

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 13.07.2026

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**

«Самарский государственный экономический университет»

Институт маркетинга, логистики и сервиса

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 11 от 27 мая 2026 г.)

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

вид практики: производственная практика

тип практики: преддипломная практика

форма проведения: дискретно путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения данного вида практики.

Наименование направления подготовки: 43.03.01 Сервис
38.03.02 Менеджмент

Образовательная программа: Цифровой маркетинг

Оглавление

1. Вид практики, способ и формы ее проведения
2. Планируемые результаты обучения при прохождении практики, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
3. Указание места практики в структуре образовательной программы
4. Указание объема практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях либо в академических или астрономических часах
5. Содержание практики
6. Указание форм отчетности по практике
7. Фонд оценочных средств для мероприятий текущего контроля обучающихся по практике
8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике
9. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение, необходимое для проведения практики

1. Вид практики, способ и формы ее проведения.

Вид практики – производственная

Форма проведения практики: дискретно путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения данного вида практики.

Тип практики: преддипломная

Практика является формой практической подготовки и организуется путем непосредственного выполнения обучающимися видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и определенных индивидуальным заданием в соответствии с настоящей программой.

2. Планируемые результаты обучения при прохождении практики, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Профессиональные компетенции (ПК)			
Тип задач проф. деятельности: проектный			
ПК-4 – Способен управлять реализацией стратегии интернет-продвижения			
ПК 4.1. Проводит работы по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПК -4.1 Знать	ПК -4.1 Уметь	ПК -4.1 Владеть
	способы проведения работы по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	проводить работы по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	навыками проведения работы по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
ПК 4.2. Корректирует стратегии продвижения	ПК -4.2 Знать	ПК -4.2 Уметь	ПК -4.2 Владеть
	принципы и методы корректировки стратегии продвижения	корректировать стратегии продвижения	методиками корректировки стратегии продвижения
Тип задач проф. деятельности: сервисный			
ПК-1 - Способен осуществлять операционную деятельность по организации торгово-промышленных выставок			
ПК 1.1. Привлекает участников торгово-промышленных выставок и продвигает выставочные проекты	ПК -1.1 Знать	ПК -1.1 Уметь	ПК -1.1 Владеть
	способы привлечения участников торгово-промышленных выставок и продвигает выставочные проекты	привлекать участников торгово-промышленных выставок и продвигает выставочные проекты	навыками привлечения участников торгово-промышленных выставок и продвигает выставочные проекты
ПК 1.2. Способен подготавливать маркетинговые материалы о торгово-промышленных выставках	ПК -1.2 Знать	ПК -1.2 Уметь	ПК -1.2 Владеть
	особенности маркетинговые материалы о торгово-промышленных выставках	подготавливать маркетинговые материалы о торгово-промышленных выставках	навыками подготовки маркетинговых материалов о торгово-промышленных выставках
ПК-3 - Способен разрабатывать стратегии продвижения информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
ПК 3.1. Осуществляет подбор каналов продвижения и формирует систему показателей эффективности	ПК -3.1 Знать	ПК -3.1 Уметь	ПК -3.1 Владеть
	особенности подбора каналов продвижения и формирования системы показателей	осуществлять подбор каналов продвижения и формировать систему	навыками подбора каналов продвижения и формирования системы

продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
ПК 3.2. Формирует систему показателей, необходимых для оценки эффективности продвижения компании в сети «Интернет»	ПК -3.2 Знать	ПК -3.2 Уметь	ПК -3.2 Владеть
	систему показателей, необходимых для оценки эффективности продвижения компании в сети «Интернет»	формировать систему показателей, необходимых для оценки эффективности продвижения компании в сети «Интернет»	методами применения системы показателей, необходимых для оценки эффективности продвижения компании в сети «Интернет»
Тип задач проф. деятельности: исследовательский			
ПК-2 – Способен проводить исследования в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
ПК 2.1. Проводит исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПК -2.1 Знать	ПК -2.1 Уметь	ПК -2.1 Владеть
	методологию исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	проводить исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	навыками проведения исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
ПК 2.2. Проводит исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПК -2.2 Знать	ПК -2.2 Уметь	ПК -2.2 Владеть
	способы проведения исследования поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	проводить исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	инструментарием проведения исследования поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
Тип задач проф. деятельности: организационно-управленческий			
ПК-5 Способен организовывать и координировать совместную деятельность сотрудников по обеспечению постпродажного обслуживания и сервиса на уровне структурного подразделения (службы, отдела)			
ПК 5.1. Организует процесс анализа требований к постпродажному обслуживанию и сервису и управления взаимоотношениями с потребителями продукции	ПК -5.1 Знать	ПК -5.1 Уметь	ПК -5.1 Владеть
	процесс анализа требований к постпродажному обслуживанию и сервису и управления взаимоотношениями с потребителями продукции	организовывать процесс анализа требований к постпродажному обслуживанию и сервису и управления взаимоотношениями с потребителями продукции	методикой организации процесса анализа требований к постпродажному обслуживанию и сервису и управления взаимоотношениями с потребителями продукции
ПК 5.2. Разрабатывает организационные схемы, стандарты и процедуры, а также выполняет руководство процессами	ПК -5.2 Знать	ПК -5.2 Уметь	ПК -5.2 Владеть
	методы разработки организационных схем, стандартов и процедур, а также выполняет	разрабатывать организационные схемы, стандарты и процедуры, а также выполняет	навыками использования организационных схем, стандартов и процедур, а также выполняет

постпродажного обслуживания и сервиса	руководство процессами постпродажного обслуживания и сервиса	руководство процессами постпродажного обслуживания и сервиса	руководство процессами постпродажного обслуживания и сервиса
ПК-6 - Способен к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга			
ПК 6.1. Анализирует конъюнктуру рынка товаров и услуг, разрабатывает техническое задание для проведения маркетингового исследования, выявляет потребности рынка и компании	ПК -6.1 Знать специфику конъюнктуры рынка товаров и услуг, разработку технического задания для проведения маркетингового исследования, выявления потребности рынка и компании	ПК -6.1 Уметь анализировать конъюнктуру рынка товаров и услуг, разрабатывать техническое задание для проведения маркетингового исследования, выявлять потребности рынка и компании	ПК -6.1 Владеть навыками анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг, разработки технического задания для проведения маркетингового исследования, выявления потребности рынка и компании
ПК 6.2. Подготавливает отчеты и рекомендации по результатам маркетинговых исследований, формирует предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики	ПК -6.2 Знать формы отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований, методы формирования предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики	ПК -6.2 Уметь формировать формы отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований, использовать методы формирования предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики	ПК -6.2 Владеть навыками формирования формы отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований, методами формирования предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики

3. Указание места практики в структуре образовательной программы.

Раздел основной образовательной программы бакалавриата Б.2 "Практики" является обязательным и представляет собой форму практической подготовки, непосредственно ориентированную на будущую деятельность обучающихся.

4. Указание объема практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях либо в академических или астрономических часах.

Семестр	Продолжительность (нед.)	ЗЕТ	Часов, в том числе часов контактной работы	Формы контроля
8	6	9	324/6	Зачет с оценкой

5. Содержание практики.

№ п/п	Разделы (этапы) практики и виды работы	Результат обучения при прохождении практики
-------	--	---

1	Подготовительный этап: – Прибытие на базу практики, согласование подразделения, в котором будет организовано рабочее место. – Прохождение инструктажа по технике безопасности. – Получение индивидуального задания от руководителя практики	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2
2	Основной этап: – сбор, обработка и анализ фактического материала в соответствии с индивидуальным заданием. – выполнение индивидуального задания; – периодический отчет перед руководителем практики о ходе выполнения индивидуального задания	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2
3	Заключительный этап: 1. Синтез собранного фактического материала, подготовка аналитического материала в соответствии с индивидуальным заданием; 2. Подготовка отчетной документации по итогам практики.	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2
	Оценка результатов прохождения практики обучающимися (дифференцированный зачет с оценкой)	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2

6. Указание форм отчетности по практике.

Форма отчетности по практике – Отчет о прохождении практики (в соответствии с внутренними нормативными локальными актами СГЭУ)

Требования к отчету о прохождении практики:

Отчет по практике является документом, подлежащим учету и хранению на выпускающей кафедре. Он оформляется лично студентом (студентами), проходившим(и) практику.

Содержательная часть отчета отражает способности студента к сбору, обработке и отображению полученной информации, а оформительская – указывает на уровень сформированности навыков работы с документами.

Отчет может состоять как из текстового, так и из графического материалов. Текстовые материалы собираются в необходимой последовательности, листы нумеруются, скрепляются.

Обязательными структурными элементами отчета являются:

- титульный лист
- содержание (с указанием структурных элементов и соответствующих страниц);
- введение (краткое введение в содержание отчета, степень достижения целей и решенные задачи);
- основная часть отчета (в соответствии с индивидуальным заданием на практику);
- заключение (краткий анализ и выводы о достижении стоящих целей);
- список использованных или изученных источников, использованного программного обеспечения, информационно-справочных систем;

Текст отчета набирают на компьютере в текстовом процессоре MS Word, печатают на одной стороне белого стандартного листа формата А4 (210 X 297 мм) на принтере.

Размеры полей: верхнее и нижнее - 2 см; левое - 3 см; правое - 1,5 см.

Шрифт - Times New Roman.

Кегль (размер шрифта): основного текста - 14; сносок - 12; в таблицах и рисунках - 11 или

12 (по наполняемости).

Междустрочный интервал - полуторный. Выравнивание текста - по ширине. Нумерация страниц - в правом нижнем углу.

При оформлении в работе таблиц, схем, рисунков, диаграмм и т.д. следует учитывать следующее:

- каждая таблица и каждый рисунок (все иллюстрации в работе называются рисунками) должны иметь заголовок;
- каждая таблица и каждый рисунок должны иметь номер; не нумеруются только единственная в тексте таблица или рисунок;
- нумерация таблиц и рисунков может быть как сквозной (Таблица 1, Таблица 2 и т.д.), так и по главам (Рис. 1.1, Рис.5.2 и т.д.);
- при нумерации таблиц и рисунков знак «№» не ставится. Точка после цифры, обозначающей номер таблицы (рисунка), также не ставится.

7.Фонд оценочных средств для мероприятий текущего контроля обучающихся по практике

Текущий контроль является элементом системы независимой оценки качества образования в СГЭУ. Мероприятия текущего контроля по практике проводятся руководителем практики от университета в период проведения практики в следующих формах:

1. Контроль исполнения рабочего графика (плана) проведения практики.
2. Опрос обучающихся с использованием средств электронной информационно - образовательной среды СГЭУ.

8.Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

Результат обучения при прохождении практики	Оценочное средство	
	Защита отчета о прохождении практики	Контрольные вопросы
ПК-1.1	+	+
ПК-1.2	+	+
ПК-2.1	+	+
ПК-2.2	+	+
ПК-3.1	+	+
ПК-3.2	+	+
ПК-4.1	+	+
ПК-4.2	+	+
ПК-5.1	+	+
ПК-5.2	+	+
ПК-6.1	+	+
ПК-6.2	+	+

Уровни сформированности компетенций

Профессиональные компетенции (ПК)			
Тип задач проф. деятельности: проектный			
ПК-4 – Способен управлять реализацией стратегии интернет-продвижения			
ПК 4.1. Проводит	ПК -4.1 Знать	ПК -4.1 Уметь	ПК -4.1 Владеть

работы по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	способы проведения работы по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	проводить работы по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	навыками проведения работы по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.					
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.					
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.					
ПК 4.2. Корректирует стратегии продвижения	ПК -4.2 Знать	ПК -4.2 Уметь	ПК -4.2 Владеть			
	принципы и методы корректировки стратегии продвижения	корректировать стратегии продвижения	методиками корректировки стратегии продвижения			
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.					
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.					
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.					
Тип задач проф. деятельности: сервисный						
ПК-1 - Способен осуществлять операционную деятельность по организации торгово-промышленных выставок						
ПК 1.1. Привлекает участников торгово-промышленных выставок и продвигает выставочные проекты	ПК -1.1 Знать	ПК -1.1 Уметь	ПК -1.1 Владеть			
	способы привлечения участников торгово-промышленных выставок и продвигает выставочные проекты	привлекать участников торгово-промышленных выставок и продвигает выставочные проекты	навыками привлечения участников торгово-промышленных выставок и продвигает выставочные проекты			
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.					
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.					

Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
ПК 1.2. Способен подготавливать маркетинговые материалы о торгово-промышленных выставках	ПК -1.2 Знать	ПК -1.2 Уметь	ПК -1.2 Владеть
	особенности маркетинговые материалы о торгово-промышленных выставках	подготавливать маркетинговые материалы о торгово-промышленных выставках	навыками подготовки маркетинговых материалов о торгово-промышленных выставках
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
ПК-3 - Способен разрабатывать стратегии продвижения информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
ПК 3.1. Осуществляет подбор каналов продвижения и формирует систему показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПК -3.1 Знать	ПК -3.1 Уметь	ПК -3.1 Владеть
	особенности подбора каналов продвижения и формирования системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	осуществлять подбор каналов продвижения и формировать систему показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	навыками подбора каналов продвижения и формирования системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
ПК 3.2. Формирует систему показателей, необходимых для оценки эффективности продвижения компании в сети «Интернет»	ПК -3.2 Знать	ПК -3.2 Уметь	ПК -3.2 Владеть
	систему показателей, необходимых для оценки эффективности продвижения компании в сети	формировать систему показателей, необходимых для оценки эффективности продвижения	методами применения системы показателей, необходимых для оценки эффективности

	«Интернет»	компания в сети «Интернет»	продвижения компании в сети «Интернет»			
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.					
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.					
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.					
Тип задач проф. деятельности: исследовательский						
ПК-2 – Способен проводить исследования в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"						
ПК 2.1. Проводит исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПК -2.1 Знать	ПК -2.1 Уметь	ПК -2.1 Владеть			
	методологию исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	проводить исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	навыками проведения исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.					
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.					
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.					
ПК 2.2. Проводит исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПК -2.2 Знать	ПК -2.2 Уметь	ПК -2.2 Владеть			
	способы проведения исследования поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	проводить исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	инструментарием проведения исследования поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.					
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять					

	теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.					
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.					
Тип задач проф. деятельности: организационно-управленческий						
ПК-5 Способен организовывать и координировать совместную деятельность сотрудников по обеспечению постпродажного обслуживания и сервиса на уровне структурного подразделения (службы, отдела)						
ПК 5.1. Организует процесс анализа требований к постпродажному обслуживанию и сервису и управления взаимоотношениями с потребителями продукции	ПК -5.1 Знать	ПК -5.1 Уметь	ПК -5.1 Владеть			
	процесс анализа требований к постпродажному обслуживанию и сервису и управления взаимоотношениями с потребителями продукции	организовывать процесс анализа требований к постпродажному обслуживанию и сервису и управления взаимоотношениями с потребителями продукции	методикой организации процесса анализа требований к постпродажному обслуживанию и сервису и управления взаимоотношениями с потребителями продукции			
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.					
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.					
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.					
ПК 5.2. Разрабатывает организационные схемы, стандарты и процедуры, а также выполняет руководство процессами постпродажного обслуживания и сервиса	ПК -5.2 Знать	ПК -5.2 Уметь	ПК -5.2 Владеть			
	методы разработки организационных схем, стандартов и процедур, а также выполняет руководство процессами постпродажного обслуживания и сервиса	разрабатывать организационные схемы, стандарты и процедуры, а также выполняет руководство процессами постпродажного обслуживания и сервиса	навыками использования организационных схем, стандартов и процедур, а также выполняет руководство процессами постпродажного обслуживания и сервиса			
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.					
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.					
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.					

	задач в стандартных ситуациях.		
ПК-6 - Способен к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга			
ПК 6.1. Анализирует конъюнктуру рынка товаров и услуг, разрабатывает техническое задание для проведения маркетингового исследования, выявляет потребности рынка и компании	ПК -6.1 Знать	ПК -6.1 Уметь	ПК -6.1 Владеть
	специфику конъюнктуры рынка товаров и услуг, разработку технического задания для проведения маркетингового исследования, выявления потребности рынка и компании	анализировать конъюнктуру рынка товаров и услуг, разрабатывать техническое задание для проведения маркетингового исследования, выявлять потребности рынка и компании	навыками анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг, разработки технического задания для проведения маркетингового исследования, выявления потребности рынка и компании
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
ПК 6.2. Подготавливает отчеты и рекомендации по результатам маркетинговых исследований, формирует предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики	ПК -6.2 Знать	ПК -6.2 Уметь	ПК -6.2 Владеть
	формы отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований, методы формирования предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики	формировать формы отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований, использовать методы формирования предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики	навыками формирования формы отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований, методами формирования предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		

Процедура защиты отчета о прохождении практики

1. Защита проводится в случае, если отчет о прохождении практики соответствует требованиям, установленным настоящей программой, а руководитель практики от университета в характеристике, прилагаемой к отчету рекомендовал отчет к защите.
2. Защита отчета о практике обучающимся осуществляется перед руководителем практики от Университета в соответствии с локальным нормативным актом, регламентирующим текущий контроль и промежуточную аттестацию.
3. На защите практики студент должен хорошо ориентироваться в содержании представленного отчета, уметь раскрыть общие результаты практики, продемонстрировать полученные навыки и умения, отвечать на теоретические и практические вопросы, дать предложения по совершенствованию и организации работы базы практики, сделать индивидуальные выводы о практической значимости для себя проведенного вида практики.

Контрольные вопросы:

1. Направление деятельности и структура объекта практики.
2. Функции и задачи организации (отдела).
3. Нормативные документы, регламентирующие деятельность организации.
4. Основные методы сбора и анализа фактических данных
5. Применение методов исследования при обработке собранных данных.
6. Основные результаты научных исследований по проблематике деятельности организации.
7. Результаты обработки фактических данных; основные выводы и предложения по результатам практики в соответствии с заданием.

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценки	Код оцениваемых компетенций	Уровень сформированности компетенций
Зачтено (с оценкой «Отлично»)	– индивидуальное задание выполнено в полном объеме, обучающийся проявил высокий уровень самостоятельности и творческий подход к его выполнению; – отчет о прохождении практики составлен в соответствии с требованиями и представлен в полном объеме; – сроки выполнения индивидуального задания и представления отчета не нарушены; – в процессе защиты отчета по практике студент демонстрирует системность и глубину знаний, владеет специальной терминологией, отвечает на вопросы исчерпывающе; – при прохождении практики студент соблюдал правила внутреннего трудового распорядка, охраны труда и пожарной безопасности.	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2	Повышенный

Зачтено (с оценкой «Хорошо»)	– индивидуальное задание выполнено в полном объеме, обучающийся допустил неточности, в основном технического характера. – отчет о прохождении практики представлен в полном объеме, но при его составлении допущены неточности в структурировании материала, в оформлении, нарушена логика изложения. – сроки выполнения индивидуального задания и представления отчета не нарушены; – в процессе защиты отчета по практике студент демонстрирует системность и глубину знаний, владеет специальной терминологией, отвечает на вопросы, но допускает незначительные неточности; – при прохождении практики студент соблюдал правила внутреннего трудового распорядка, охраны труда и пожарной безопасности. – при прохождении практики студент соблюдал правила внутреннего трудового распорядка, охраны труда и пожарной безопасности.	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2	Базовый
Зачтено (с оценкой «Удовлетворительно»)	– индивидуальное задание в целом выполнено, но имеются недостатки в выполнении отдельных заданий. – отчет о прохождении практики представлен в полном объеме, но при его составлении нарушено структурирование материала, индивидуальное задание раскрыто не полностью, есть недостатки в оформлении материала. – сроки выполнения индивидуального задания и представления отчета нарушены; – в процессе защиты отчета по практике студент демонстрирует недостаточную полноту знаний, допускает ошибки в использовании специальной терминологии, неглубокого анализирует материал, сущность вопроса раскрывает только после наводящих вопросов преподавателя.	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2	Пороговый

	– при прохождении практики студент соблюдал правила внутреннего трудового распорядка, охраны труда и пожарной безопасности.		
Не зачтено (с оценкой «Неудовлетворительно»)	– индивидуальное задание выполнено частично, имеются многочисленные замечания по оформлению собранного материала; – отчет о прохождении практики представлен не в полном объеме, структурирование нарушено, индивидуальное задание не раскрыто, оформление отчета полностью не соответствует требованиям, сроки сдачи отчета нарушены. – в процессе защиты студент демонстрирует фрагментарные знания, не владеет специальной терминологией, допускает грубые логические ошибки при ответе на вопросы преподавателя, которые не может исправить самостоятельно. – при прохождении практики студент не соблюдал правила внутреннего трудового распорядка, охраны труда и пожарной безопасности.	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2	Компетенции не сформированы

9. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение государственной итоговой аттестации

9.1 Литература:

Основная литература

1. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва, И. В. Воробьева, Т. А. Лезина [и др.]; Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова.. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 386 с - 978-5-534-16503-6. - Текст: электронный // ИКО Юрайт:

- [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/583463> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
2. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. - 3-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 363 с - 978-5-534-04357-0. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/583022> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
 3. Завгородняя, А. В. Маркетинговое планирование: учебник для вузов / А. В. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 340 с - 978-5-534-06590-9. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/586073> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
 4. Инновационный маркетинг: учебник для вузов / С. В. Карпова, С. П. Азарова, А. А. Арский [и др.] - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 474 с - 978-5-534-13282-3. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/582996> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
 5. Маркетинг инноваций: учебник и практикум для вузов / Н. Н. Молчанов, Д. С. Евстафьев, М. Б. Лялина [и др.] - 3-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 465 с - 978-5-9916-4775-5. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/589904> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
 6. Маркетинговые исследования: теория и практика: учебник для вузов / С. П. Азарова, С. В. Земляк, И. К. Захаренко [и др.]; С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой.. - Москва: Юрайт, 2026. - 248 с - 978-5-534-21657-8. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/582969> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
 7. Овсянников, А. А. Стратегический и операционный маркетинг: учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. - Москва: Юрайт, 2026. - 481 с - 978-5-534-17732-9. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/589456> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
 8. Интернет-маркетинг: учебник для вузов / О. Н. Жильцова, О. А. Артемьева, Д. А. Жильцов [и др.] - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 335 с - 978-5-534-15098-8. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/582971> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
 9. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации: учебник для вузов / И. Д. Хуссейн. - Москва: Юрайт, 2026. - 68 с - 978-5-534-15010-0. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/589006> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. Рябков, О.А. Сравнительный маркетинг-менеджмент: Монография / О.А. Рябков. - Москва: Русайнс, 2020. - 134 с. - 978-5-4365-1497-0. - Текст: электронный // book_ru: [сайт]. - URL: <https://book.ru/book/934801> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
2. Финансовый маркетинг: учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, Н. П. Козлова, М. В. Леднев. - Москва: Юрайт, 2026. - 165 с - 978-5-534-19199-8. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/589773> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
3. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг: учебник и практикум

[сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/584368> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

6.

Литература для самостоятельного изучения

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, Д. В. Климов [и др.] - Москва: Юрайт, 2026. - 396 с - 978-5-534-14869-5. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/583876> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
2. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко, С. В. Ласковец, П. Ю. Невоструев [и др.] - Москва: Юрайт, 2026. - 389 с - 978-5-534-21715-5. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/582871> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
3. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 490 с - 978-5-534-19448-7. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/582590> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
4. Галицкий, Е. Б. Маркетинговый анализ данных: учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 195 с - 978-5-534-19456-2. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/589799> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
5. Маркетинг территорий: учебник для вузов / А. А. Угрюмова, М. В. Савельева, Р. А. Абрамов [и др.] - 3-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 451 с - 978-5-534-16317-9. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/585768> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
6. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Практика: учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. - Москва: Юрайт, 2026. - 406 с - 978-5-9916-9796-5. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/584478> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
7. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Основы теории: учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. - Москва: Юрайт, 2026. - 153 с - 978-5-9916-9799-6. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/584477> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
8. Реброва, Н. П. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. - Москва: Юрайт, 2026. - 277 с - 978-5-534-03466-0. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/598462> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
9. Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. - Москва: Юрайт, 2026. - 186 с - 978-5-9916-9092-8. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/598631> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
10. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / Д. В. Тюрин. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 277 с - 978-5-534-21917-3. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/582444> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
11. Логунцова, И. В. Маркетинг территорий: учебник для вузов / И. В. Логунцова, И. В. Малькова. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 160 с - 978-5-534-18653-6. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL:

13. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге: учебник для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Одинцов. - Москва: Юрайт, 2026. - 444 с - 978-5-534-07447-5. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/583434> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
14. Моргачева, И. Н. Контент-маркетинг: учебник для вузов / И. Н. Моргачева. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 94 с - 978-5-534-21349-2. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/590188> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
15. Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова, Н. П. Бугакова, Х. А. Константиныди [и др.] - Москва: Юрайт, 2026. - 367 с - 978-5-534-02476-0. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/582970> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
16. Овсянников, А. А. Современный маркетинг: учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. - Москва: Юрайт, 2026. - 582 с - 978-5-534-17729-9. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/589454> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

9.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Astra Linux Special Edition «Смоленск», «Орел»; РедОС ; ОС "Альт Рабочая станция" 10; ОС "Альт Образование" 10
2. МойОфис Стандартный 2, МойОфис Образование, Р7-Офис Профессиональный, МойОфис Стандартный 3, МойОфис Профессиональный 3

16.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

1. <http://pravo.gov.ru/> - Государственная система правовой информации «Официальный интернет-портал правовой информации»
2. <http://www.gks.ru/> - Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики)
3. <https://minfin.gov.ru/> - Министерство финансов Российской Федерации (Минфин России)

Ресурсы «Интернет»

1. <https://www.economy.gov.ru/> - Министерство экономического развития Российской Федерации (Минэкономразвития России)

9.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. Справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

9.5. Специальные помещения

Наименование специального помещения	Оборудование
Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и

	ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещение для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования