>организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;</p> <p>разработка и реализация проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);</p> <p>контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;</p> <p>мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;</p> <p>участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы);</p> <p>информационно-аналитический вид деятельности</p> <p>сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;</p> <p>построение и поддержка функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;</p> <p>создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;</p> <p>разработка и поддержка функционирования системы внутреннего документооборота организации, ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;</p> <p>разработка системы внутреннего документооборота организации;</p> <p>оценка эффективности проектов;</p>
--	--	--

		подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности; оценка эффективности управленческих решений;
	Подготовка и защита отчёта по практике	составление отчета, защита практики

3. Оценка результатов практики

3.1. Формы отчётности

Формами отчётности по практике являются: отчёт обучающегося, характеристика с места прохождения практики.

Форма промежуточной аттестации по практике - дифференцированный зачет с оценкой.

Результаты прохождения практики последовательно отражаются в Отчете, который по окончании практики студент должен представить на кафедру маркетинга и рекламы. Отчет должен содержать аргументированное освещение вопросов, разрешенных в ходе прохождения практики с ясными выводами и ссылками на использованные и проведенные исследования, публикации источников.

Отчет о прохождении практики представляется в машинописном виде **по истечении 3 дней после** окончания практики и должен содержать:

Титульный лист. Образец оформления титульного листа отчета (Приложение 4).

Содержание (с обозначение номеров страниц).

Введение, в котором дается обоснование актуальности выбранной темы, цель, задачи, объект и предмет практики, анализ источников и использованной литературы, а также фактических материалов, полученных в процессе прохождения практики. Сформулированные цель и задачи, которые автор ставит в введении, решаются в ходе выполнения практики.

Основная текстовая часть. В ней дается краткая характеристика обследуемого предприятия; краткий анализ его основной деятельности и определяется роль, значение и сущность его маркетинговой деятельности. Исследуются конкуренты предприятия, потребители и структура. Изложение в ней материала должно быть последовательным.

Аналитическая часть. В ней анализируются все собранные в ходе обследования материалы с приложением таблиц, схем, графиков, диаграмм, вопросников и пр..

Заключение, в котором подводятся основные итоги проделанной практикантом работы, делаются выводы.

Список информационных источников и литературы. Включает издания, использованные при написании отчета. Список источников формируется по отдельным группам изданий: законодательные акты, нормативно-правовые документы, сборники документов, периодическая печать, монографии. Внутри выбранных групп источники, как правило, располагаются по хронологическому принципу. Список исследований составляется **в алфавитном порядке фамилий авторов**. Более детальные сведения по составлению списка можно почерпнуть из ГОСТа 7.1-84 «Библиографическое описание документа. Общие требования и правила составления», Методические указания по выполнению письменных работ студентов РГГУ» (под.ред. Ю.Н.Афанасьева, Л.Н. Простоволосовой). ГОСТ 7.82-2001 «Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления».

Приложения, включающие в себя основные и промежуточные материалы обследования (разработанные документы, структуры, графики, диаграммы).

Объем отчета о прохождении практики – 1 печатный лист (24 машинописных страницы по 1800 знаков). Отчет должен быть напечатан на писчей бумаге формата А4 с одной стороны листа 14 шрифтом Times New Roman через 1,5 интервала.

Сроки подачи отчета. Отчет должен быть сдан научному руководителю не позднее, чем за **3 дня до назначенной даты зачета**.

Вместе с отчетом студент представляет **характеристику с места прохождения практики (характеристика должны быть заверены печатью организации, в которой студент проходил практику).**

Характеристика оформляется на бланке учреждения (организации), где осуществлялась практика, подписывается руководителем организации по месту прохождения практики, **заверяется печатью и является обязательным приложением к отчету.**

Характеристика должна содержать оценку руководителем практики работы студента в организации, проявленных им деловых качеств, его навыков и умений, отношения к работе.

К защите отчета практики допускаются студенты, выполнившие ее программу, представившие характеристику с места прохождения практики и отчет. Оценка выставляется руководителем практики.

Итоговая оценка студенту за практику выставляется с учетом:

а) оценки, отражающей активность студента, проявленную в ходе прохождения практики, на основе его деловых, личностных качеств и творческих способностей, полученной за практику в организации;

б) уровня защиты отчета, отражающего способность студента защищать результаты своей работы.

3.2 Критерии выставления оценки по практике

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по практике	Критерии оценки результатов практики
100-83/ А,В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики содержит высокую положительную оценку, отчет выполнен в полном соответствии с предъявляемыми требованиями, аналитическая часть отчета отличается комплексным подходом, креативностью и нестандартностью мышления студента, выводы обоснованы и подкреплены значительным объемом фактического материала. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Компетенции, закреплённые за практикой, сформированы на уровне – «высокий».
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики содержит положительную оценку, отчет выполнен в целом в соответствии с предъявляемыми требованиями без существенных неточностей, включает фактический материал, собранный во время прохождения практики. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».

67-50/ D,E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики содержит положительную оценку, отчет по оформлению и содержанию частично соответствует существующим требованиям, но содержит неточности и отдельные фактические ошибки, отсутствует иллюстративный материал. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если характеристика с места прохождения практики не содержит положительной оценки. Отчет представлен не вовремя и не соответствует существующим требованиям. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

3.3. Оценочные средства (материалы) для промежуточной аттестации обучающихся по практике

Оценочными средствами для выставления оценки по практике являются собеседование, проверка подготовленных материалов (отчета и характеристики с места практики). Аттестация по итогам практики проводится на основании защиты оформленного отчета и отзыва научного руководителя и руководителя практики. По итогам положительной аттестации студенту выставляется дифференцированная оценка (отлично, хорошо, удовлетворительно).

Примерные контрольные вопросы

Вид деятельности		
	ПК-2 владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том	Анализ коммуникации с коллегами и в коллективе, руководством

		числе в межкультурной среде	
	ПК-3	- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.	<p>характеристику организации с точки зрения анализа конкурентной среды;</p> <p>определить сильные и слабые стороны в организации по различным направлениям ее деятельности.</p> <p>:</p> <p>методика наглядной демонстрации сильных и слабых сторон организации по различным направлениям ее деятельности (например, SWOT-анализ, PEST-анализ);</p> <p>методами и программными средствами обработки деловой информации, взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы.</p>
6	ПК-7	владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ	<p>Мониторинг поставок материальных ресурсов в соответствии с предусмотренными в договорах сроками, контроль их количества, качества и комплектности, организации хранения на складах организации</p> <p>Разработать бизнес-план создания и развития новых организаций (подразделений, направлений деятельности, продуктов)</p> <p>Анализ отдельных видов и средств рекламы.</p>
7	ПК-8	владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности	<p>Изучение стандартов унифицированной системы организационно-распорядительной документации, единой системы технологической документации</p> <p>Составление организационно-распорядительной документации.</p>

		организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	
8	ПК-9	информационно-аналитическая деятельность: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	<p>Анализ маркетинговой макросреды фирмы. Описание и анализ основных элементов маркетинговой микросреды организации. Выявление и описание основных конкурентов фирмы. Пофакторный анализ конкурентоспособности фирмы. Анализ товаров конкурентов. Анализ конкурентоспособности фирмы и ее товаров с использованием различных методических приемов. Описание и характеристика рынка, на котором работает данная фирма, с точки зрения его географического положения, отраслевой принадлежности, товарной структуры и тенденций развития. Основные показатели функционирования рынка, на котором работает данная фирма, и их анализ. Анализ конъюнктуры рынка, на котором работает данная фирма.</p>
	ПК-12	- умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на	Какие средства коммуникации использует компания для поддержания деловых отношений

		развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управ- ления)	
--	--	---	--

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

4.1. Список источников и литературы

Источники основные:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч.1 и Ч.2. – М.: «Юрайт», 2012, с дополнениями и изменениями 2017г.
2. Закон РСФСР от 22 марта 1991 г. №948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (в ред. Закона РФ от 02 февраля 2006 г. №019-ФЗ), с дополнениями и изменениями 2019г.
3. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе», с дополнениями и изменениями 2019г.
4. Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. N 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации", с дополнениями и изменениями 2019г.

Литература основная:

1. Басовский Л.Е. Маркетинг: Учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. М.: ИНФРА-М, 2018. – 420 с. [ЭБС, znanium.com].
2. Бережная С.В. Методы и модели принятия управленческих решений: Учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2017. – 384 с. [ЭБС, znanium.com].
3. Виханский О.С. Менеджмент. Учебник. / О.С. Виханский, А.И. Наумов. 2-е изд., перераб. и доп.. - М, 2018 6-е изд., перераб. и доп. ЭБС Знаниум
4. Герасимов, Б. И. Маркетинг : учеб. пособие / Б.И. Герасимов, В.В. Жариков, М.В. Жарикова. — 2-е изд. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2018. — 320 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-106851-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/977930>
5. Голова, А. Г. Управление продажами: Учебник / Голова А.Г. - Москва :Дашков и К, 2017. - 280 с.: ISBN 978-5-394-01975-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/414918>
6. Драганчук, Л. С. Поведение потребителей: Учебное пособие / Л.С. Драганчук. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 192 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-009837-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/459498>
7. Дубровин, И. А. Поведение потребителей / Дубровин И.А., - 4-е изд. - Москва :Дашков и К, 2017. - 310 с.: ISBN 978-5!394-01475-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/415239>
8. Егоров, Ю. Н. Управление маркетингом: Учебное пособие/Ю.Н.Егоров - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 238 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-010430-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/488403>
9. Елиферов В. Г., Репин В. В. Бизнес-процессы: Регламентация и управление. М.: Инфра-М, 2017. — 319 с. . ЭБС Знаниум znanium.com/catalog/quey/
10. Ким, С. А. Маркетинг / Ким С.А. - Москва :Дашков и К, 2017. - 260 с.: ISBN 978-5394-02014-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/513272>
11. Кузнецова Н.В. Методы принятия управленческих решений: Учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2018. – 222 с. [ЭБС, znanium.com].

12. Лифшиц А.С. Управление человеческими ресурсами: теория и практика: Учеб. пособие. М.: Изд. Центр РИОР, ИНФРА-М, 2018. – 266 с. [ЭБС, znanium.com].
13. Лихацкий В.И. Управление человеческими ресурсами. М.: Гатчина, 2014. – 482 с. [ЭБС, znanium.com]
14. Маркетинг : учеб. пособие / Ю.Ю. Сулова, Е.В. Щербенко, О.С. Веремеенко, О.Г. Алёшина. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2018. - 380 с. - ISBN 978-5-7638-3849-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1032135>
15. Меликян, О. М. Поведение потребителей / Меликян О.М., - 4-е изд. - Москва : Дашков и К, 2018. - 280 с.: ISBN 978-5-394-01043-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/415017>
16. Мильнер Б.З. Теория организации: Учебник. М.: ИНФРА-М. 2012. – 864 с. [ЭБС, znanium.com].
17. Николаева М.А.. Товарная политика: Учебник для бакалавриата / - М.: Норма, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 256 с.: 60x90 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-91768-615-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/505674>
18. Нордфальт, Й. Ритейл-маркетинг: Практики и исследования / Нордфальт Й.; пер. с англ. - Москва : Альпина Паблицер, 2016. - 490 с.: ISBN 978-5-9614-4701-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/923682>
19. Нуралиев, С. У. Маркетинг : учебник / С.У. Нуралиев. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 305 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5b177ff4775454.87516182. - ISBN 978-5-16-106462-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/954382>
20. Парамонова, Т. Н. Маркетинг торгового предприятия / Парамонова Т.Н., Красюк И.Н., Лукашевич В.В. - Москва : Дашков и К, 2018. - 284 с.: ISBN 978-5-394-02068-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/415048>
21. Резник С.Д. Организационное поведение. М.: ИНФРА-М, 2015. – 463 с. [ЭБС, znanium.com].
22. Румянцева З.П. Общее управление организацией. Теория и практика. М.: ИНФРА-М, 2006, 2015. – 304 с. [ЭБС, znanium.com].
23. Рыжикова Т.Н. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик. Учебное пособие.- М.: НИЦ Инфра-М, 2018. - 288 с. [ЭБС Знаниум]/
24. Рыжикова, Т. Н. Маркетинг: экономика, финансы, контроллинг : учеб. пособие / Т.Н. Рыжикова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 225 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/24399. - ISBN 978-5-16-105668-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1036271>
25. Сендеров В.Л. Методы принятия управленческих решений: Учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2017. – 227 с. [ЭБС, znanium.com].
26. Синяева, И. М. Маркетинг в коммерции / Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В., - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 548 с.: ISBN 978-5-394-02388-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/415418>
27. Смирнов Э.А. Теория организации: Учеб пособие. М.: ИНФРА-М, 2016. – 248 с. [ЭБС, znanium.com].
28. Смирнов, К. А. Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: теория и практика : монография / Т.Е. Никитина, К.А. Смирнова ; науч. ред. К.А. Смирнов. — Москва : ИНФРА-М, 2017. – 166 с. — (Научная мысль). - ISBN 978-5-16-103886-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/750758>
29. Соловьев, Б. А. Маркетинг: Учебник / Соловьев Б.А., Мешков А.А., Мусатов Б.В. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 336 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-003647-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/608883>

30. Сорокина, Т. Система дистрибуции: Инструменты создания конкурентного преимущества: Учебное пособие / Сорокина Т. - Москва :Альпина Пабли., 2016. - 150 с.: ISBN 978-5-9614-4798-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/923857>
31. Строева Е.В. Разработка управленческих решений: Учеб.-практ. пособие / Е.В. Строева, Е.В. Лаврова. М.: ИНФРА-М, 2014. – 128 с. [ЭБС, znanium.com]
32. Титова, В. А. Управление поведением потребителей / Титова В.А., Глебова Д.Л., Титова Т.В. - Новосибирск :НГТУ, 2013. - 387 с.: ISBN. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/546042>
33. Тихомирова О.Г. Менеджмент организации: теория, история, практика: Учеб. пособие / О.Г. Тихомирова, Б.А. Варламов. М.: ИНФРА-М, 2015. – 256 с. [ЭБС, znanium.com].
34. Токарев Б.Е. Маркетинговые исследования: Учебник / Б.Е. Токарев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2013. - 512 с. [ЭБС Знаниум].
35. Управление маркетингом: Учебник для вузов / Н. Капон, Дж. Макхалберт / Пер. с англ. под ред. В.Б. Колчанова. СПб.: Питер, 2010. – 832 с. [ЭБС, znanium.com].
36. Управление персоналом организации: Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. М.: ИНФРА-М, 2018. – 695 с. [ЭБС, znanium.com].
37. Халевинская Е.Д. Торговая политика: Учебное пособие - М.: Ма-гистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 304 с.: 60x90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-9776-0351-5 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/501338>

Литература дополнительная:

1. Алексунин, В. А. Маркетинговые коммуникации / Алексунин В.А., Дубаневич Е.В., Скляр Е.Н. - Москва :Дашков и К, 2018. - 196 с.: ISBN 978-5-394-01090-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/511986>
1. Басовский Л.Е. Современный стратегический анализ: Учебник. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 256 с. [ЭБС, znanium.com]
2. Аникин Б.А. Высший менеджмент для руководителя: Учебное пособие / Б.А. Аникин. – 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 142 с. ЭБС Знаниум
2. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: Учебник. М.: КноРус, 2013. – 669 с. [ЭБС, znanium.com].
3. Антонов Г.Д. Управление рисками в организации: Учеб. пособие / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 154 с. [ЭБС, znanium.com].
4. Архангельская И. Б. Интегрированные маркетинговые коммуникации/Архангельская И.Б., МезинаЛ.Г., Архангельская А.С. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 171 с.: [ЭБС "znanium.com"]
1. Акулич, И. Л. Маркетинг: Учебник / Акулич И.Л. - Мн.:Вышэйшая школа, 2014. - 543 с.: ISBN 978-985-06-2539-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1010378>
2. Алексунин В.А. Маркетинг. Учебник. 5-е изд. М.: ИТК «Дашков и Ко», 2014. – 216 с. [ЭБС, znanium.com].
3. Балашов А.П. Теория менеджмента: Учебник. М: ИНФРА-М, 2014. – 352 с. [ЭБС, znanium.com].
4. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2013. - 392 с. [ЭБС Знаниум].
5. Годин А. М. Брендинг: Учебное пособие / Годин А.М., - 3-е изд., перераб. и доп. - М.:Дашков и К, 2016. - 184 с.: 60x84 1/16 ISBN 978-5-394-02629-4. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/329358>
6. Голубкова Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и

- доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 363 с. ЭБС"ЮРАЙТ"
[//http://liber.rsuh.ru/ru/ebs](http://liber.rsuh.ru/ru/ebs)
7. Горина Г.А. Ценообразование /Горина Г.А.- ЮНИТИ-ДАНА, 2015-127с.
 [ЭБС"znanium.com"]
 8. Грушенко, В. И. Эволюция восприятия маркетинга. Проектирование маркетинговой стратегии : учеб.-практич. пособие / В.И. Грушенко. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 360 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5c49c6ff2febe2.38931457. - ISBN 978-5-16-107596-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/958467>
 9. Джоббер Д., Ланкастер Дж. Продажи и управление продажами: Учеб. пособие для вузов. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 622 с. - ISBN 978-5-238-00465-6.- Текст:электронный.URL: <http://znanium.com/catalog/product/1028609>
 10. Друкер П. Классические работы по менеджменту. / Питер Ф. Друкер./ Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2016 ЭБС Знаниум
 11. История управленческой мысли [Электронный ресурс] : учебник / В.И. Маршев; МГУ им. М.В. Ломоносова. - М.: ИНФРА-М, 2010. – Режим доступа: <http://znanium.com>., с.534-632.
 12. Казаков, С. П. Сбытовая политика фирмы // В кн.: Маркетинг: учебник по направлению подготовки 080200.62 «Менеджмент». : Статья / Казаков С.П. - Москва :ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 47 с.: - ISBN (ИЦ РИОР) ; ISBN (НИЦ ИНФРА-М). - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/561282>
 13. Козленко, Н.Н. Маркетинг: Учебное пособие (в схемах) [Электронный ресурс] / Н. Н. Козленко, Г. В. Ларионов. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 106 с. - ISBN 978-5-394-02505-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/514651>
 14. Королев В.И., Уваров В.В., Заикин А.Д. Современные технологии менеджмента: Учебник; Под ред. проф. В.И. Королева; Всероссийская академия внешней торговли. - М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2012. - 640 с. . ЭБС Знаниум
 15. Косинова Е.А. и др. Ценообозование: теория и практика. Учебное пособие 2-е изд., перераб. и доп. Е.А.Косинова, Е.Н. Белкина, А.Я. Казакова- 2-е изд. – Ставрополь. АГРУС, 2012. - 160 с.:[ЭБС "znanium.com"].
 16. Котлер, Ф. Латеральный маркетинг: Технология поиска революционных идей Учебное пособие / Котлер Ф., Бес Ф.Т., Виноградов А.П. - Москва :Альпина Пабл., 2016. - 206 с.ISBN 978-5-9614-5420-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/739521>
 17. Кузнецов Б.Т. Стратегический менджмент: учебное пособие / Б.Т. Кузнецов. – Юнити – Дана, 2015. – 623 с. [ЭБС Знаниум]
 18. Ларионов И.К. Стратегическое управление. М.: ИТК «Дашков и К», 2014. – 235 с. [ЭБС, znanium.com].
 19. Маркетинг в России и за рубежом [http:// www. mavriz. ru/](http://www.mavriz.ru)
 20. Музыкант В. Л. Брендинг: Управление брендом: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 316 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-369-01236-9. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/416049>
 21. Музыкант В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Л. Музыкант. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 342 с. ЭБС"ЮРАЙТ" [//http://liber.rsuh.ru/ru/ebs](http://liber.rsuh.ru/ru/ebs)
 22. Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф. Коммерческая деятельность: учебник. Изд. 13-е, перераб. и доп. - М: Дашков, 2017 – 500 с. ЭБС Знаниум

23. Пономарева, А. М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: Учебное пособие / Пономарева А.М. - Москва : ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 247 с. (Высшее образование: Магистратура) ISBN 978-5-369-01531-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/543676>
24. Резникова, Н. П. Маркетинг в отрасли инфокоммуникаций: Учебное пособие для вузов / Резникова Н.П., Кухаренко Е.Г.; Под ред. Резниковой Н.П. - Москва :Гор. линия-Телеком, 2018. - 152 с. (Спец. Уч.пос.для высших учебных заведений) (О)ISBN 978-5-9912-0343-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/563641>
25. Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг : учебник / В.Д. Секерин. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 237 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-103497-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/937476>
26. Синяева, И. М. Маркетинг услуг / Синяева И.М., Романенкова О.Н., Синяев В.В., - 2-е изд. - Москва :Дашков и К, 2017. - 252 с.: ISBN 978-5-394-02723-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/430570>
27. Томпсон-мл. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа: пер. с англ. 12-е изд. / А. Томпсон-мл., А.Дж. Стрикленд Ш. М., СПб., Киев: Вильямс, 2000. – 928 с. [ЭБС, znanium.com].
28. Тультаев, Т. А. Маркетинг услуг: Учебник / Т.А. Тультаев. - Москва : НИЦ Инфра-М, 2012. - 208 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-16-005021-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/260847>
29. Цветков П.В/ Ценообразование. [ЭБС "znanium.com"].
30. Ценообразование [электронный ресурс]: Учеб. пособие / Е.В. Сарафанова. - 2-е изд. - М.: ИД РИОР, 2009
31. Ценообразование [электронный ресурс]: Учебное пособие / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева и др.; Под ред. В.А. Слепова; Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2018. – 144 с.
32. Чайкина И.И. Ценообразование. Учебник / М.Д, Магомедов, Е.Ю.Куломозина, И.И. Чайкина - 3-е изд. перераб.- М.: Дашков и К.,2017.- 248 с.: ЭБС "znanium.com".
33. Якобсон, А. Я. История управленческой мысли: Учебное пособие / Якобсон А.Я., Бацюн Н.В. - Москва :ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 100 с. (Высшее образование: Бакалавриат) (Обложка. КБС)ISBN 978-5-369-01558-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/542259>

4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Состав современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2020 г.)

№п/п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis

3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

Библиографические записи электронных ресурсов составляется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.82-2001 «Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления».

Журнал «PR в России»

Журнал «Communication Arts»

Журнал «Marketing Week»

Еженедельник «Adweek»

Еженедельник «Brandweek»

Журнал «Lurzer's Archive»

Газета «Guardian»

Журнал «SALES business / Продажи»

Режим доступа : <http://http://kafmr.rsuh.ru/> - сайт кафедры маркетинга и рекламы, факультета управления, института экономики, управления и права РГГУ

Режим доступа : <http://www.marketologi.ru> - сайт Гильдии маркетологов

Режим доступа : [http:// www.admarket.ru](http://www.admarket.ru) - сайт Клуба журналистов, пишущих в центральной прессе о маркетинге и рекламе.

Режим доступа : <http://www.salespromotion.ru> - сайт "Below The Line" Российской Ассоциации Стимулирования Сбыта.

Режим доступа : <http://www.marketer.ru>- сайт посвящен проблематике Интернет-маркетинга: исследования, персоналии, статьи, файлы.

Режим доступа : <http://www.esomar.org> – сайт Европейского общества маркетинга (World Association of Opinion and Marketing Research Professionals), поддерживается на английском языке.

Режим доступа : <http://www.akarussia.ru> - сайт Ассоциации Коммуникационных Агентств России (АКАР).
<http://www.mediasoyuz.ru> Лига рекламных агентств
 Режим доступа : <http://www.ravtoz.ru> Российская Ассоциация владельцев товарных знаков (РАВТОЗ)

Режим доступа : <http://www.radm.ru> Российская ассоциация директ-маркетинга

Состав программного обеспечения (ПО) (2020 г.)Перечень ПО

	№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ
				распространения
				(лицензионное или
				свободно
				распространяемое)
1		Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2		Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3		Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4		AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободнораспростра няемое
5		Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6		SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7		Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8		SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9		Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10		ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11		Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12		Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13		Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14		Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15		Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16		Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17		Zoom	Zoom	лицензионное

5. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики

Практика проводится на базе профильных организаций, с которыми заключены договоры о сотрудничестве.

№ п/п	Наименование предприятия, учреждения, организации	№ договора о сотрудничестве	Дата заключения и срок действия договора	Адрес предприятия, телефон	Материально-техническое обеспечение рабочего места обучающегося
1.	ООО «РОМИР МОНИТОРИНГ СТАНДАРТ»	01-ПР/2014/ФУ	20 ноября 2014- 20 ноября 2017 с пролонгацией	121087, Москва, ул. Баркляя, д.6, стр.3	
2.	ООО «ТМС»	195-05-117/ФУ	10 июля 2014- 10 июля 2017 с пролонгацией	127018, Москва, ул. Сущевский вал, д.16, стр.5	
3.	Благотворительный фонд помощи тяжелооболным детям "ЖИВИ"	195-05-269а/ФУ	02 апреля 2018-29 июня 2018 с пролонгацией	127055, Москва, ул.Новослободская, д.3	
4.	Фонд развития медиапроектов и социальных программ «Глэдвэй»	195-05-97/ФУ	22 октября 2012-"22 октября 2017 с пролонгацией "	105120, Москва, ул. Нижняя Сыромятническая, д.10, стр.9	
5.	Ассоциация коммуникационных агенств России (АКАР)	195-05-127/ФУ	7 июня 201731 января 2022-	127018, Москва, ул. Полковая, д.3, стр.3	
6.	ООО «Башкирова и партнеры»	195-05-112/ФУ	01 октября 2013-02 июля 2018 с пролонгацией	101000, Москва, Колпачный пер., д.9а	
7.	ООО Международный институт маркетинговых и социальных исследований "ГФК-Русь"	№ 209/1	02 февраля 2009-02 февраля 2014 с пролонгацией	105318, Москва, ул. Ибрагимова, д.5а	
8.	ООО «Старая Площадь Консалтинг»	195-05-111/ФУ	03 сентября 2013-02 июля 2018 с пролонгацией	107996, Москва, ул. Кузнецкий мост, д.21/5	
9.	ОАО «Русский продукт» (ОАО "РУСПРОД")	195-05-66/ФУ	20 июня 2011-20 июня 2016 с пролонгацией	107143, Москва, ул. Пермская, вл.1	
10.	АНО Центр социальных проектов "Молодежный Интеллектуальный Ресурс" ("МИР")	195-05-256/ФУ	02 марта 2018-01 августа 2021	119121, Москва, ул. Плющиха, д.9а	
11.	ООО «Ай.Ди.Си, Сентрал Юроп КмбХ. Интернационале Датен Компьютериндустри»	195-05-42/ФУ	18 декабря 2008-18 декабря 2013 с пролонгацией	127422, Москва, ул. Тимирязевская, д.1	

12.	ООО «Агентство ДжампСтарт Маркетинг»	195-05-48/ФУ	22 января 2009-22 января 2014 с пролонгацией	Москва, ул. Пятницкая, д.59	
13.	ООО «Идея»	№ 27	03 апреля 2008-02 апреля 2013 с пролонгацией	121374, Москва, ул. Багрицкого, стр. 1, офис 41	
14.	ООО «Фирма ПАПИЛЛОНС»	195-05-65/ФУ	24 мая 2011-24 мая 2016 с пролонгацией	119991, Москва, Мосфильмовская ул., д.1	
15.	ООО «Агентство социальных медиа»	195-05-80/ФУ	05 мая 2012-05 мая 2017 с пролонгацией	109028, Москва, Малый Ивановский пер., д.2/4, стр.4	
16.	ООО «Флаймат»	195-05-37/ФУ	25 апреля 2008-24 апреля 2013 с пролонгацией	109004, Москва, ул. Земляной вал, д.54, стр.2	
17.	ООО "Дымшиц и Партнеры"	195-05-308/ФУ	19 апреля 2018-31 декабря 2018	125167, Москва, Мясницкая ул., д.17, стр.1	
18.	ООО «ПРЕМО»	195-05-35/ФУ	05 февраля 2008-04 февраля 2013 с пролонгацией	105082, Москва, ул. Фридриха Энгельса, д.75, стр.11, офис 602	
19.	ОАО «НОМОС-БАНК»	195-05-38/ФУ	28 апреля 2008-27 апреля 2010 с пролонгацией	109240, Москва, ул. Верхняя Радищевская, д.3, стр.1	
20.	ООО «Фаворит»	195-05-146/ФУ	23 марта 2007-22 марта 2012 с пролонгацией	115487, г. Москва, просп. Андропова, д.38	
21.	ООО «Сервис Плюс АТ»	195-05-16а/ФУ	02 апреля 2007-01 апреля 2012 с пролонгацией	115201, Москва, Котляковская ул., д.5, стр.1	
22.	ЗАО «Центропродукт»	№ 026/057	08 мая 2007-7 мая 2012 с пролонгацией	142190, МО, г. Троицк, ул. Солнечная, д.12	
23.	Государственный музей изобразительных искусств им. А.С. Пушкина	195-05-64/ФУ	16 мая 2011-16 мая 2012 с пролонгацией	119019, Москва, ул. Волхонка, д.12	
24.	ООО «Издательский дом «ГВОЗДЬ»	195-05-16/ФУ	09 апреля 2007-08 апреля 2012 с пролонгацией	115407, Москва, Судостроительная ул., д.30, корп.1	
25.	ООО «Районное Агентство Информации»	№ 30Н	09 июня 2011-09 июня 2016 с пролонгацией	117418, г. Москва, ул. Цюрупы, д.16, корп.3	
26.	Министерство экономического развития Российской Федерации	б\н	27 декабря 2011-31 декабря 2017 с пролонгацией	125993, Москва, ул. 1-я Тверская-Ямская, д.1,3	
27.	ООО "ГУДБАЙ ОФИС"	195-05-150/ФУ	14 ноября 2017-14 ноября 2022	127473, Москва, ул. Селезневская, д.11а, стр.2, офис 422	

28.	ООО «Арт энд смарт»	195-05-126/ФУ	23 мая 2017-31 декабря 2022	Москва, 2-я улица Машиностроения, д.17, стр.1	
29.	ЗАО «Торгово промышленный дом ЭХМЗ»	№ 2803	28 марта 2007-27 марта 2012 с пролонгацией	121024, Москва, Перовский проезд, д.35, строение 5, помещение 1, комн. 17	
30.	ООО "ФЭМИЛИС" (FAMILY"S)	195-05-439/ФУ	21 мая 2018-30 сентября 2018 с пролонгацией	127055, Москва, Новолесной пер., д.5, помещение 11, комнаты 13-18	
31.	ЗАО "Исследовательская компания КОМКОН"	195-05-62/ФУ	26 мая 2010-31 августа 2010 с пролонгацией	115280, Москва, ул. Мастеркова, д.4, этаж 19	
32.	Акционерное общество ББДО	195-05-145/ФУ	18 октября 2017-30 ноября 2017 с пролонгацией	115114, Москва, Дербеневская наб., д.7, оф.13	

6. Организация практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости программа практики может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого от студента требуется представить заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК) и личное заявление (заявление законного представителя).

В заключении ПМПК должно быть прописано:

- рекомендуемая учебная нагрузка на обучающегося (количество дней в неделю, часов в день);
- оборудование технических условий (при необходимости);
- сопровождение и (или) присутствие родителей (законных представителей) во время учебного процесса (при необходимости);
- организация психолого-педагогического сопровождение обучающегося с указанием специалистов и допустимой нагрузки (количества часов в неделю).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся при необходимости могут быть созданы фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Форма проведения текущей и итоговой аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно (на бумаге, на компьютере), в форме тестирования и т.п.). При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Форма проведения практики для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (инвалидностью) устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере и т.п.).

Выбор мест прохождения практик для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) производится с учетом требований их доступности для данных обучающихся и рекомендации медико-социальной экспертизы, а также индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При направлении инвалида и обучающегося с ОВЗ в организацию или предприятие для прохождения предусмотренной учебным планом практики Университет согласовывает с организацией (предприятием) условия и виды труда с учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы и индивидуальной программы реабилитации инвалида. При необходимости для прохождения практик могут создаваться специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений, а также с учетом профессионального вида деятельности и характера труда, выполняемых обучающимся-инвалидом трудовых функций.

Защита отчета по практике для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств общего и специального назначения. Перечень используемого материально-технического обеспечения:

- учебные аудитории, оборудованные компьютерами с выходом в интернет, видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном;
- библиотека, имеющая рабочие места для обучающихся, оборудованные доступом к базам данных и интернетом;
- компьютерные классы;
- аудитория Центра сопровождения обучающихся с инвалидностью с компьютером, оснащенная специализированным программным обеспечением для студентов с нарушениями зрения, устройствами для ввода и вывода голосовой информации.

Для лиц с нарушениями зрения материалы предоставляются:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

Защита отчета по практике для лиц с нарушениями зрения проводится в устной форме без предоставления обучающимся презентации. На время защиты в аудитории должна быть обеспечена полная тишина, продолжительность защиты увеличивается до 1 часа (при необходимости). Гарантируется допуск в аудиторию, где проходит защита отчета, собаки-проводника при наличии документа, подтверждающего ее специальное обучение, выданного по форме и в порядке, утвержденных приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации 21 июля 2015г., регистрационный номер 38115).

Для лиц с нарушениями слуха защита проводится без предоставления устного доклада. Вопросы комиссии и ответы на них представляются в письменной форме. В случае необходимости, вуз обеспечивает предоставление услуг сурдопереводчика.

Для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата защита итогов практики проводится в аудитории, оборудованной в соответствии с требованиями доступности. Помещения, где могут находиться люди на креслах-колясках, должны размещаться на уровне доступного входа или предусматривать пандусы, подъемные платформы для людей с ограниченными возможностями или лифты. В аудитории должно быть предусмотрено место для размещения обучающегося на коляске.

Дополнительные требования к материально-технической базе, необходимой для представления отчета по практике лицом с ограниченными возможностями здоровья,

обучающийся должен предоставить на кафедру не позднее, чем за два месяца до проведения процедуры защиты.

АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

Практика ознакомительная является частью обязательного блока дисциплин учебного плана. Организация практики осуществляется факультетом управления кафедрой маркетинга. Практика направлена на формирование общекультурных, общепрофессиональных, а также профессиональных компетенций, соответствующих информационно-аналитической и организационно-управленческой видам профессиональной деятельности:

Цель практики: подготовка студентов к будущей деятельности в качестве маркетолога, углубление теоретических знаний и применение ранее полученных навыков в решении конкретных практических задач в сфере маркетинга.

Задачи практики:

обеспечение адаптации студентов к будущей профессии;
сбор и анализ маркетинговой информации, проведение маркетинговых исследований;
участие в осуществлении маркетинговых программ и проектов, на основе применения теоретических знаний;

определение места целей и задач маркетинга на предприятии;

сбор обобщение и систематизация материалов по всем разделам программы практики.

Практика направлена на формирование следующих компетенций-:

УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
	УК-1.1. Применяет знание основных теоретико-методологических положений философии, концептуальных подходов к пониманию природы информации как научной и философской категории, методологических основ системного подхода;
	УК-1.2. Формирует и аргументировано отстаивает собственную позицию по различным философским проблемам, обосновывает и адекватно оценивает современные явления и процессы в общественной жизни на основе системного подхода.
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
	УК-2.1. Анализирует имеющиеся ресурсы и ограничения, оценивает и выбирает оптимальные способы решения поставленных задач;
	УК-2.2. Способность использования знаний о важнейших нормах, институтах и отраслях действующего российского права для определения круга задач и оптимальных способов их решения.
УК-3	способен использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
	УК-3.1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; определяет роль каждого участника в команде;
	УК-3.2 Эффективно взаимодействует с членами команды; участвует в обмене информацией, знаниями и опытом; содействует презентации результатов работы команды; соблюдает этические нормы взаимодействия.
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
	УК-4.1. Владеет системой норм русского литературного языка и нормами иностранного (-ых) языка (-ов); способен логически и грамматически верно строить коммуникацию, используя вербальные и невербальные средства взаимодействия;

	<p>УК-4.2. Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную общепрофессиональную информацию на русском и иностранном (-ых) языке (-ах); демонстрирует навыки перевода с иностранного (-ых) на государственный язык, а также с государственного на иностранный (-ые) язык (-и);</p>
	<p>УК-4.3. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач для достижения профессиональных целей на государственном и иностранном (-ых) языках.</p>
УК-5	<p>УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>
	<p>УК-5.1. Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям;</p>
	<p>УК-5.2. Проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира;</p>
	<p>УК-5.3. Понимает межкультурное разнообразие общества в его различных контекстах: философском, социально-историческом, этическом.</p>
УК-6	<p>. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>
	<p>УК-6.1. Определяет цели собственной деятельности, оценивая пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов;</p>
	<p>УК-6.2. Формулирует цели собственной деятельности, определяя пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов</p>
УК-7	<p>Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>
	<p>УК-7.1. Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма;</p>
	<p>УК-7.2. Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности;</p>
	<p>УК-7.3. Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности.</p>
УК-8	<p>Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций</p>
	<p>УК-8.1. Понимает цели и задачи безопасности жизнедеятельности, основные понятия, классификацию опасных и вредных факторов среды обитания человека, правовые и организационные основы безопасности жизнедеятельности, обеспечение экологической безопасности.</p>

	УК-8.2. Использует знания системы гражданской обороны, структуры РСЧС и их основные задачи, как часть системы общегосударственных мероприятий.
	УК-8.3. Оказывает первую помощь в очаге поражения, используя средства индивидуальной и коллективной защиты.
УК-9	Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах
	УК-9.1. Знает понятие инклюзивной компетентности, ее компоненты и структуру; особенности применения базовых дефектологических знаний в социальной и профессиональной сферах
	УК-9.2. Умеет планировать и осуществлять профессиональную деятельность с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами
	УК-9.3. Владеет навыками взаимодействия в социальной и профессиональной сферах с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами
УК-10	. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
	УК-10.1. Понимает экономические законы и их проявления в различных областях жизнедеятельности
	УК-10.2. Способен планировать и принимать решения в сфере личных финансов
УК-11	Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению
	УК-11.1. Знать сущность коррупционного поведения и его взаимосвязь с социальными, экономическими, политическими и иными условиями
	УК-11.2. Уметь анализировать, толковать и правильно применять правовые нормы о противодействии коррупционному поведению
	УК-11.3. Владеть навыками работы с законодательными и другими нормативными правовыми актами
ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории;
	ОПК-1.1. Понимает состав и смысл поставленных задач с позиции основ экономической, организационной и управленческой теории.
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;
	ОПК-2.1. Знает источники, способы и методы аккумуляции информации, необходимой для решения поставленных управленческих задач.
	ОПК-2.2. Эффективно собирает, обрабатывает, анализирует данные и применяет их при решении управленческих задач, используя современный информационно-технологический инструментарий
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

	ОПК-3.1. Подготавливает обоснованные и взвешенные проекты решений, учитывая факторы влияния на внутреннюю и внешнюю среду, прогнозируя влияние разработанного проекта решения.
	ОПК-3.2. Разрабатывает комплексные организационно-управленческие решения, учитывая социально-экономические последствия, качества и параметры среды принятия решений, а также принимает ответственность за последствия принимаемых решений.
ПК-1.	Способен проводить маркетинговые исследования и маркетинговый анализ
	ПК-1.1. Разрабатывает, организует и проводит маркетинговые исследований
	ПК-1.2. Разрабатывает план и проводит маркетинговый анализ внешней и внутренней среды организации

Рабочей программой практики предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме отчета, промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения практики составляет 6 з.е.

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола

